

Evaluación de los recursos culturales de la ruta Misticismo Maya, norte de Quintana Roo, México

Brenda Adriana Marín Bolaños* María Teresa García Mora**

Ángel Fabián Calvario Morales***

Universidad Tecnológica de Cancún (Mexico)

Resumen: El propósito de este trabajo es presentar los resultados de la evaluación de los recursos patrimoniales culturales de la Ruta Misticismo Maya, que incluyen las comunidades de Uxuxubi, Hidalgo y Cortés, Nuevo Xcan, Kantunilkin y Solferino, todos ellos pertenecientes a la zona norte del estado de Quintana Roo. Esto se realizó a través de un análisis ponderado que permite identificar cuáles recursos patrimoniales son susceptibles de ser puestos en valor para su uso turístico, que permita diversificar la oferta turística y generar una ventaja competitiva en esta zona del estado. Para tal propósito, se realizó una revisión de la literatura sobre cultura, patrimonio cultural, turismo cultural, productos turísticos culturales y evaluación de los recursos patrimoniales. Seguidamente, se analizan los recursos patrimoniales de las comunidades mencionadas a través del inventario y de una evaluación ponderada para finalmente identificar cuáles son susceptibles de ser integrados como productos culturales.

Palabras Clave: Recursos culturales; Patrimonio cultural; Evaluación de recursos; Análisis ponderado; Diversificación de oferta; Ruta turística; Quintana Roo.

Evaluation of the cultural resources of the Mayan Mysticism route, north of Quintana Roo, Mexico

Abstract: The purpose of this work is to present the results of the evaluation of the cultural heritage resources of the Mayan Mysticism Route, which includes the communities of Uxuxubi, Hidalgo y Cortés, Nuevo Xcan, Kantunilkin and Solferino, all of them located in the northern area of the state of Quintana Roo. This evaluation was the result of a rigorous analysis of the assets most susceptible to being valued for use as tourist attractions in an attempt to diversify the tourism on offer and generate a competitive advantage in this part of the state. For this purpose, the literature on culture, cultural heritage, cultural tourism, cultural tourism products and previous evaluations of heritage resources were reviewed. Next, the cultural heritage resources of the mentioned communities was inventoried and evaluated finally identifying which of the cultural patrimonial resources were susceptible to being integrated as cultural products.

Keywords: Cultural resources; Cultural heritage; Resource evaluation; Weighted analysis; Diversification of touristic offer; Tourist route; Quintana Roo.

1. Introducción

El patrimonio cultural y los valores heredados de un destino tienen cierto atractivo para los visitantes, pero éstos deben integrarse de manera eficiente a un producto turístico para generar ventajas competitivas en el mercado.

Los recursos patrimoniales culturales innatos y atractivos esenciales, son elementos primarios que atraen hacia el destino y constituyen los elementos clave para la motivación y persuasión de visitantes (Crouch & Ritchie, 1999), por lo que deben ser consideradas para estructurar productos turísticos bajo un enfoque sustentable, las actividades rurales tienen como característica ser respetuosas con el medio

* Universidad Tecnológica de Cancún (Mexico); E-mail: bmarin@utcancun.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0003-4882-3607>

** Universidad Tecnológica de Cancún (Mexico); E-mail: tgarcia@utcancun.edu.mx

*** Universidad Tecnológica de Cancún (Mexico); E-mail: acalvario@utcancun.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0001-5709-8801>

ambiente, las cuales tienen como base los recursos naturales y culturales presentes en una región particular (García, 2005).

El turista actual necesita una oferta integral que, además de proporcionar nuevas vivencias, “también le aporte interrelación con el entorno y población a la que se desplaza” (Mediano, 2008, p.236). Las actividades deben propiciar la convivencia con el paisaje natural y cultural del destino, deben ser participativas, como talleres de artesanía, idiomas, leyendas, festividades, rutas gastronómicas, rutas de arquitectura popular, rutas históricas, etc. (García, 2005); para que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los turistas, entendiendo a la cultura como un ámbito de desarrollo personal y colectivo, lo cual se logra a través de la animación sociocultural (Sarrate Capdevila, 2008).

En la última versión del Modelo de Competitividad de Destinos, se integra una nueva categoría de factores relacionados con la política, planeamiento y desarrollo del destino, cuyos componentes se refieren a las directrices para el desarrollo, lo que resultará en decisiones sobre posición y nivel de competición (Crouch & Ritchie, 1999).

México tiene un gran reto en materia de productividad y en el caso del turismo, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) destaca la importancia de acelerar el crecimiento económico a través del objetivo 4.11, que consiste en aprovechar el potencial turístico de México con el objetivo de generar una mayor derrama económica en el país. Aunado a lo anterior, algunas de las estrategias y líneas de acción del PROSECTUR 2013 – 2108 y de la Política Turística de Quintana Roo son impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística de la región, para elevar la competitividad de los destinos y empresas turísticas, promover altos estándares de calidad y fortalecer la contribución del turismo a la conservación del patrimonio nacional y a su uso sustentable.

2. Revisión de la literatura

2.1. La cultura, una visión ampliada

Thompson define que la cultura de un grupo o sociedad es un “conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores; así como los artefactos, objetos e instrumentos materiales que en los individuos como miembros de ese grupo o sociedad” (1998, p.12). Bonfil (2000) complementa este concepto, desde una posible definición antropológica, como:

El conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, forma de comunicación y de organización social y bienes materiales, que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permiten transformarse y reproducirse como tal, de una generación a las siguientes. (Bonfil, 2000, p.21)

Con la anterior definición, se entiende que todos los pueblos, todas las sociedades y todos los grupos humanos tienen cultura; además de que ésta es dinámica, porque los símbolos, valores, hábitos y las ideas de hacer las cosas, se transforman constantemente y las causas son diversas, ya sea por factores internos o externos, lo que propicia que las culturas estén en permanente transformación (Marín, 2017).

Actualmente, la definición de cultura, tal como figura en la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural del 2001, se inspira en conclusiones de la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales de México; de 1982 en las actividades de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (Nuestra Diversidad Creativa, 1995) y de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo (UNESCO, 1998):

La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (UNESCO, 2002, p.4).

La cultura es un concepto clave para enmarcar la noción del patrimonio cultural, ya que los bienes, servicios y manifestaciones culturales permiten intercambiar, transmitir, visibilizar diferentes formas de expresión cultural, y pueden ser valorados y comercializados. Cuando la cultura y el turismo se relacionan traen consigo un mutuo beneficio, pues además de fortalecer el atractivo, propicia la competitividad, al ser un componente muy importante en la integración de los productos turísticos, además de ser considerado para elaborar estrategias de imagen de los destinos (OECD, 2009).

Los primeros acercamientos entre la cultura y el turismo se basaban en el enfoque de “sitios y monumentos”, quizá motivados por la visión de la UNESCO que, en la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural de 1972, consideraba al patrimonio cultural como monumentos, grupos de edificios y sitios que tienen valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico o antropológico. A partir de 1980, la relación cultura y turismo fue cambiando gradualmente, estimulada por diversos factores:

Desde el enfoque de la demanda:

- Mayor interés por la cultura, en particular como fuente de identidad y diferenciación de cara a la globalización.
- Debido a un mayor nivel de educación en la población, se ha incrementado el interés por el capital y la industria cultural.
- Poblaciones que envejecen en las regiones desarrolladas y muestran interés de ver la vida en el lugar que visitan.
- Estilos de consumo postmodernos, que ponen énfasis en el desarrollo personal, más que en el materialismo.
- Un deseo de experimentar la cultura local.
- Creciente importancia de la cultura intangible y el papel de la imagen y el ambiente,
- Mayor movilidad que facilita el acceso a otras culturas.

Desde el enfoque la oferta:

- Desarrollo del turismo cultural para estimular empleos e ingresos.
- Creciente oferta de cultura como resultado del desarrollo regional.
- Accesibilidad de información sobre la cultura y el turismo mediante nuevas tecnologías.
- Emergencia de nuevas naciones y regiones deseosas de establecer una identidad clara y distinta.
- Un deseo de proyectar una imagen externa de regiones y naciones

Como resultado, la cultura se ha empleado cada vez más como una estrategia de imagen de destinos y un aspecto esencial en los productos turísticos (OECD, 2009). La combinación de turismo y cultura es un motor importante para la economía.

3. El patrimonio cultural

El concepto de patrimonio se define a través de las palabras tradición, pasado, identidad, cultura, nostalgia (Norrild, 2002), es “todo aquello que socialmente se considera digno de conservación, independientemente de su interés utilitario” (Prats, 1998, p.63).

Tras la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente Humano, organizada en Estocolmo, Suecia, en 1972; y los trabajos de los expertos de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) y de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se estableció el concepto inicial de patrimonio cultural mencionado en el Artículo 1 de la Convención, que se definía como:

Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico (UNESCO, 1972, p.1).

A partir de entonces, y como parte del desarrollo de las sociedades, los descubrimientos arqueológicos, históricos, ya sea en tierra o en el mundo submarino, la UNESCO ha definido varios tipos de patrimonio cultural. Para efectos de esta investigación sólo se definirán:

El patrimonio cultural material o tangible, se refiere a los numerosos bienes culturales, obras, objetos, edificaciones, que adquieren relevancia con el paso del tiempo y es una herencia física que también contempla manuscritos históricos, códices, obras de arte, instalaciones industriales significativas que representan procesos históricos o arquitectura vernácula representativa de pueblos y comunidades (CONACULTA, 2004, p.5).

En el 2003 la UNESCO convocó la Conservación para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (o intangible), debido a que las artes y las letras, los modos de vida, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias, saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional también forman parte del patrimonio.

El patrimonio cultural inmaterial o intangible es todo aquel patrimonio que debe salvaguardarse y consiste en el reconocimiento de los usos, representaciones, expresiones, conocimientos, y técnicas transmitidos de generación en generación y que infunden a las comunidades y a los grupos un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto a la diversidad cultural y a la creatividad humana (UNESCO, 2003).

De acuerdo a Prats (1998), menciona que la naturaleza, la historia y la genialidad constituyen los lados de un triángulo dentro del cual se integran todos los elementos que pueden ser potencialmente considerados como patrimonio, los cuales deben ser activados. “El verdadero valor del patrimonio es que sea reconocido como valioso por los miembros de la sociedad en el que está inserto” (Velasco, 2009, p.239).

La conexión que se genera entre los bienes, su simbolismo y la transmisión de valores de las personas a las que representan se convierte en una oportunidad para la diversificación de las actividades turísticas; pero, al mismo tiempo, la masificación, la falta de autenticidad, las resistencias a reinvertir en la conservación del patrimonio son amenazas graves para el mismo (Velasco, 2009).

4. El turismo cultural

El ICOMOS define el turismo cultural como “un movimiento de personas, esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación” (Santana, 2003, p.37); mientras que Richards (2001) indica que es el movimiento de personas hacia atracciones culturales fuera de su lugar de residencia, motivado por obtener conocimientos y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales.

Desde el “interés por conocer y convivir”, “entender el por qué”, el segmento de turismo cultural busca las señales de identidad y destaca lo autóctono, imagina espacios, tiempos e historias, que son elementos generadores de la experiencia que integrará como parte de su viaje; aunque también existen aquellos visitantes que llegan al patrimonio simplemente porque está en su camino o por el prestigio social que supone hablar o demostrar la visita a tal o cual entidad de valor sociocultural reconocido (Santana, 2003). Nielsen (2007), presenta una clasificación de las corrientes vinculadas con la cultura (figura 1):

Figura 1: Corrientes vinculadas con la cultura



Fuente: CESTUR, 2004, p.4

Las tendencias del mercado más recientes, identifican a un segmento denominado “purista cultural” que es definido como aquellas personas que ven las vacaciones como una oportunidad de inmersión en una cultura exótica, donde el placer de las vacaciones depende de la autenticidad de la experiencia (AMADEUS, 2015).

5. El patrimonio cultural y el turismo cultural

El patrimonio cultural constituye uno de los recursos básicos para la configuración del producto turístico ya que es un referente para las identidades de las comunidades receptoras y es tan diverso como las culturas. Como parte de un producto turístico, genera riqueza, refuerza la identidad, promueve el respeto a la diversidad cultural y la creatividad humana; se transmite de generación en generación (CONACULTA, 2004).

El patrimonio cultural se halla en una notable experimentación turística, debido a que se está articulando actualmente una dinámica agresiva de aportación de nuevo patrimonio cultural de escala simbólica y emblemática en museos, espacios escénicos y deportivos, nueva arquitectura en hoteles, edificios de oficinas y palacios feriales y de congresos (Marchena & Repiso, 1999).

La relación patrimonio cultural y turismo cultural comprende que los turistas sensibilizados por la diversidad cultural, con deseos de conocer y comprender los objetos, las obras y los productos que genera la población local, que contengan un significado cultural (como una festividad popular, la gastronomía tradicional, etc.); puedan valorar el producto cultural a través de una explicación sobre mismo, por medio de la intervención de un mediador, ya sea persona, documento escrito, material audiovisual (Tresserras, 2006) o con el uso de aplicaciones tecnológicas. En conclusión, esta relación se basa en la motivación de los turistas por conocer un producto cultural que tenga un significado, que sea real y que deje una experiencia,

6. Producto turístico cultural

Un producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se caracterizan por su vinculación con el patrimonio artístico y cultural de un lugar, que están orientados al uso y disfrute de las personas y que son utilizados por un grupo específico de turistas (Morillo, 2011); por lo que un producto cultural “se funda y destaca por su fuerte vínculo con la comunidad local, ya que los habitantes y sus modos de vida son el atractivo diferenciador entre un destino turístico y otro” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, 2008, p.27).

Al conjuntar ambos conceptos, se puede definir al producto turístico cultural como el conjunto de bienes y servicios que se vinculan con el patrimonio cultural de la comunidad local, que actúan como diferenciador del destino, orientado al uso y disfrute de las personas interesadas en conocer otros modos de vida, o sea otra cultura (Marín, 2017).

Tresserras (2005) menciona que convertir un recurso cultural a un producto cultural se realiza en tres fases: identificación, conceptualización, creación y gestión del producto cultural. El recurso se tiene que preparar para convertirse en producto y también es necesario mantener un programa estratégico de comunicación dirigido a los diferentes sectores de público. Algunas de estas propuestas enmarcan actividades donde el turista tiene una participación activa, por lo que se requiere que las empresas incorporen servicios y equipamientos culturales, en la que la participación y profesionalización de los guías, es fundamental para generar un valor añadido en el producto cultural. Ejemplos de productos turísticos culturales son:

- Rutas turísticas por parques naturales o sitios históricos de la ciudad o localidad.
- Fiestas regionales y ferias de artesanías.
- Cabalgatas y paseos en bicicleta.
- Festivales musicales.
- Itinerarios culturales.

7. De los recursos patrimoniales culturales hacia su conversión en productos turísticos

Los principios básicos para el diseño de productos turísticos con recursos patrimoniales son la pluralidad, la descentralidad, la sostenibilidad para no hacer espacios artificiales y la historicidad que se opone a la desaparición del tiempo. Una solución es aprovechar el paisaje como recurso práctico, que puede dotar de valor al patrimonio y presentarlo a un público plural (Criado, 2008).

Un proyecto de estas características debe partir del conocimiento e identificación de los recursos patrimoniales, pero no sólo depende de la oferta patrimonial, sino del conocimiento de los intereses y motivaciones de la demanda. Según Padró (1996, citado por Ballart & Tresserras 2003), el proceso de elaboración del proyecto deberá estructurarse, básicamente en tres partes: análisis – diagnosis, conceptualización y programas de actuación y desarrollo del proyecto.

Para el análisis de la realidad, Pulido (2008) establece para el diseño de productos turísticos un modelo que inicia con el análisis de la oferta, la cual se realiza a través de diversos métodos, técnicas e instrumentos, que permitan analizar, contrastar y ampliar la información que se tiene del destino. Se obtiene información a través del inventario de recursos, tanto naturales como culturales, y es un trabajo que debe realizarse con los actores locales ya que son los conocedores del territorio, y expertos profesionales que aporten método al proceso y contribuyan a la valoración y jerarquización de los recursos con una perspectiva neutra (Pulido, 2008).

Además del inventario de recursos, se requiere una evaluación de recursos patrimoniales, donde también se evalúa la actividad turística considerada en sí misma como elección de futuro; así como evaluar el espacio concreto de implantación de la actividad turística, distinguiendo entre los elementos estructuradores y fisonómicos de dicho espacio (Ávila, 2008).

Existen una gran variedad de modelos para la evaluación del potencial turístico, y para la evaluación de los recursos patrimoniales susceptibles de ser puestos en valor como atractivos turísticos se puede realizar con el Sistema Ponderado de Inventario y Evaluación de Recursos (S. P. I. E. R.), que se fundamenta en que los recursos patrimoniales, monumentales, naturales, etc., no son turísticos y hay que entender que lo patrimonial y lo turístico se complementan, pero no deben confundirse. El otro término clave se refiere al activo turístico, que es un estadio intermedio cuando el recurso patrimonial pasa, tras un proceso de evaluación, planificación y puesta en valor a un atractivo turístico (Ávila, 2008).

8. Metodología

La investigación se divide en tres fases, la primera fase es la conceptualización de las variables de esta investigación, consultando a diversos autores para determinar el concepto de cultura, productos culturales, productos turísticos culturales. Para la segunda fase se consultó a Pulido (2008), se aplicaron las fichas de recursos patrimoniales diseñadas *ad hoc* por la Red de Estudios Multidisciplinarios de Turismo (REMTUR). La tercera fase fue la evaluación del potencial de los recursos patrimoniales culturales de acuerdo al Sistema Ponderado de Inventario y Evaluación de Recursos (S. P. I. E. R.) de Ávila (2008).

El inventario de recursos patrimoniales se levantó información en las siguientes áreas:

- a) Uxuxubi, Municipio de Solidaridad.
- b) Campamento Hidalgo y Cortés, Municipio de Solidaridad.
- c) Nuevo Xcan, Municipio de Lázaro Cárdenas.
- d) Kantunilkin, Municipio de Lázaro Cárdenas.
- e) Solferino, Municipio de Lázaro Cárdenas

Para elaborar el inventario, se revisaron informes previos elaborados por la Universidad Tecnológica de Cancún, se aplicaron entrevistas con informantes clave y guías de observación en las visitas de campo. Una vez identificados los recursos patrimoniales culturales, se elaboraron las fichas de cada uno, utilizando el S. P. I. E. R. de Ávila (2008), la cual propone tres grandes bloques de evaluación (tabla 1):

Tabla 1: Elementos y criterios de evaluación.

Características Intrínsecas del Recurso (25%)	Son las características del recurso desde una perspectiva patrimonial, otorgando un valor natural, artístico o cultural al margen del uso turístico que sea capaz de generar.	Grado de conservación
		Valor cultural ambiental (contexto regional)
		Fragilidad, dificultades de uso para asegurar o mejorar la conservación
Características Individuales del Recurso en relación con el uso Turístico (35%)	Es el valor turístico del recurso desde sus capacidades o potenciales para acoger actividades turísticas. Se evalúa la potencialidad como activo turístico.	Singularidad / Atractivo (contexto regional)
		Accesibilidad (física, legal y estacional)
		Capacidad de acoger por uso turístico (por infraestructura, ordenación, diversidad de actividades, formas de gestión, etc.)
Potencialidad para apoyar estrategias de desarrollo y para aportar a productos complejos y diversificados (40%)	Son las posibilidades que ofrece el potencial activo turístico para aportar valor a las estrategias de Destino – Producto, de modo que se evalúa su condición en complementariedad con el conjunto de la propuesta destino	Tematicidad general: capacidad de aportar a la estrategia turística a elegir.
		Conectividad física con otros recursos de la zona.
		Inversión requerida para su total y adecuada puesta en valor.

Fuente: elaboración propia a partir de Ávila, 2008, p.231.

Cada criterio tiene un valor de “malo”, “regular”, “bueno” o “baja”, “media”, “alta”. La ficha de inventario es un instrumento de trabajo que en este caso se elaboró a partir de fuentes primarias y secundarias, producto de consulta bibliográfica y visitas a las comunidades. Estas fichas de inventario tienen claves para identificar el recurso:

Grupo A: Patrimonio Natural.

Grupo B: Patrimonio Cultural.

Grupo C: Folklore.

Grupo D: Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.

Grupo E: Acontecimientos programados.

Para efectos de esta investigación, y dar continuidad con los recursos patrimoniales, se propone utilizar las siguientes claves

Grupo A: Patrimonio Natural.

Grupo B: Patrimonio Cultural Material.

Grupo C: Patrimonio Cultural Inmaterial.

Grupo D: Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.

Grupo E: Acontecimientos programados

Cabe mencionar que sólo se evaluaron los recursos patrimoniales culturales debido a que los recursos naturales ya se encuentran en uso para actividades turísticas.

9.Caso de estudio

Debido a que la información que propone Ávila (2008) es sobre el recurso patrimonial y ésta se incluye en las fichas elaboradas con anterioridad, se propone utilizar las claves como sigue:

01 Uxuxubi

02 Campamento Hidalgo y Cortés

03 Nuevo Xcan

04 Kantunilkin

05 Solferino

El levantamiento de fichas de inventario y evaluación de los recursos patrimoniales culturales, se desglosa a continuación:

- Uxuxubi 2
- Campamento Hidalgo y Cortés 5
- Nuevo Xcan 8
- Kantunilkin 6
- Solferino 2

De cada ficha se obtuvo un valor, por lo que se elaboró un resumen de inventario y evaluación de los recursos turísticos, en el que se pueden identificar los valores de cada recurso patrimonial cultural, discriminando a aquellos con los que se puede trabajar de manera inmediata y requieren de una intervención básica; se identifican aquellos recursos que se requiere intervenir a mayor profundidad para ponerlos en valor turísticos y se refleja aquellos recursos patrimoniales culturales que no tienen el potencial para ser convertidos en activos turísticos. Finalmente se presenta la ficha diagnóstico sectorial del inventario de recursos sobre el destino

Se elaboraron 23 fichas de recursos patrimoniales culturales, dos de ellas materiales y 21 fichas de patrimonio cultural inmaterial. A continuación, se presenta el resumen de inventario y evaluación de los recursos turísticos (tabla 2):

Tabla 2: Resumen del inventario y evaluación de los recursos turísticos.

Código	Nombre	Tipo	Valoración			
			Intrín.	Turís.	Temát.	Pond
C01 01	Leyenda del cocodrilo y el cosmos	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-773 Mitología	5	5	4	4.60
D01 01	Meliponario	Realizaciones técnicas 31- Explotación de recursos naturales 82-824 Etnobotánica	8	5	4	5.35
C02 01	Jardín Botánico	Realizaciones técnicas 31-314 Otros productos forestales 75-755 Terapia médica 82-824 Etnobotánica	8	7	8	7.65
C02 02	Ceremonia de bienvenida en concha acústica	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-783 Purificación - expiación	8	7	9	8.05
C02 03	Música tradicional maya	PCI - Bellas artes. 53 - 533 Música	9	8	9	8.65
C02 04	Día de Muertos Xanal Pixan (Campamento Hidalgo y Cortés)	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 76-769 Culto relacionado con los muertos	9	4	7	6.45
C02 05	Leyenda de Xtabay	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-773 Mitología	9	5	7	6.80
C03 01	Permiso de entrada al inframundo	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-778 Objetos y lugares sagrados	9	8	8	8.25

Código	Nombre	Tipo	Valoración			
			Intrín.	Turís.	Temát.	Pond
C03 02	Día de la Santa Cruz	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-771 Caracteres generales de la religión.	7	4	4	4.75
C03 03	Día de la Virgen de Fátima	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-776 Seres sobrenaturales y deidades.	6	4	5	4.90
C03 04	Día de la Virgen de Guadalupe	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-776 Seres sobrenaturales y deidades.	9	4	5	5.65
C03 05	Día de Muertos Xanal Pixan (Nuevo Xcan)	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 76-769 Culto relacionado con los muertos.	9	4	7	6.45
C03 06	Día de Reyes	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-776 Seres sobrenaturales y deidades.	6	5	5	5.25
C03 07	Leyenda del Saraguato	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-773 Mitología	7	7	4	5.80
C03 08	Nacimiento de Jesús	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-776 Seres sobrenaturales y deidades.	9	5	5	6.00
B04 01	Iglesia de la Inmaculada Concepción	PC – Lugar histórico	6	6	7	5.65
B04 02	Casa de cultura Kantunilkin	PC – Lugar histórico	7	7	7	6.25
C04 01	Fiesta patronal de la Inmaculada Concepción	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-776 Seres sobrenaturales y deidades.	9	7	7	7.50
C04 02	Fiesta patronal de San Isidro Labrador	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-776 Seres sobrenaturales y deidades.	6	7	5	5.95
C04 03	Ritual de entrada a los cenotes	PCI - Manifestaciones religiosas, creencias populares. 77-783 Purificación - expiación	9	5	7	6.80
C04 04	Asociación de artesanos de Kantunilkin	PCI – Artesanías y artes 53	6	7	8	7.15
C05 01	Interpretación ambiental	Realizaciones técnicas 31-314 Otros productos forestales 82-824 Etnobotánica	9	9	8	7.80
C05 02	Extracción artesanal del chicle	Realizaciones técnicas 31-314 Otros productos forestales	7	6	6	6.25

Fuente: elaboración propia a partir de Ávila 2008, Murdock (1976), Cárdenas 2006.

10. Resultados y análisis

Después del análisis, se identificó que existen recursos patrimoniales culturales que ya son activos turísticos y que sólo requieren una intervención suave como revisión de los guiones, procesos y procedimientos para optimizar la experiencia de los turistas. Los activos turísticos son:

- Jardín Botánico (Campamento Hidalgo y Cortés).
- Ceremonia de bienvenida en Concha Acústica (Campamento Hidalgo y Cortés).
- Música Maya tradicional (Campamento Hidalgo y Cortés).
- Permiso de entrada al inframundo (Nuevo Xcan).
- Fiesta patronal de la Inmaculada Concepción (Kantunilkin).
- Asociación de artesanos de Kantunilkin (Kantunilkin)
- Interpretación ambiental.

Tabla 3: Ficha de diagnóstico sectorial del inventario de recursos sobre el destino (solo recursos patrimoniales culturales que ya son activos turísticos).

Factor de análisis	Evaluación
Valor cultural ambiental	Es alto debido a que se refleja la visión de las comunidades mayas respecto a la medicina tradicional, los rituales, leyendas y conocimientos científicos - tradicionales
Singularidad atractivo	Elevada.
Grado de conservación	Muy elevado.
Nivel jerárquico actual de la oferta del patrimonio y recursos	Alto
Conectividad real con otros destinos y producto	Media – elevada. Al ser una ruta, requiere desplazamiento de una comunidad a otra. Considerando estos recursos, la ruta abarca Campamento Hidalgo – Solferino.
Interés para la diversificación del turismo regional.	Muy elevado. La ruta es una alternativa para realizar otro tipo de actividades a las de sol y playa, atendiendo a Holbox y Puerto Morelos.
Accesibilidad para su uso turístico	Muy buena
Posible desarrollo temático	Alto.
Uso actual del patrimonio	Medio, debido a que se encuentra como producto desarticulado.
Potencialidad de uso	Muy elevada
Potencialidad para la interpretación	Muy alta. Y se tiene que hacer en español y otros idiomas.
Resistencia al impacto	Alta, con una buena gestión y programas de interpretación.
Fidelización potencial	Alta si se integra al hilo conductor de la ruta.
Diagnóstico de gestión del patrimonio	
Inversión requerida en conservación y recuperación	Media
Inversión requerida para su puesta en valor turístico	Baja, son actividades que ya se realizan, sólo hay que establecer mejor de procesos y capacitación.
Grado de interés de la propuesta	Muy alto ante la falta de opciones culturales en el destino.
Necesidades	Ser un producto integrado.
Consecución de una gestión viable y rentable del patrimonio y los recursos	Muy factible.

Fuente: elaboración propia a partir de Ávila, 2008.

Se identificó un segundo grupo de recursos patrimoniales culturales que necesitan intervención más fuerte, ya sea en reconstrucción o regeneración, en el que se incluya su protección, gestión del recurso para desarrollar una conectividad con el hilo temático principal de la ruta, y con inversión en mejoras

de equipamiento, infraestructura y capacitación para poner a estos recursos en valor y que se conviertan en activos turísticos. Los activos turísticos son:

- Día de Muertos (Hanal Pixan) – Campamento Hidalgo y Cortés – Nuevo Xcan).
- Leyenda de Xtabay (Campamento Hidalgo y Cortés).
- Iglesia de la Inmaculada Concepción (Kantunilkin)
- Casa de cultura de Kantunilkin.
- Ritual de entrada a los cenotes (Kantunilkin).
- Extracción artesanal de chicle (Solferino).

Tabla 4: Ficha de diagnóstico sectorial del inventario de recursos sobre el destino (recursos patrimoniales culturales que requieren intervención).

Factor de análisis	Evaluación
Valor cultural ambiental	Alto, debido a que estos recursos patrimoniales contribuyen al fortalecimiento de la ruta misticismo maya
Singularidad del atractivo	Regular porque se tiene que desarrollar el producto e integrarlo a la ruta
Grado de conservación	Regular.
Nivel jerárquico actual de la oferta del patrimonio y recursos	En general bajo, porque no se ha integrado a los productos existentes.
Conectividad real con otros destinos y producto	Alta, los recursos patrimoniales se pueden integrar a la temática de la ruta
Interés para la diversificación del turismo regional.	Muy elevado. Los recursos patrimoniales integrados contribuirían a la diversificación de la oferta turística.
Accesibilidad para su uso turístico	Muy buena en la ruta Campamento Hidalgo - Solferino
Posible desarrollo temático	Alto. El valor cultural y social, ligados a eventos histórico como la extracción del chicle es un gran atractivo.
Uso actual del patrimonio	Muy bajo
Potencialidad de uso	Alta.
Potencialidad para la interpretación	Muy alta. Se tiene que hacer guiones interpretativos, en español y otros idiomas.
Resistencia al impacto	Alta, con una buena gestión y programas de interpretación.
Fidelización potencial	Alta si se incorporan a los elementos ya existentes.
Diagnóstico de gestión del patrimonio	
Inversión requerida en conservación y recuperación	Alta, sobre todo en mantenimiento.
Inversión requerida para su puesta en valor turístico	Alta, para señalización, capacitación y difusión
Grado de interés de la propuesta	Muy alto ante la falta de opciones culturales en el destino.
Necesidades	Ser un producto integrado.
Consecución de una gestión viable y rentable del patrimonio y los recursos	Muy factible.

Por último, se identificaron recursos patrimoniales culturales que no tienen potencial para ser activos turísticos, los cuales son:

- Leyenda del cocodrilo y el cosmos (Uxuxubi)
- Meliponario (Uxuxubi)
- Día de la Santa Cruz (Nuevo Xcan)
- Día de la Virgen de Fátima (Nuevo Xcan).
- Día de la Virgen de Guadalupe. (Nuevo Xcan)
- Día de Reyes (Nuevo Xcan).
- Leyenda del Saraguato (Nuevo Xcan)
- Nacimiento de Jesús (posadas). (Nuevo Xcan)
- Fiesta Patronal de San Isidro Labrador.

En el caso de Uxuxubi se identificó que se requiere desarrollo de producto e integrarlo en otra propuesta, debido a que geográficamente implica un desplazamiento mecánico importante. En el caso de la leyenda del Saraguato, ésta se comparte con el poblado de Xcán, Yucatan; por lo que también requiere un desplazamiento que sale de los puntos establecidos en la ruta. Los demás recursos patrimoniales culturales son de tipo religioso en los que no existe conectividad con la temática central de la ruta.

11. Conclusiones

La cultura contribuye a la competitividad de un destino siempre y cuando se cuenten con recursos estratégicos y financieros; guías o métodos de administración integral de los recursos; libertad de acción por parte de los gobiernos y la relación entre los diversos actores que intervienen en su gestión (Crouch y Ritchie, 1999). Aún cuando el turismo cultural es un segmento de turismo sensibilizado por conocer y comprender el patrimonio de la localidad, no todo el patrimonio cultural puede convertirse en activo turístico pues se requiere, además de considerar su valor cultural y su grado de conservación, identificar si este recurso patrimonial puede acoger visitantes, tiene accesibilidad, diversidad de actividades, infraestructura, formas de gestión, etcétera. Aunado a lo anterior, para el desarrollo de nuevos productos culturales es esencial su tematicidad y relación con otros recursos patrimoniales (Ávila, 2008)

La aplicación de la metodología ha permitido identificar el nivel de aprovechamiento turístico de los recursos patrimoniales de la Ruta “Misticismo Maya” y determinar aquellos que se pueden integrar como desarrollo de productos turísticos culturales. Debido a que el contexto de análisis se realizó en dos Municipios (Solidaridad y Lázaro Cárdenas) se identificó que la conectividad física entre los recursos patrimoniales dejaba a la comunidad de Uxuxubi fuera de la integración de la ruta (aun cuando pudieran hacerse adecuaciones a los recursos patrimoniales para acoger turismo). Por lo que respecta a las demás comunidades, aun cuando éstas valoran e identifican sus recursos patrimoniales y están dispuestos a compartirlo con los visitantes, no todos pueden integrarse al desarrollo de productos culturales, ya sea porque son recursos complementarios o repetitivos en la región, o por su nivel de conservación, pero principalmente por su capacidad de acogida al turismo, su conectividad física y tematicidad general.

De manera general los recursos patrimoniales tienen un alto grado de conservación, su valor cultural es medio porque existen varios activos turísticos similares pero los que se pueden ver en la zona tienen un nivel calidad aceptable, que puede mejorar; y en la mayoría de los casos se permite una interacción social sin que tengan un fuerte impacto.

Las características de los recursos en relación con su uso turístico, en su mayoría tienen una singularidad media, porque existen otras comunidades aquí y en otras zonas geográficas que ofrecen productos y servicios similares, aunque no están integrados ni tampoco son de la misma calidad. La accesibilidad es media con relación al acceso a los recursos patrimoniales. La mayoría de las comunidades ya tienen infraestructura y algunas actividades, pero falta un ordenamiento y gestión, por lo que su calificación de manera general es media.

En el área de potencialidad para apoyar estrategias de desarrollo y para aportar a productos complejos y diversificados, se identificaron tres grandes grupos, los que ya se pueden considerar activos turísticos porque ya se ofrecen a los visitantes y hay que hacer una intervención baja, para tener un mayor ordenamiento y gestión pero conectan con el hilo temático – argumental principal; los recursos patrimoniales con potencial para convertirse en activos turísticos y requieren un mayor nivel de intervención (diseño y fortalecimiento técnico, procesos administrativos, estándares de calidad, promoción y difusión) para que se puedan integrar al tema principal (en algunos casos hacer la conectividad básica) y los recursos patrimoniales que sólo son complementarios.

Considerando la cadena de Destino – Producto de los activos turísticos identificados en la Ruta, es necesario hacer una intervención con aquellos recursos que requieran una reconstrucción o regeneración en el que se incluya su protección, gestión del recurso e inversión en mejoras de equipamiento, infraestructura, además de capacitación específica para poner a estos recursos en valor, por lo que se requiere un análisis de competitividad en los factores de atracción, de producción, de soporte y de gestión. En cuanto a los que ya son activos turísticos, se requiere revisión de los guiones, procesos y procedimientos para optimizar la experiencia de los turistas. Una vez lo grado lo anterior, se debe desarrollar una temática o un hilo conductor considerando: caracterizar el perfil del visitante por temporadas de Holbox, Puerto Morelos y Playa del Carmen, centros de distribución para la Ruta Misticismo Maya. Una vez que se identifique la demanda, realizar una matriz de correspondencia entre los atractivos, los productos y los segmentos de la demanda (Pulido, 2008); realizar un análisis FODA y de la competencia para elaborar el diseño del producto turístico cultural.

Bibliografía

- Amadeus; Future Foundation 2015. *Future Traveller Tribes 2030: understanding tomorrow's travellers*. Recuperado de: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/travel-report-future-traveller-tribes-2030.pdf>
- Amaya M., C. M.; Conde P., E. M.; Covarrubias R., R. 2008. *La competitividad turística: imperativo para Manzanillo Colima*. Teoría y Praxis. Recuperado de: <https://Dialnet-LaCompetitividadTuristica-2929477.pdf>
- Andrés S., J. L. 2008. *Evaluación del potencial turístico de los espacios rurales. Turismo rural y desarrollo local*. Coordinador, Francisco Cebrián Abellán-Cuenca. Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla- La Mancha, 153-162.
- Ávila B., R. 2008. *Metodología básica para la evaluación ponderada de los recursos patrimoniales en su proceso hacia la conversión en productos turísticos*. Turismo rural y desarrollo local. Coordinador, Francisco Cebrián Abellán-Cuenca. Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla- La Mancha, 229-240.
- Ballart, J.; Tresserras J., J. 2003. *El Patrimonio y el Turismo*. Patrimonio cultural y turismo Cuadernos. Pensamiento acerca del Patrimonio Cultural. Antología de Textos. 161-187. México, D. F.: Coordinación de Patrimonio Cultural y Turismo. Recuperado de: http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/publi/Cuadernos_19_num/cuaderno3.pdf
- Bonfil B., G. 2000. *Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados*. Revista Mexicana de Estudios Antropológicos, Vols. XLV- XLVI, 16-39. Recuperado de: <http://ciudadespatrimonio.mx/descargables/NUUESTRO-PATRIMONIO-CULTURAL-UN-LABERINTO-DE-SIGNIFICADOS.pdf>
- Cárdenas T., F. 2006. *Proyectos turísticos. Localización e inversión* 2ª ed. Mexico: Trillas
- CONACULTA 2004. *El ABC del patrimonio*. Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo. Recuperado de: http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/abc_patrimonio.pdf
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes 2008. *Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable*. Gobierno de Chile. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- Criado B., F. 2008. *Evaluación, promoción y gestión de recursos turísticos del patrimonio cultural*. Turismo rural y desarrollo local. Coordinador, Francisco Cebrián Abellán-Cuenca. Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla- La Mancha, 99-108.
- Crouch, G.I.; Ritchie, B. J. R. 1999. *Tourism, competitiveness and societal prosperity*. Journal of Business Reserch 44 (3), 137-152.
- García H., B 2005. *Características diferenciales del producto de turismo rural*. Cuadernos de Turismo. Núm. 15, 113-133. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39801507.pdf>
- Marchena G., M.; Repiso R., F. 1999. Turismo cultural: el caso de Sevilla. Cuadernos de turismo, N° 4, 35 -50. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/205703.pdf>
- Marín B., B.A. 2017. Diseño conceptual de productos turísticos culturales, desde el enfoque de la animación sociocultural, para generar ventaja competitiva en Puerto Morelos, Quintana Roo. Tesina de Maestría. Escuela Superior de Turismo – Instituto Politécnico Nacional.
- Mazaro, R. M.; Varzin, G. 2008. *Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad*. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n3/09.pdf>
- Mediano, L. 2008. *Los retos del marketing rural*. En Pulido, J. I., El turismo rural: estructura económica y configuración territorial en España rural. Madrid: Ed. Síntesis. págs.: 235-260
- Morillo, M. 2011. Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión General*, (1), 135–158.
- Murdock, P. 1976. *Guía para la clasificación de los datos culturales*. Universidad Autónoma Metropolitana -Departamento de antropología. Recuperado de: <https://vdocuments.mx/guiamurdockpdf.html>
- Nielsen Co. 2007. Estudio de la segmentación de la demanda turística con dirección a México en los mercados: nacional, europeo (España, Francia, Italia, Reino Unido y Alemania) y Norteamericano (Estados Unidos y Canadá). Recuperado de: http://www.cptm.com.mx/sites/default/files/docs/4_reporte_final_de_segmentacion_de_turistas_v5_0.pdf
- Norrild, J. 2002. Patrimonio, características y uso. En Schlüter, R.; Norrild, J. (coord.) Recuperado de: http://www.cieturisticos.com.ar/Pdf/DWL-02-Comp_pat.pdf
- OECD. 2009. *The impact of Culture on Tourism*. Paris. Recuperado de: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/42040227.pdf>

- Prats, L. 1998. El concepto de patrimonio cultural. *Política y Sociedad. Revista de la Universidad Complutense*, (27), 63-76.
- Pulido F., J. I. 2008. *La investigación del mercado turístico. Situación y tendencias actuales. Turismo rural y desarrollo local*. Coordinador, Francisco Cebrián Abellán-Cuenca. Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla- La Mancha, 123-132.
- Richards, G. 2001. *Cultural attractions and european tourism*. Department of Leisure Studies Tilburg University. Tilburg, Netherlands: Edit. Greg Richards.
- Santana T., A. 2003. *Turismo cultural, culturas turísticas*. Horizontes antropológicos. Porto Alegre, Año 9, N° 20, 31-57.
- SEGOB 2013. Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Recuperado de: <http://pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf>
- SERNATUR 2015. Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados. Subdirección de Productos y Destinos Sustentables. Recuperado de: <https://asesoresenturismoper.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-ur3adsticos-chile.pdf>
- Sarrate Capdevila, M. L. 2008. Génesis y evolución de la animación sociocultural. En Serrate Capdevila (coord.) Programas de animación sociocultural 16-31. Recuperado de: <https://eduso.files.wordpress.com/2008/06/animacion-sociocultural.pdf>
- Tresserras, J. J. 2005. El patrimonio como generador de desarrollo a partir del turismo. Recuperado de: http://www.fundacioabertis.org/racs_jor/2005_patrimonio_tresserras.pdf
- Tresserras, J. J. 2006. Gestión de proyectos de patrimonio cultural y turismo. En Antología sobre culturas populares III. Lecturas del Seminario Diálogos en acción, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. 131-148.
- Thompson, J. B. 1998. El concepto de cultura. En ideología y cultura moderna. Recuperado de: <https://iberocultura.files.wordpress.com/2011/05/s09-thompson-john-b-ideologia-y-cultura-moderna-c3.pdf>
- UAM – IZTAPALAPA 1989. Guía para la clasificación de datos culturales. Recuperado de: <https://vdocuments.mx/guia-murdock-uam-i.html>
- UNESCO 1972. Convención para la protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural. París. Recuperado de: <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- UNESCO 1998. Conferencia intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo. Estocolmo. Recuperado de: http://www.lacult.unesco.org/docc/1998_Conf_Intergub_sobre_pol_cult_para_des.pdf
- UNESCO 2002. *Declaración universal sobre la diversidad cultural*. Johannesburgo. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf>
- UNESCO 2003. *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. París. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>
- Velasco G., M. 2009. *Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del patrimonio cultural*. Recuperado de: <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/15453/1/67591.pdf>

Recibido: 09/01/2019

Reenviado: 17/04/2020

Aceptado: 09/06/2020

Sometido a evaluación por pares anónimos