



**Universidad Autónoma del Estado de México**

Facultad de Turismo y Gastronomía  
Centro de Investigación y Estudios Turísticos

Título

**“Posicionamiento turístico de la gastronomía del sur de Quintana Roo a través del diseño de una ruta gastronómica”**

Trabajo Terminal para obtener el Grado de  
*Maestro en Gestión de la Gastronomía Tradicional Mexicana*

Maestrante

Lic. en Gastronomía Carlos Argenis Quiñones Hernández

Comité tutorial:

Directora

Dra. Arlén Sánchez Valdés

Co directores:

Dra. Diana Castro Ricalde

Dr. Enrique Guadarrama Tavira

*Toluca, Estado de México*



FACULTAD DE  
TURISMO Y  
GASTRONOMÍA



## Resumen

En últimas fechas, ha sido amplio el interés por reconocer los diferentes tipos de cocinas que están presentes en cada una de las regiones del país por lo cual, este trabajo tuvo como objetivo el posicionamiento turístico a partir del diseño de una ruta gastronómica en el Sur de Quintana Roo. Esto, porque se considera que la gastronomía tiene un valor económico, social y cultural que empieza a cobrar relevancia a partir del reconocimiento de la UNESCO en el 2010 donde se declara a la cocina mexicana como “Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad”.

Este fue un estudio de corte cualitativo donde a través de entrevistas semiestructuradas dirigida a informantes clave, expertos en el ámbito del turismo y la gastronomía, el sector público y privado, así como a personas inmersas en el ámbito académico, se pudo contrastar lo que establece la teoría con la realidad del sur de Quintana Roo y diseñar un proyecto de intervención materializado en una ruta gastronómica.

En un primer paso, se logró documentar e identificar las cocinas que se encuentran presentes en esta región: la cocina fronteriza, la cocina maya y la cocina caribeña. Lo cual evidenció los pocos estudios que existen en relación con este tipo de cocinas. Posteriormente, se identificaron los elementos e ingredientes clave característicos de la cocina tradicional del sur de Quintana Roo utilizados en el ámbito turístico y gastronómico siendo a partir de esto que con base en los fundamentos teóricos de la mercadotecnia: producto, precio, plaza y promoción, se inició el proceso de diseño de una ruta gastronómica como la estrategia que permitirá contribuir al posicionamiento de la cocina fronteriza, logrando dinamizar su economía, y la generación de sinergias que permitan revalorar el capital cultural existente.

### Palabras clave

Posicionamiento turístico; Gastronomía tradicional; Turismo gastronómico; Ruta gastronómica; Cocina fronteriza.





## Abstract

In recent times, there has been a wide interest on recognizing the different types of cuisines that are present in each of the country's regions, which is why this work aimed at positioning tourism based on the design of a gastronomic route in the South. from Quintana Roo. That is the reason gastronomy has an economic, social, and cultural value that begins to gain relevance after the recognition of UNESCO in 2010 where Mexican cuisine is declared as "Intangible Cultural Heritage of Humanity".

This was a qualitative study where, through semi-structured interviews addressed to key informants, experts in the field of tourism and gastronomy, the public and private sectors, as well as people immersed in the academic field, it was possible to contrast what establishes the theory with the reality of the south of Quintana Roo and design an intervention project materialized in a gastronomic route.

In a first step, it was possible to document and identify the cuisines that are present in this region: border cuisine, mayan cuisine and caribbean cuisine. This shows up the few studies that exist in relation to this type of kitchen. Subsequently, the key elements and ingredients of the traditional cuisine of the south of Quintana Roo used in the tourist and gastronomic field were identified, being from this that based on the theoretical foundations of marketing: product, price, place and promotion, The process of designing a gastronomic route began as the strategy that will allow contributing to the positioning of border cuisine, managing to boost its economy, and the generation of synergies that allow the existing cultural capital to be revalued.

## Keywords

Tourist positioning; Traditional gastronomy; Gastronomic tourism; Gastronomic route; Border cuisine.





## Índice de contenido

I. Glosario	8
II. Introducción	12
III. Objetivos	19
Objetivo general	19
Objetivos específicos	19
IV. Modelo teórico de intervención	20
La gastronomía del sur de Quintana Roo a partir de sus condiciones geográficas	27
Cocina maya	28
Cocina caribeña	30
Cocina fronteriza	33
Posicionamiento turístico	38
Rutas gastronómicas	43
V. Metodología	47
Metodología para el diseño de una ruta gastronómica.	49
VI. Análisis de resultados	58
Entrevistas realizadas	58
VII. Producto final: Propuesta de ruta gastronómica.	64
Desarrollo de la metodología para el diseño de una ruta gastronómica	64
VIII. Discusión	104
IX. Conclusiones	106





Universidad Autónoma del Estado de México

X. Referencias consultadas	109
XI. Anexos	121





## I. Glosario

**Árbol de ramón:** El árbol de ramón (*Brosimum alicastrum*) es una de las tres especies arbóreas más abundantes en la Reserva de la Biósfera Maya. Su madera se aprovecha para la elaboración de artesanías y muebles, su follaje se usa para la alimentación de animales y las semillas se recolectan con fines alimenticios.

**Bacalar:** El idioma maya *Bakhalal* significa *cerca o rodeado de carrizos*. Laguna de los siete colores, ubicada en el estado de Quintana Roo y que se ubica muy cerca de Chetumal, la capital de dicha entidad.

**Cacicazgo:** Territorio en el que manda un cacique.

**Cacique:** Gobernante o jefe de una comunidad o pueblo de indios.

**Cactáceas:** Planta de la familia de las cactáceas, de tallo globoso con espinas, propia de climas desérticos.

**Cazón:** Pertenece al grupo de los elasmobranquios, peces cuyo esqueleto está formado por cartílago. Se encuentra en este grupo junto a los tiburones y mantarrayas. Tradicionalmente utilizado en la Península de Yucatán para elaborar un platillo tradicional denominado “Pan de cazón”.

**Cha’a chaak:** La palabra *Chaak* en Maya se refiere a la *lluvia*, es por esto por lo que, bautizaron al Dios de la lluvia como *Dios Chaak*. La palabra *Cha’a* significa *caer*, por lo que la traducción más aproximada de esta expresión sería caer lluvia.

**Ch'aak Temal:** Maya yucateco: *donde crecen los árboles rojos*.

**Chactemal:** El toponímico se usó para nombrar a una de las jurisdicciones o provincias mayas existentes en la Península de Yucatán a la llegada de los conquistadores españoles en el siglo XVI.





**Chaya:** También conocida como árbol espinaca, la chaya es un arbusto nativo de Tabasco y la Península de Yucatán, es muy popular ya que sus hojas son cocinadas y preparadas como las espinacas.

**Chile dulce:** Variedad de pimiento muy propia de la región. Su sabor, más que dulce, es amargo, no es jugoso ni grueso. No pica, pero otorga un sabor especial a la comida que condimenta.

**Chile habanero:** Es el único chile perteneciente a la variedad *Capsicum chinense* que se utiliza en México. Tiene textura suave y forma globosa; de color verde claro cuando joven, que se vuelve amarillo y más tarde anaranjado en su etapa madura.

**Chile xcatic:** Chile fresco regional de la península de Yucatán, de color amarillo pálido, delgado, puntiagudo, de forma cónica alargada y algo ondulada.

**Cochinita pibil:** Platillo típico de la cocina de la península de Yucatán preparado con carne de lechón o cerdo condimentado con recado rojo cocido bajo tierra.

**Cultura maya:** Cultura prehispánica asentada en los estados mexicanos de Yucatán, Campeche, Quintana Roo, Chiapas y Tabasco; así como en los países centroamericanos de Guatemala y Belice, Honduras y El Salvador.

**Hanal pixan:** Del vocablo maya: *comida de las ánimas*, es una tradición del pueblo maya que se lleva a cabo para recordar de una manera especial a los amigos y parientes que se adelantaron en el viaje eterno.

**Hato:** Construcción donde duermen los chicleros. También es la posada en general; campamento en las monterías.

**Hoja de plátano:** Hoja del árbol del plátano de la familia de las musáceas. Es de gran tamaño, verde claro u oscuro, forma ovada con una costilla gruesa en el centro.

**Huay-Pix:** Del idioma maya, *cobija de Brujo*. El poblado es considerado pequeño por el número de habitantes. Se ubica al sur de Q. Roo, a un costado de la Laguna Milagros.





Universidad Autónoma del Estado de México

**Lima:** Fruto del limero de forma esferoidal aplanada y de unos cinco centímetros de diámetro, pezón bien saliente de la base, corteza lisa y verde (otra variedad, amarilla), y pulpa verdosa, dividida en gajos, comestible, jugosa y de sabor algo ácido.

**Macum:** Nombre que reciben distintas clases de guisos tradicionales de la Península de Yucatán a base de carnes de pescado, cocinada a fuego lento con diversas especias en una olla de barro.

**Mucbi Ka'ax:** Del vocablo maya: *gallina de patio enterrada*. Platillo originario del sureste del estado de Quintana Roo.

**Naranja agria:** Fruto de la familia de las rutáceas de sabor agrio, ligeramente más pequeña que la naranja común, de piel rugosa; tiene muchas semillas y es poco jugosa.

**Pámpano:** Pez marino comestible, que habita en las costas del golfo de México.

**Pepita molida:** Pepita de calabaza tostada, molida finamente con sal. Los mayas de la Península de Yucatán la llevan como provisión durante viajes o para el trabajo en la milpa y la consumen en tacos. Se dice que debe dársele a los niños pequeños para que tengan buena memoria.

**Pibipollo:** Guiso de pollo que se cuece en el *pib*. Es un platillo similar a un tamal o pan. Las piezas de pollo se colocan en un molde forrado con hojas de plátano y masa de maíz.

**Pil-pil:** Salsa de influencia española consistente en una emulsión que se consigue con los jugos y la gelatina que suelta el bacalao y un aceite de oliva aromatizado con ajo y guindilla. Se trata de una crema ligera de color amarillo-blanquecino. En la zona sur del estado de Quintana Roo se sustituye con chile habanero y otro tipo de pescado de la región.

**Recaudo (recado):** Del vocablo maya: *Xa'ak'*. Mezcla de especias e ingredientes aromáticos molidos que se utilizan como sazónadores de guisos y platillos principalmente en la cocina yucateca.







Universidad Autónoma del Estado de México

**Relleno negro:** Platillo elaborado con picadillo de carne de cerdo guisado con jitomate, epazote y claras de huevo cocidas y picadas. Todo se condimenta con recado negro.

**Rice and beans:** Platillo con influencia caribeña elaborado con arroz y frijoles cocidos en leche de coco; se sirve con pollo tradicionalmente en adobo.

**Río Hondo:** Límite natural y frontera establecida entre Quintana Roo y Belice que desemboca en la Bahía de Chetumal; cuyos 156 km casi en su totalidad son navegables.

**Seré de pescado:** Guiso de pescado o camarón cuya salsa se prepara con jitomate, cebolla, recado rojo, leche de coco, chile *xcatik* y, a veces, plátano macho verde.

**Tepezcuintle:** Roedor del tamaño de un conejo que alcanza un peso de hasta 12 k. Es de color café con líneas horizontales y puntos color crema. Habita en las selvas tropicales de México y se alimenta de frutos, hojas tiernas, raíces y semillas. Los nativos de estos lugares lo cazan mucho, para protegerlo se están haciendo criaderos.

**Tikin-xiic:** Donde *tikin* significa *cosa seca* y *xiik ala*, en este caso, *aleta de pescado*. Preparación hecha con pescado untado con pasta de achiote para ser cocido a las brasas envuelto en hoja de plátano.

**X'pelon:** Con este nombre se designa al frijol negro de Yucatán y, en general, en toda la Península; se conocen dos variedades: *Vigna unguiculata* y *Vigna sinensis*.

**Xul-Ha:** Del idioma maya, *final del agua*. Localidad del estado mexicano de Quintana Roo, localizada al sur del estado en la ribera de la Laguna de Bacalar.

**Zazil-Ha:** Del idioma maya, *princesa del agua*. Princesa maya que enamoró a Gonzalo Guerrero, conquistador de origen español, que había llegado a la península de Yucatán luego de un naufragio.





## II. Introducción

El presente proyecto de intervención buscó desarrollar un proyecto innovador que permita contribuir al aprovechamiento de la gastronomía tradicional mexicana considerando sus dimensiones económicas, sociales y culturales bajo la línea de investigación denominada Gestión del patrimonio gastronómico tradicional mexicano de la Maestría en Gestión de la Gastronomía Tradicional Mexicana de la Universidad Autónoma del Estado de México.

La intervención está enfocada a la zona sur de Quintana Roo, estado situado al sureste de la República Mexicana, en la parte oriental de la Península de Yucatán; colinda al Norte con el Golfo de México y el estado de Yucatán; al sur con los países Belice y Guatemala; al Este con el Mar Caribe y al Oeste con el estado de Campeche.

El estado de Quintana Roo se divide políticamente en 11 municipios y es considerado el estado más joven de México junto a Baja California, ambos creados el 8 de octubre de 1974 a través de la iniciativa de reforma al Artículo 43 constitucional presentada por el presidente Luis Echeverría ante el Congreso de la Unión; a partir de este hecho, Quintana Roo se erige como estado de la República Mexicana y pese a su corta edad como estado libre y soberano, la historia de territorio se escribe desde la época de los mayas, hasta el florecimiento de Cancún como ciudad dinámica, no sólo de la Península de Yucatán y el sureste mexicano, sino de todo el país.

En el extremo oriental del estado se encuentran las lagunas de Bacalar, *Xul-ha* y *Huay-Pix*, así como otras más pequeñas, en esta zona también se identifican importantes extensiones de humedales, manglares y dunas costeras. La región sur del estado de Quintana Roo, México, está integrada por los municipios de Othón Pompeyo Blanco y Bacalar, abarcando el 35.71% de la extensión territorial del estado (INEGI, 2020).

Los datos recabados por parte del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED, 2010) refieren que los habitantes de esta región se constituyen por nativos descendientes de los mayas, inmigrantes de la Península de Yucatán, y población perteneciente al centro del país, así como habitantes de los programas de colonización del Gobierno Federal en la década de los setenta. Asimismo, refiere que las principales





Universidad Autónoma del Estado de México

actividades económicas de esta zona son la agricultura, ganadería, apicultura, explotación forestal, cosecha y procesamiento del chicle, pesca, pequeña industria, comercio y la administración pública.

El inicio del mestizaje en el continente americano se dio en las costas de Quintana Roo cuando el español Gonzalo Guerrero fue rescatado por indígenas mayas y casado con la princesa *Zazil Ha*, hija del *cacique* de *Chactemal*, –actualmente Chetumal, capital del estado nombrada como cuna del mestizaje ante este suceso- (INAFED, 2020). Es durante esta época cuando empieza a escribirse la historia de la gastronomía del sur de Quintana Roo a partir del sincretismo cultural que este hecho histórico trajo consigo.

El plan de colonización del sureste del país se llevó a cabo durante el siglo XVI, por el cual grupos indígenas se trasladaron a la zona selvática con la finalidad de mantener su independencia, así de esta manera, la conquista armada de los indígenas mayas no se consumó; no obstante, este acontecimiento marca el inicio del desplazamiento de la identidad gastronómica de esta cultura hacia a otros puntos de este territorio. Es importante mencionar que con el paso de los años se domina parcialmente a través de la religión, la cual fusionó prácticas católicas con ritos indígenas logrando un sincretismo religioso que aún es visible en esta zona.

El Plan Estatal de Desarrollo Turístico 2016-2022 de Quintana Roo describe al estado como un sitio predilecto en México por parte del turismo nacional e internacional, lo anterior gracias a su riqueza de paisajes, recursos naturales, sus arrecifes, parques, ríos subterráneos, manglares, zonas arqueológicas y una amplia gama de tradiciones culturales; sin embargo, las estrategias del Gobierno Federal y Estatal que se han venido realizando en las últimas décadas han sido enfocadas a ofertar al turismo paisajes de sol y playa presente en la zona norte del estado, propiciando que las localidades pertenecientes al sur queden aisladas debido a que no forman parte de este plan.

Los esfuerzos realizados durante la última década por parte de las localidades pertenecientes a esta región, así como las cooperativas, empresarios y la misma población, han sido identificados a través de proyectos dirigidos al posicionamiento del sur del estado como un destino turístico de tranquilidad a partir de su oferta sustentable;





tal como lo son el ecoturismo comunitario, el turismo rural y el turismo arqueológico. La región cuenta con áreas naturales y culturales protegidas que, gracias a su identidad cultural, son consideradas de gran interés para segmentos de mercados turísticos poco convencionales.

La zona sur de Quintana Roo posee un potencial turístico gracias a la oferta de sus sitios y servicios turísticos; sin embargo, poco se habla de su gastronomía, incluso, no se logra visualizar la llegada del turismo en la actualidad, logrando interferir en la prevalencia de la cultura gastronómica de la zona, y su desarrollo económico. En consecuencia, la gastronomía de esta zona no es reconocida y, por ende, no ha logrado posicionarse como una opción para el turismo nacional e internacional, tal como ha ocurrido con la gastronomía yucateca, oaxaqueña, poblana o michoacana, ampliamente conocidas en el país.

La falta de reconocimiento de la gastronomía tradicional de esta zona se atribuye a la corta edad del estado de Quintana Roo, propiciando que se crea que no existe una tradición culinaria en esta zona, situación que otro autor considera totalmente errónea:

Es importante recalcar que hay gran pasado indígena maya, que se encuentra muy fácil tierra adentro y tal vez no tanto a la orilla del mar, porque los mayas decidieron habitar en las tierras interiores donde hay más prosperidad de los productos agrícolas, tampoco es corta la tradición la culinaria que existe en Chetumal, Quintana Roo, capital del estado y aunque se pudiera pensar que no hay una sociedad antigua o tradiciones, nada más puede estar más lejos de la realidad, porque, aunque jurídicamente solo hay 50 años, habitantes en estas tierras, habitantes que siempre existieron. (Muñoz, 2020, p. 13).

El territorio que ocupaba la Península de Yucatán antes de la Conquista se encontraba habitado por el pueblo maya, por lo que actualmente Quintana Roo es el segundo estado, después de Yucatán, con mayor número de habitantes procedentes de esta cultura; por tal motivo, la cocina quintanarroense se ve influenciada por las costumbres alimentarias





## Universidad Autónoma del Estado de México

de los grupos originarios de esta cultura. Algunos de los platillos que representan a este estado, tienen nexos con las entidades vecinas de Campeche, Yucatán, incluso con el hermano país de Belice; sin embargo, existe un sello en el estilo de preparación que permite dejar una impresión profunda en el pueblo y comensales de paso.

La riqueza gastronómica de esta zona se expande en múltiples fusiones incentivada por la pluriculturalidad de su población y por sus actividades económicas que fluyen en lo andamiajes del turismo; de igual manera, el Río Hondo toma un papel importante en este territorio pues ha sido testigo de innumerables travesías: ruta de los antiguos mayas, diestros navegantes, comerciantes y pescadores; vía de corsarios y piratas que asolaban en los siglos XVII y XVIII las aguas caribeñas; corredor del tráfico de armas durante la guerra de castas y posteriormente conducto para sacar las riquezas madereras de la zona.

La diversa vegetación que puebla las riberas del Río Hondo, así como sus interminables manglares, las palmas reales, los cocoteros, y las *cactáceas*, han sido testigos del agitado tráfico humano motivado por la guerra y el comercio; así pues, esta gran corriente fluvial es considerada la arteria vital en esta historia de migraciones que conforma la identidad cultural del sureste del estado.

El Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México (2018) ubica a Quintana Roo como el estado con mayor afluencia turística en México; son la ciudad de Cancún y la Riviera Maya los destinos que concentran el mayor número de visitas con más de seis millones de turistas internacionales, mientras que la Costa Maya, ubicada en el sur del estado únicamente registró la visita de 600 mil turistas; adicional, la gastronomía en esta región no es considerada como un recurso turístico ni de desarrollo económico por lo que diversas asociaciones y personas relacionadas al sector del servicio de alimentos y bebidas han tomado la iniciativa de difundir la importancia de la identidad gastronómica de esta zona como factor de desarrollo turístico y económico.

La documentación, salvaguarda y difusión de las costumbres, conocimientos y procesos de elaboración de diversos platillos que guardan las cocineras tradicionales las comunidades pertenecientes a esta región, así como los ingredientes que emplean en





diversas preparaciones propias de su gastronomía se han mantenido desde la época prehispánica hasta la actualidad; ejemplo de ellos son la carne del venado, la *chaya*, el *tepezcuintle*, la langosta, el camote y el pavo de monte, por mencionar algunos.

La pérdida de la producción agrícola ocasionada por el cambio climático es otra problemática que interfiere en el desarrollo económico de esta zona pues ocasiona la falta de recursos económicos en las diversas localidades del estado de Quintana Roo, principalmente las que se encuentran en la zona sur del estado; de acuerdo con datos de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2019) los campesinos de estas localidades perdieron en este año la quinta parte de sus cultivos de maíz, lo que representó nueve mil 602 hectáreas de un total de 52 mil 059 sembradas durante este año.

La globalización es un factor que también ha contribuido a la problemática de esta región, en caso concreto, pobladores descendientes de la cultura maya que aún habitan en comunidades rurales de los municipios del estado, manifiestan estar perdiendo prácticas ancestrales (Leyva y Pérez, 2015); primeramente, en las nuevas generaciones que acuden a escuelas donde cada día se habla menos el idioma materno y las costumbres indígenas cada vez son más influenciadas por las de otros países, es decir, la llamada transculturación (Domínguez y Vázquez, 2008).

Sin duda, México es un mosaico geográfico y cultural que en el cual se pueden encontrar una gran diversidad de climas, idiomas, creencias, costumbres y recursos, persistiendo desde tiempos prehispánicos y siendo parte de la identidad nacional (Navarrete, 2008). El estado de Quintana Roo posee una diversidad cultural que es visible a través de sus tradiciones y costumbres influenciadas por factores de tipo étnico, geográfico y por la disposición de productos endémicos, en este sentido, de acuerdo a Espeitx (2004) la cocina y los productos locales se integran en el apartado de patrimonio etnológico o tradiciones, otorgándoles valor como al resto de elementos patrimoniales.

Los problemas descritos anteriormente han perjudicado directamente a la conservación de la gastronomía del sur de Quintana Roo, en caso específico, se han identificado platillos típicos de esta zona que han desaparecido mientras que otros están en vías de





extinción y algunos más ya no son elaborados a la usanza antigua sino en versiones modernas muy lejanas al origen del platillo; en la actualidad, la mitad de lo que los mexicanos consumen son productos procesados de empresas transnacionales que elaboran alimentos chatarra, con alto contenido de sal, grasas y azúcar siendo inadecuados para una población que padece inseguridad alimentaria (Enciso, 2013).

La dieta de las poblaciones indígenas se ha visto afectada como efecto de la globalización; aunado a esto, la falta de interés del sector gubernamental, académico y empresarial respecto al desarrollo económico de esta zona, contribuyen a que en corto plazo la gastronomía local se pierda si no se trabaja en su reconocimiento, documentación y posicionamiento turístico.

La creación de esta ruta gastronómica denominada “Cocina fronteriza: legado de sabores” en el sur de Quintana Roo representa el producto final del Trabajo Terminal de Grado para obtener el grado de Maestro en Gestión de la Gastronomía Tradicional mexicana. Dicho Trabajo Terminal de Grado está conformado por cinco apartados que permiten al lector conocer el desarrollo de una estrategia que pretende contribuir al posicionamiento turístico de la comida fronteriza en esta región.

El primer apartado denominado “Modelo teórico de intervención”, describe los conceptos relacionados a las categorías, unidades de análisis, teorías y ejes teóricos que constituyen el trabajo a través de una revisión crítica de la literatura y la teoría, en este sentido, se logra presentar información relacionada con los trabajos previamente realizados en la zona de estudio, así como los diferentes proyectos llevados a cabo con la finalidad de contribuir al desarrollo económico y cultural de la región.

El segundo apartado “Metodología”, describe el enfoque aplicado en esta investigación, así como el método de trabajo, la descripción y la justificación de las técnicas e instrumentos empleados para la obtención de información que posteriormente es analizada e interpretada en la sección de resultados del presente documento. De igual forma, se describen los “Principales hallazgos y propuestas” generadas durante el proceso de investigación con relación a la aplicación de estrategias y acciones concretas para contribuir a solucionar la problemática identificada.





**Universidad Autónoma del Estado de México**

La crítica detallada del apartado de “Resultados”, así como la aplicación de soluciones con relación al conocimiento y la teoría existente se encuentra en el penúltimo apartado; dicha información es sintetizada y analizada para finalmente ser plasmada en los apartados de “discusión” y “Conclusiones” mediante la exposición de la información más relevante que se logró identificar durante el proceso de investigación. De este modo, se culmina la revisión respecto al cumplimiento del propósito de la aplicación y síntesis de nueva información encontrada durante el desarrollo de este trabajo; por último, se logra dejar evidencia de las limitaciones encontradas durante este proceso y para finalizar, se realizan las recomendaciones para futuros investigadores que quieran contribuir al posicionamiento turístico de la cocina fronteriza del sur de Quintana Roo.







### III. Objetivos

#### Objetivo general

- Diseñar una ruta gastronómica como estrategia de posicionamiento turístico a partir del reconocimiento, documentación y gestión de la gastronomía tradicional vigente en el sur de Quintana Roo.

#### Objetivos específicos

- Identificar los ingredientes característicos de la cocina tradicional del Sur de Quintana Roo utilizados en el ámbito turístico y gastronómico como factores identitarios de la zona.
- Analizar los elementos culturales de la cocina tradicional del Sur de Quintana Roo utilizados en el ámbito turístico y gastronómico como factores identitarios de la zona.
- Vincular los antecedentes históricos y tradicionales en materia gastronómica con los elementos culturales, naturales, materiales e inmateriales actuales.
- Evaluar algunos servicios de la zona con potencial turístico: alojamiento, alimentación, transporte y esparcimiento.
- Implementar estrategias digitales e interactivas que permitan posicionar turísticamente la cocina fronteriza de la zona en cuestión.





#### IV. Modelo teórico de intervención

El panorama gastronómico en materia de investigación ha sido abordado desde diferentes enfoques a partir del interés que existe en la gestión del patrimonio cultural como actividad económica para el desarrollo de una región, así como elemento diferenciador de los pueblos. En una primera ola de estudios que caracterizaron el inicio del siglo XXI, se destaca el interés de rescatar los saberes y sabores de las culturas indígenas, que por muchos años estuvo arraigada, haciendo énfasis en la gastronomía como factor clave de atracción tanto para definir la competitividad de los destinos turísticos como la promoción para los mismos (López y Sánchez, 2012).

La conceptualización de la gastronomía como un elemento que actúa en el espacio natural y social influyendo en la producción y transformación del espacio (Mascarenhas, 2010) dio paso a una serie de estudios que vinculaban la gastronomía y el territorio. En este sentido, los estudios de Lizarzaburo (2016) ya le daban otro significado al territorio, haciendo énfasis en el vínculo que existe entre la cocina tradicional y una zona específica como medio para la revitalización y conservación del patrimonio alimentario de un pueblo (Ken, 2019), sin dejar de lado la sostenibilidad y dentro de todo esto, lo concerniente a la seguridad alimentaria; de este modo, se concluye que la gastronomía puede llegar a ser el motivo principal para convertirse en un destino turístico (López y Sánchez, 2012).

La gastronomía es un elemento dinamizador de la economía y el desarrollo social de los ciudadanos y las comunidades, no obstante, las limitaciones para hacer uso de ésta son producto de la débil capacidad organizacional de las instituciones y el desinterés de los gestores y portadores de la tradición, lo que se convierte en un riesgo para la transmisión generacional de los saberes, el fomento de capacidades y el desarrollo económico local (Granados, 2017). Se puede inferir que, en comparación al interés de otros países respecto a la gestión del patrimonio gastronómico, México no había prestado atención sino hasta una década atrás.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) incluyó en el 2010 a la cocina tradicional mexicana en su lista de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, al ser considerada un modelo cultural completo que incluye





Universidad Autónoma del Estado de México

actividades agrarias, prácticas rituales, técnicas culinarias, conocimientos prácticos, costumbres y comportamientos comunitarios ancestrales, lo anterior fue posible gracias a la participación de la colectividad en toda la cadena alimentaria tradicional: desde la siembra y recogida de las cosechas hasta la preparación culinaria y degustación de los manjares.

El nombramiento realizado por la UNESCO representó uno de los procesos de documentación y promoción más importantes por los que ha pasado la gastronomía nacional mexicana, es a partir de este reconocimiento que se potencializa el interés por documentar conocimientos y técnicas relacionadas a la cocina mexicana por parte de investigadores y cocineros que mostraban interés en demostrar lo valioso de las tradiciones y costumbres que enmarcan a las culturas indígenas en México.

El investigador Muñoz Zurita publica en 2012 el *Diccionario Enciclopédico de la Gastronomía Mexicana*; en dicha obra realiza una recopilación vasta de la gastronomía nacional a partir de la entrevista e interacción con los pueblos indígenas, creando un precedente del interés hacia el estudio de las cocinas regionales en México.

El Gobierno de la República Mexicana crea en el 2015 la *Política de Fomento a la Gastronomía Nacional*, la cual tiene como compromiso trabajar en la construcción y consolidación de medidas y acciones de orden técnico, científico, jurídico, cultural, administrativo, social, educativo y financiero para rescatar, impulsar, difundir y salvaguardar la gastronomía mexicana permitiendo posicionarse como un referente en el turismo internacional (Diario Oficial de la Federación, 2015).

Los objetivos considerados en la *Política de Fomento a la Gastronomía Nacional*, son un ejercicio de planificación territorial que involucra la protección de los portadores del patrimonio (cocineras y cocineros, productores en pequeña escala así como artesanos), la transmisión y generación de conocimientos, la capacitación empresarial y de mano de obra, certificación de servicios de calidad y capacidades laborales, la adecuación de planes educativos, la investigación, innovación y la inserción en la cadena de valor gastronómica regionales y locales en prácticas sustentables, eficientes y productivas.





Universidad Autónoma del Estado de México

La iniciativa por parte de diversos investigadores y cocineros en documentar y difundir los saberes y técnicas empleadas por las culturas indígenas dentro de sus cocinas empezó a hacerse palpable a través del desarrollo de recetarios, libros, proyectos y festivales que tenían como eje central la difusión de la gastronomía local. No obstante, ya algunas personalidades del medio gastronómico se encontraban trabajando en este tipo de proyectos, tal es el caso de Yuri de Gortari y Edmundo Escamilla quienes fundaron la *Escuela Superior de Gastronomía* con el objetivo de rescatar, salvaguardar y promover la cocina tradicional mexicana a través de la elaboración de recetas tradicionales de México de diferentes épocas manteniendo vivas las tradiciones y costumbres mexicanas.

El cambio cultural, la pérdida y desuso de ingredientes por diversas causas, así como el abandono del campo mexicano, fueron motivos por los que Diana Kennedy se dio a la tarea de documentar recetas de la zona sur de México, a través de investigación de campo desarrollada en mercados o lugares populares que dan lugar a los alimentos y bebidas tradicionales, ahí logra obtener información de primera mano al entrevistar a los mismos indígenas. En este sentido, al hablar de cocina popular mexicana, su historia y evolución con el paso de los años, Cristina Barros se ha enfocado en plasmar el sentir de los pobladores indígenas, sus anécdotas, tradiciones y técnicas culinarias mexicanas que aún son visibles en diferentes regiones de México (Barros, 2007).

El *Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana* surge con la finalidad de preservar, rescatar, salvaguardar y promocionar los usos, costumbres, productos, prácticas culturales y saberes que constituyen el tronco común que define a la cocina tradicional mexicana, al mismo tiempo tiene como objetivo promover la expresión de corrientes innovadoras que garanticen la continuidad del patrimonio culinario con identidad propia y carácter único a modo de asegurar su transmisión a las futuras generaciones.

La valorización de las cocinas tradicionales como expresión de continuidad histórica a través del legado culinario que funge como vertebrador de costumbres y como eje de cohesión comunitaria y social ha logrado favorecer expresiones y corrientes innovadoras de la gastronomía antigua con gran potencial de expansión y desarrollo futuro. Lo anterior, ha permitido fortalecer el interés del manejo sustentable de los recursos





naturales del país, aunado a la creatividad de las cocineras tradicionales y todos aquellos que intervienen en la afirmación y difusión de la cocina mexicana.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) promueve en el 2018 el distintivo internacional "Ven a Comer" (sic), con la finalidad de distinguir y reconocer a la cocina mexicana como patrimonio cultural y elemento de cohesión social e impulsor de la economía local, regional y nacional; asimismo, se impulsa la gastronomía como atractivo turístico de México. Al mismo tiempo, contribuye al rescate, salvaguarda, difusión e innovación para promover a la cadena de valor desde su producción hasta su consumo.

La SECTUR en aprovechamiento de la designación en 2010 de la comida mexicana tradicional como patrimonio intangible por parte de la UNESCO, lanza en el año 2012, 18 rutas turísticas de tema gastronómico con la finalidad de enlazar diferentes destinos en los que se realizan distintas actividades que se centran en la gastronomía de manera prioritaria. Dichas rutas permiten conocer la cultura de un destino, así como sus tradiciones, usos y costumbres a través de un patrimonio inmaterial tan importante como es la gastronomía, este tipo de turismo, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, representó en el 2017, el 40% del gasto turístico mundial.

Las rutas gastronómicas en México, de acuerdo con Navarrete (2018) considera: 155 destinos turísticos, 31 Pueblos Mágicos, 9 ciudades Patrimonio de la Humanidad, 14 sitios naturales y culturales, 25 etnias, y más de 1,500 platillos y bebidas típicas de las diferentes regiones de México. El turista que opta por vivir este tipo de experiencias gusta de es dar a conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas particulares de una región que se preparan con motivos o en fechas especiales y que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia en la localidad o porque son de temporada (Johen, 2015).

La Organización Mundial del Turismo con la finalidad de incidir en la promoción y posicionamiento de la gastronomía de los pueblos indígenas, publica en 2020 la "Guía para el Desarrollo del Turismo Gastronómico", la cual propone la implementación de rutas gastronómicas con la finalidad de potenciar la identidad culinaria de los territorios e impulsar propuestas para conseguir que la gastronomía de la zona y sus singularidades





permitan influir de manera importante en la decisión del turista de viajar al destino en cuestión y/o atraer a ese perfil de turista gastronómico que busca profundizar en la cultura gastronómica de los lugares que visita (Medina, 2017); de este modo, la guía se coloca como uno de los primeros esfuerzos documentales por establecer lineamientos claros para la promoción y comercialización de la gastronomía, a través de un enfoque turístico.

El libro *Planificación del Turismo Gastronómico Sostenible*, publicado por Montecinos (2016), propone un modelo de planificación gastronómica y turística regional que busca preservar de manera urgente, el patrimonio gastronómico con un sistema de seguridad alimentaria regional sostenible. El gran reto es crear servicios, rutas, productos y destinos de manera planificada para que el turismo gastronómico sea considerado un producto turístico prioritario y una excelente herramienta para coadyuvar de manera respetuosa, ética y pacífica al desarrollo social regional sostenible, representando otro esfuerzo por vincular la gastronomía, sostenibilidad, planificación turística e indirectamente, promoción y posicionamiento (Leal, 2015).

Los estudios enfocados en el patrimonio gastronómico de Quintana Roo han desmentido la creencia popular de considerar que no existe una tradición culinaria en la entidad por ser una de las más jóvenes, siendo importante enfatizar en el pasado indígena maya, que se encuentra tierra adentro y no necesariamente a la orilla del mar, ya que los mayas decidieron habitar en las tierras interiores donde hay una mayor cantidad de productos agrícolas (Muñoz, 2020).

El estado de Quintana Roo no cuenta con un gran número de ejemplares destinados a hablar sobre su gastronomía, sin embargo, pueden mencionarse algunos que han contribuido a la documentación de las tradiciones culinarias de esta región: *La cocina cotidiana de Quintana Roo*, escrita por Isaías Pérez en el 2020; *Agua, barro y fuego, la gastronomía mexicana del sur*, escrita por Claudia Hernández aborda el patrimonio cultural intangible a través del conocimiento gastronómico como un capítulo principal en la historia de la cultura mexicana, el cual es considerado un producto de la creatividad y de la rica y amplia herencia de la diversidad cultural y de la biodiversidad en México (Hernández y Macías 2016); por otra parte, se identifica el *Recetario maya de Quintana Roo*, escrito por José Ferrer en 1999. En estos libros, se aborda la variada cocina





Universidad Autónoma del Estado de México

quintanarroense que combina aspectos históricos donde los platillos documentados parten de la cocina influenciada por la cultura maya, el Mar Caribe, tanto en sus islas como en las playas, sin dejar a un lado la influencia de países extranjeros a través de la importación de productos y su llegada al territorio quintanarroense cuando la ciudad de Chetumal, la cual era considerada “zona libre” (de impuestos).

Los factores anteriormente descritos, así como las diversas influencias gastronómicas han dado como resultado una rica y amplia gama de platillos que se ofrecen a los pocos turistas que visitan el territorio, empezando por la comida tradicional, hasta la alta cocina que se consume en los mejores restaurantes tanto del municipio de Othón P. Blanco como de Bacalar; ofertando variedades gastronómicas como la yucateca, española, árabe, beliceña y caribeña, sin dejar a un lado la cocina china y argentina, que en general, son susceptibles de encontrarse en los mejores sitios.

La relación de la alta cocina que se oferta en la zona de acuerdo con Eddie Angulo, representante de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados (CANIRAC) en Quintana Roo en el 2007; señala en una entrevista sobre la gastronomía chetumaleña que: no existe más que un reducido número de 10 a 15 restaurantes de un total de 60 establecimientos dedicados al servicio de preparación de alimentos que ofrecen una pluralidad de platillos en condiciones de alta cocina, por lo que la cultura gastronómica se caracteriza por el consumo de un sector nacional del turismo, relacionado con marisquerías y restaurantes de comida típica regional.

La promoción de la gastronomía quintanarroense ha sido objeto de interés para algunos sectores de la población, entre las actividades desarrolladas para esta finalidad se identifican festivales y ferias dentro de los cuales destacan el *Festival de la cocina tradicional del Sur de Quintana Roo*, la *Feria del Coco*, la *Feria del Queso de Bola*, todos realizados en la ciudad de Chetumal, capital de Quintana Roo; dichos eventos han contribuido de manera significativa a la difusión de la cultura gastronómica de esta zona, sin embargo, aún existe mucho trabajo por hacer.

El *Festival de la Gastronomía Tradicional del sur de Quintana Roo*, -que en sus inicios fue nombrado el *Festival del Ramón*- tenía como objetivos principales difundir entre la





población las propiedades de esta planta que abunda en esta región, así como promover y desarrollar el potencial del mercado regional de la semilla y los subproductos derivados de este árbol como fuente de apoyo a grupos de trabajo que emprenden proyectos productivos (Marín, 2017). Finalmente, en el 2017 los objetivos de esta feria se replantean para convertirse en lo que actualmente promueve, la cocina tradicional del sur de Quintana Roo.

La *Feria del Queso de Bola* tiene su primera edición en el 2019 con la finalidad de difundir los diferentes usos culinarios de dicho producto típico de esta región, el origen de este producto se encuentra en la ciudad Edam, Holanda y a partir de 1520 empieza a comercializarse en varias partes del mundo hasta llegar a la ciudad de Chetumal, lugar donde ha permanecido gracias a la aceptación de sus características organolépticas y la adaptabilidad a sus platillos (González y Pech 2012).

La *Feria del Coco* se realizó por primera vez en la capital de estado en el 2014 con la finalidad de optimizar la producción del coco en el estado, así como su distribución; durante esta actividad se dan cita productores locales, especialistas del Centro de Investigación del Cocotero de Yucatán, del Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias, artesanos, industriales y restauranteros. Durante este evento también se ofertan muestras gastronómicas cuyo ingrediente principal es el coco, además de brindar pláticas para conocer las bondades que tiene la fruta, todo esto junto a un marco de actividades culturales.

Los alumnos y docentes de la Universidad Tecnológica de Chetumal de la Licenciatura en Gastronomía, en conjunto a la Asociación Civil Sociogénesis S. A. de C.V. presentan en la Escuela Superior de Gastronomía Mexicana (ESGAMEX) de la Ciudad de México en el 2017 el *Recetario de la Gastronomía Tradicional del sur de Quintana Roo*, mismo que surge como resultado de la investigación de campo realizada. En ese mismo año, se presenta en la Ciudad de Bacalar el *Recetario de la Semilla de Ramón*, a través del cual se enfatizó la necesidad de proteger el patrimonio natural que representa la selva maya, mediante la generación de alternativas económicas sustentables.







## La gastronomía del sur de Quintana Roo a partir de sus condiciones geográficas

La alimentación humana ha experimentado grandes cambios con el paso de los años, esto en consecuencia al proceso de adaptación al que el hombre debe enfrentarse considerando diversos factores. Uno de ellos, las condiciones geográficas y ambientales del territorio en el que habita; de hecho, ha aprendido a beneficiarse de los productos locales o endémicos que caracterizan a un territorio en particular. Este instinto, aunado a la inteligencia y la creatividad del ser humano, han hecho que la cultura se transforme en el tiempo y en el espacio (Castro, 2011).

Las costumbres y tradiciones también juegan un papel muy importante dentro de la sociedad que habita un territorio, esto permite que pueda identificarse como los habitantes de una región que aprovechan los recursos naturales ya sea como consumo personal o comercial. Las diferentes formas de elaboración y presentación tienen relación con dichas expresiones, es por este motivo por lo que muchos de los platillos populares o tradicionales pueden adquirir nuevas características organolépticas o diferentes nombres de acuerdo con el lugar en el que se encuentre.

Las cocinas caracterizadas por el uso de los productos endémicos frecuentemente han tenido que adaptarse a otros ingredientes que se han incorporado al territorio, lo anterior en consecuencia a los intercambios sociales y culturales; de este modo, son ingredientes de otros lugares que terminan por incorporarse a la cocina permitiendo que ésta adquiera características únicas, con identidad propia que trasciende y logra que una determinada localidad, municipio o región sea identificada en este sentido, la gastronomía, como recurso turístico, no sólo es apreciada por su propio valor intrínseco sino también por su carácter simbólico, en la medida en que actúa como identificador de pueblos y territorios (Armesto y Gómez, 2004)

El sur de Quintana Roo es un claro ejemplo de poseer una gastronomía creativa, la zona se caracteriza por tener una historia culinaria peculiar, misma que se ha ido construyendo a partir de los diferentes acontecimientos históricos de los cuales ha formado parte (wine and food festival, 2016). La población descendiente de la cultura maya que aún puede visualizarse en diferentes localidades, la cercanía con la frontera del país de Belice, así





como la llegada de personas de diferentes nacionalidades son algunos de los factores que han contribuido a la identidad culinaria de esta zona que empieza a ser reconocida por locales y foráneos. A continuación, se realiza una breve descripción de las diferentes influencias gastronómicas que han permitido la identificación de los platillos que conforman la dieta alimentaria de esta zona.

### **Cocina maya**

Las principales características de la zona sur del estado que denotan su identidad culinaria son la presencia de pobladores de origen maya que aún siguen conservando su lengua, tradiciones, pero sobre todo sus costumbres culinarias. Los platillos característicos de esta zona son el fruto de las raíces mayas que se han transmitido de generación a generación, las cuales no han dejado de estar presentes pese al empuje de la globalización.

Los platillos pertenecientes a esta cocina pueden ser encontrados en el Estado de Yucatán y Campeche, esto en consecuencia a la presencia que dicha cultura ejerció durante el periodo clásico en la zona sureste de México, hoy la Península de Yucatán. De acuerdo con el estudio de Sánchez *et al.*, (2011) la comida cotidiana en comunidades mayas de Quintana Roo, es aquella que se elabora y consume a diario, misma que es preparada a partir de insumos tanto locales como externos y, por lo general, sus platillos son menos complejos.

La cocina maya se caracteriza por ser una de las más versátiles y con una trascendencia histórica la cual puede ser perfectamente identificada por hacer uso de ingredientes tradicionales, tales como los *recados blanco, rojo y negro*; el *chile xcatic*, el *chile dulce* y *chile habanero*; el *espelón*, la *chaya*, la *lima*, la *pepita molida*, la *naranja agria* e incluso la *hoja de plátano*, estos ingredientes no pueden faltar en el proceso de elaboración de este tipo de platillos (Ferrer, 2019).

La comida festiva es aquella que se prepara para conmemorar reencuentros y reafirmar las relaciones sociales, así como conmemorar diversos acontecimientos relacionados a





Universidad Autónoma del Estado de México

sus actividades agrícolas; por lo regular involucra ofrendas de acuerdo con tradiciones de los antepasados que hasta el día de hoy siguen vigentes, de igual manera, se realizan en conmemoración de patronos y deidades de la naturaleza en la que se requiere la colaboración de hombres y mujeres de la sociedad.

La ceremonia celebrada por los pobladores mayas denominada *cha'a chak*, tiene como finalidad que nunca falte la lluvia y que sus espacios naturales siempre sean fértiles para tener una buena siembra y por ende excelente cosecha, de este modo, lograr la autosuficiencia y en muchas comunidades la venta de dichos productos agrícolas. Por otra parte, se identifica el *Hanal Pixan*, festividad celebrada durante el mes de noviembre como conmemoración especial a los fieles difuntos; la tradición tiene la característica peculiar de colocar un altar con pertenencias y objetos que eran del agrado de la persona o personas a quienes se les dedica la ofrenda.

La mujer maya es la principal portadora de elementos culturales valiosos que han mantenido la identidad y la cohesión del pueblo maya, es ella quien atesora los conocimientos relacionados a las comidas tradicionales que consume la familia indígena, mismos platillos son elaborados a base de productos naturales que se cultivan en las milpas, origen que le da un sentido muy profundo en armonía con la naturaleza; de ahí que para tomar los frutos de estos lugares se realiza una ceremonia para pedir permiso a los guardianes del monte llamados *alux'ob* en maya (Chuc, 2016).

Las celebraciones antes descritas siguen realizándose por pobladores de esta región, durante su realización pueden observarse platillos como el *relleno negro*, *mucbi ka'ax*, la *cochinita pibil*, el *pibipollo*, los tamales de *espelón*, pescado a la *tikin-xic*, mismos que son elaborados a base de carne de aves, animales de caza y de corral de acuerdo al guisado y la conmemoración celebrada, por esta razón resulta complejo su proceso de elaboración, además de las grandes porciones que se cocinan para satisfacer a todos los invitados (Unigarro, 2010).

La civilización maya ha tenido a su alcance tantos recursos naturales que se puede considerar una cultura autosuficiente, mucho se ha especulado en torno a la decadencia de esta cultura milenaria; a veces se habla de ella como si los mayas actuales no





existieran, como de una raza desaparecida, pero no es así. Lo cierto es que las guerras degradan a los pueblos y los mayas también fueron grandes guerreros. En la actualidad, los mayas peninsulares han conservado el espacio habitacional conocido como solar o huerto, generalmente constituido por un amplio terreno -delimitado por una albarrada, o cerca hecha de piedras- en el que se encuentra la casa-habitación rodeada de áreas para la cría de animales de patio y el cultivo de plantas medicinales y de ornato, árboles frutales, hortalizas y condimentos (Rodríguez, 2016).

La mayor parte de estos recursos es para el autoconsumo; lo demás es destinado a la venta en la comunidad y representa una fuente de ingresos menores. En un solar puede haber dos o más viviendas, dependiendo del número de integrantes de la familia. Algunos elementos del solar son la batea o lavadero, el pozo, la letrina, los corrales o gallineros y el *kanché*, sencilla estructura de varas para el cultivo en elevado. La cocina forma parte de la casa-habitación y, como se dijo anteriormente, consiste en un fogón de leña armado con tres piedras al ras del suelo, y un comal.

### ***Cocina caribeña***

La presencia de la comida caribeña dentro de esta zona también es perceptible, dicha cocina se encuentra influenciada directamente por productos proporcionados por el Mar Caribe, ubicado al sureste del Golfo de México y al oeste del Océano Atlántico; gracias a esta ubicación, es posible disfrutar de sus cristalinas y cálidas aguas que exhiben una belleza extraordinaria en las costas de Quintana Roo. En conjunción con la vegetación que lo rodea, se ha posicionado como un referente turístico gracias a las visitas anuales por parte del turismo local y extranjero.

Las hermosas playas y los espectaculares azules del mar quizá sean la razón principal por la que año con año miles de visitantes de diferentes rincones en el mundo escogen alguno de los paraísos que conforman el Caribe Mexicano para vacacionar; sin embargo, hay muchos más atractivos que son capaces de dejar una huella profunda, sólo hay que conocerlos y atreverse a experimentarlos, la gastronomía es uno de ellos (Caribe Mexicano, 2021).





## Universidad Autónoma del Estado de México

El Caribe quintanarroense cuenta con el segundo arrecife más grande del mundo, donde las langostas son unas de las especies más abundantes; de igual manera pueden encontrarse peces luminiscentes, como el *pomacanto* rallado, *chromis azul*, el emperador, peces puercos, pez loro, pez limpiador, tiburones, tintorera y cornuda. Entre los peces consumidos comúnmente por los locales destacan: el pargo, el mero, el sábalo, el huachinango, la corvina, la chigua, el jurel; la sardina, la raya, el *cazón*, la cherna, la picuda, el *pámpano*, el bagre y la lisa. También abundan las morenas y las anguilas tubícolas (Pérez, 2020). Este tipo de peces comúnmente son predilectos para ser preparados al *pil pil* con chile habanero, en *seré*, y algunos platillos cotidianos como fritos o al mojo de ajo y *macum*.

El pueblo pesquero llamado Calderitas se encuentra ubicado a 8 kilómetros de Chetumal; es considerado un lugar ideal para disfrutar de los mejores pescados y mariscos de la zona en combinación a un escenario de pintorescos restaurantes con techos cónicos de hoja de palma mientras se goza de la majestuosa vista del mar. También es considerado un balneario en consecuencia a la habilitación de algunos tramos costeros como playas artificiales; el área también cuenta con paseos en lancha que tiene como finalidad recorrer los miradores de aves y los diferentes mogotes y callos que se mantienen vírgenes además de disfrutar diferentes servicios turísticos como el kayak.

La Isla Tamalcab es una impresionante playa virgen que se encuentra escondida en el sur de Quintana Roo, cuyo encanto radica en sus arenas blancas y tersas, y en sus aguas tranquilas y cristalinas, que hacen de este destino una maravilla natural. La isla está casi deshabitada y se encuentra frente al poblado de Calderitas, localidad reconocida por su pabellón gastronómico donde sirven exquisiteces hechas a base de pescados y mariscos, algo que sin duda llama la atención de turistas nacionales y extranjeros (Arroyo, 2021).

La vegetación tropical predomina en esta Isla, la cual está compuesta por una selva baja inundable y por algunos manchones que sobresalen de selva mediana, dada su vegetación, posee una fauna bastante atípica, destacando la presencia de monos araña, tepezcuintles, tejones, águilas pescadoras, coatí, agutí, entre otras especies. Lo interesante de esta zona es que dichas especies marinas son capturadas por los





pescadores de la zona para posteriormente ofertarlos a la población a precios con la finalidad de elaborarlos en guisos cotidianos o platillos que se ofertan al turismo local.

El Caribe perteneciente al sur de Quintana Roo alberga un pueblo de pescadores conocido como Mahahual, dicha población cobra vida principalmente cuando los cruceros arriban a su puerto; se ubica a menos de dos horas de la ciudad de Chetumal y es identificado por albergar el atolón coralino más grande de México. Respecto a su gastronomía, es posible disfrutar platillos típicos dignos de un pueblo pesquero con una marcada influencia maya, que le otorga un sabor particular a sus delicias culinarias.

Las alternativas culinarias comprenden menús regionales como ceviches, coctel de camarón, arroz a la marinera, el *Tikinxic*, los chiles rellenos de mariscos, el delicioso “Pan de cazón” y las brochetas, por mencionar algunos platillos; también es posible degustar recetas a base de pastas, pizzas y los cortes de carnes, elaborados con el estilo de otros países, de ahí la peculiaridad de su gastronomía que hace visible la globalización culinaria a través de los platillos y bebidas ofertadas por restaurantes locales (México destinos, 2022).

El canal de Zaragoza ubicado en Xcalak, en una ruta marítima comunica la Bahía de Chetumal con el Mar Caribe, sin tener que atravesar Belice. El fondo arenoso tiene sólo unos metros de profundidad y en las cristalinas aguas turquesa puedes encontrar una gran variedad de coloridos peces; en consecuencia, se considera uno de los mejores destinos para la pesca con mosca puesto que durante todo el año es posible obtener del mar especies como la caballa, atún, barracuda, mero, pargo y sábalo; y de abril a junio, hay una gran cantidad de dorado, marlín y pez vela (México Destinos, 2022).

La población perteneciente a Xcalak ha sido testigo y participante de diversas iniciativas por parte de investigadores en beneficio de sus playas; un caso específico interesante de mencionar es la disminución del pez león, especie marítima invasora en las aguas del Caribe mexicano ya que es originario de los océanos Índico y Pacífico (Salazar y Sierra, 2015). Desde su aparición se dispersó con gran rapidez debido entre otras cosas a su fácil adaptación, efectiva reproducción y la alta capacidad de sobrevivencia de las larvas. Esta especie es un excelente depredador, y consume presas más grandes a su tamaño,





Universidad Autónoma del Estado de México

es un voraz carnívoro, y depredador de peces juveniles, invertebrados como pulpos, camarones y langostas (Zaldivar, 2013).

El consumo del pez león como estrategia primordial por parte de la población propició el origen de diversos platillos que fueron adaptados a las características organolépticas de la carne de este pez. Es a partir de esta iniciativa que empiezan a elaborarse empanadas, mojos de ajo, ceviches, aguachiles, cocteles; así como pipianes, tostadas e incluso platillos gourmet, en donde el elemento principal es el filete del pez león.

### ***Cocina fronteriza***

La cocina fronteriza se encuentra presente en los límites del Río Hondo; comprende una extensión de 209 kilómetros, de la cual 115 km corresponden a la frontera entre México y Belice. En esta zona se pueden identificar poblaciones mayas provenientes del estado de Yucatán y Campeche quienes fundaron los Ejidos de Juan Sarabia, Allende, Palmar, Ucum y Sac Xán, cuya economía se encontraba basada en la explotación de recursos naturales como el chicle y la caoba (Sánchez, et al; 2011).

El periodo Cardenista comprendido del año 1934 a 1940 es reconocido por impulsar la producción de los pequeños y medianos agricultores, ejidatarios y productores privados, con la intención de mejorar sus condiciones de empleo e ingreso y satisfacer sus propias necesidades alimenticias, abastecer el mercado interno y, en lo posible, las demandas de exportación (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020).

El apoyo a la agricultura se pudo percibir en el sur de Quintana Roo a través de la llegada de las primeras corrientes de migrantes provenientes de Veracruz quienes se asentaron de forma definitiva en la frontera de México y Honduras Británicas, actualmente Belice. Dentro del grupo de migrantes se encontraban presentes los chicleros veracruzanos, los cuales enseñaron a los mayas a cocinar el látex del chicozapote para hacer las maquetas de chicle, las cuales representaban gran parte de los ingresos de Quintana Roo.

Los primeros pobladores de esta zona obtuvieron de las riberas, arroyos y brazos del Río Hondo el Róbalo, este pez de gran tamaño apreciado por su abundante carne; dicho pez





fue utilizado para elaborar una receta en específico que sigue vigente hasta nuestros días, el róbalo encebollado que fue utilizado para alimentar a numerosas familias de una manera económica.

La creación del Ingenio Azucarero fue estrategia dirigida a dinamizar el sur de Quintana Roo, esta etapa dio origen a la fundación de nuevas poblaciones como Sergio Butrón Casas, Carlos A Madrazo, Cacao, San Francisco Botes, Sabidos, Álvaro Obregón, San Rafael de Pucté, la Unión y Calderón, Revolución. Éstas nuevas poblaciones fueron colonizadas por personas de los estados de Veracruz, Coahuila, Jalisco, Michoacán, Chihuahua, Chiapas, Tabasco, Oaxaca, y Puebla quienes llegaron con gran conocimiento en el cultivo de Caña de Azúcar y por su puesto con su “Fogón bajo el Brazo” (Marín, 2020).

El antropólogo Marín (2020) señala en el libro *La cocina cotidiana de Quintana Roo* que la gastronomía local se mezcló con los nuevos ingredientes, conocimientos, técnicas, sazones y fogones de la población migrante. Las barbacoas, la sopa de plátano macho, las carnitas estilo Michoacán, discadas, las gorditas, moles, tamales de chipilín entre otros, se completaron y mezclaron con los Salbutes, Panuchos y Cochinita para dar origen a una gastronomía de gran valor cultura y de sabor que se adaptó en la Frontera sur de Quintana Roo.

La agroindustria permitió el desarrollo económico de la zona propiciando el arribo de miles de trabajadores dedicados a la agricultura, en específico al corte de caña, actividad que tenía lugar del periodo mayo – noviembre. En la actualidad, es visible encontrar en los paisajes de la zona galeras (campamentos), en donde es común que las cocineras reproduzcan sus recetas originales para alimentar a los miembros de la familia.

La historia de la Ribera del Río Hondo empieza a escribirse desde antes de 1974, de acuerdo con una plática sostenida con su padre, el autor relata que:

Con el fin de tratar que Quintana Roo fuese estado, mucha gente fue invitada a emigrar a esas zonas para tratar de poblar, ya que de esa forma se conseguiría, para ello necesitaban proyectos en los cuales la gente aceptara la emigración. Uno







**Universidad Autónoma del Estado de México**

de los proyectos iniciales fue la industria arrocera, debido al suelo clima de la zona apta para ello, es así como familias de distintos estados de la República empezaron a poblar y formar comunidades, las cuales con el tiempo fueron formando poblados y ejidos, debido al alto crecimiento; sin embargo, por alguna razón que no se sabe, es que abandonan la industria arrocera y adoptan la cañera, empezando a cultivar caña de azúcar, es así como surge lo que hoy en día sería Beta San Miguel (BSM) una empresa que entre privada y de gobierno, fue ayudando junto con todos los agricultores de la zona, a que la ribera del río hondo, una zona con distintos poblados y ejidos, desde Juan Sarabia hasta La Unión. Y ¿qué tiene que ver esto con la gastronomía del Estado? Mucho, porque, así como mis abuelos llegaron de otros estados, seguro así con las demás familias, pienso que con eso y los años gastronomía de la zona hoy está compuesta de una buena diversidad con gente de Veracruz, Jalisco, Campeche, Yucatán, Chiapas, Michoacán, etc. Por ejemplo, mis papás, ella de Tamaulipas y él de Tabasco, y en casa la hora de la comida estaba llena de diferentes cosas, eso sumándolo la influencia de mis abuelos más la de los vecinos que eran de otros lados. En mi casa por ejemplo recuerdo que las tortillas de harina y la carne, acompañados de música norteña jamás hicieron falta, así las reuniones en casa de mis abuelos siempre, o cuando me tocaba hacer tarea con casa de mis amigos, cada mamá cocinaba diferentes platillos, desde distintos moles, ricos sopes, flautas, buñuelos, diferentes pozole, empanadas, salbutes, chocolate caliente, pozol frío, agua de pitahaya o piña con chaya, carnitas de cerdo, barbacoa de res y borrego, albóndigas en caldo, pollos adobados, entre muchos otros platillos, por eso puedo decir que a mí tanto las tortillas de maíz como de harina (Marín, 2020, p. 112).



Universidad Autónoma del Estado de México

La relación bilateral entre México y Belice que dio inició en 1981 a partir de la independización de éste último del Reino Unido, siempre ha sido una relación amistosa y de cooperación, sin problemas fronterizos graves, a pesar de ser una línea fronteriza con escasa vigilancia, porosa, hasta muy flexible en términos migratorios y con una estrecha relación familiar y de amistad entre los que habitan en uno u otro lado de ella, ésta va desde la bahía de Chetumal hasta los límites con Guatemala, en el Petén (Hidalgo, 2007).

La relación entre estos dos países de acuerdo con Hidalgo (2007) la define en su estudio *La frontera México-Belice: desafíos y oportunidades*, como buena, esto debido a las importantes similitudes culturales, idiomáticas, étnicas, sociales y de idiosincrasia que una parte de la población beliceña, en particular en la parte norte del país, comparte con México, en específico con la península de Yucatán, que incluye a tres estados de la República. La frontera sur de México también es conocida como “la doble frontera” y, tendría una doble acepción, puesto que se limita con dos países, Belice y Guatemala, y por la otra, es una frontera con Centroamérica y con el Caribe.

La frontera sur no tiene mucho tiempo de haberse convertido en interés de la comunidad científica, por lo que existe poco escrito sobre el tema; sin embargo, el ámbito cultural, comercial y de salud han sido apartados donde se concentra el mayor número de estudios. En el ámbito comercial, Chetumal y otras poblaciones quintanarroenses han sido siempre centros mercantiles de abasto y de intercambio con los habitantes beliceños principalmente de la frontera y de la zona norte del vecino país.

El crecimiento económico a partir de esta relación bilateral ha sido inminente para la capital del estado de Quintana Roo, pues al ser la ciudad más cercana, oferta a los turistas extranjeros grandes supermercados, centros comerciales, zonas de entretenimiento y transportes, con la inherente e importante derrama económica para el estado. Estos desplazamientos han propiciado una serie de similitudes, no sólo entre la población de México y Belice, sino entre todo el sureste mexicano y su país vecino, compartiendo los idiomas (español y maya), modismos, apellidos, manifestaciones culturales, la antropomorfología de sus habitantes y la gastronomía.





Universidad Autónoma del Estado de México

La gastronomía de esta zona se caracteriza por ser versátil y ofertar variedad de platillos tradicionales que son elaborados de acuerdo con los conocimientos que se van heredando de generación en generación en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia (De la borbolla, 2010). De la misma manera, estos platillos poseen características propias en su proceso de elaboración, la forma de servirse, el modo de consumirse e incluso muchos de ellos forman parte de celebraciones y rituales gastronómicos propios de un área o zona del sur del estado de Quintana Roo.

La identidad culinaria que ha ido adquiriendo con el paso de los años esta región, tiene su fundamento en las distintas corrientes migratorias relatadas anteriormente; claro ejemplo del sincretismo gastronómico desarrollado en esta frontera es el platillo adoptado por el territorio mexicano con todo y su nombre original, el *rice and beans*; es posible que su verdadero origen se remonte a la isla de Jamaica. La particularidad de este guiso es que tanto el arroz como los frijoles rojos que lo acompañan se sofríen en aceite de coco y se sazonan con la leche de esta misma fruta, lo que le da un sabor especial (Angulo, 2007, p. 109).

Ilustración 1. Platillos tradicionales del sur de Quintana Roo.

PLATILLOS TRADICIONALES DEL SUR DE QUINTANA ROO					
Cocina Maya		Cocina Caribeña		Cocina Fronteriza	
Cocina Cotidiana	Cocina Festiva	Cocina Cotidiana	Cocina Festiva	Cocina Cotidiana	Cocina Festiva
Papadzules	Relleno negro	Empanadas de raya	Filete de pescado relleno de mariscos	Kibbeh frito	Kibbeh crudo
Chilmore de frijol	Mukbi pollos	Tortas de hueva de lisa	Chilmore de mariscos	Tostadas de queso de bola	Tamales norteños
Frijoles en pipián	Frijoles en pipián	Chilmore de bagre	Chipachole de mariscos	Carnitas michoacanas	Rice and beans
Gorditas de tuza	Brazo de reina	Camarones a la diablo	Camarones al coco	Marquesitas	Barbacoa de borrego
Tamal colado	Salpicón de venado	Ceviche de cebolla morada	Pan de cazón	Pan de levadura	Tamales beliceños
Pescado en pipián con ciruelas	Ts'oot t'oojbi chay	Ceviche de pescado y mariscos	Mak kuum de pescado	Torta de harina	Dumplin
Empanadas de tuza	Tamales de calabaza frita	Jaiba al mojo de ajo	Cueritos de caracol	Empanadas de queso tipo Edam	Pollo en barbecue
Tortitas de yerba santa	Chachak waaj	Hueva de pescado	Escabeche de pulpo	Sopa de plátano macho	Sandwiches navideños
Vaporcitos	Panel de avispas	Empanadas de cazón	Langosta al mojo de ajo	Ensalada con huevo	Honey cake
Potaje de ibes blancos	Venado en caldo	Canarones con tocino	Pescado Tikin Xiik	Machacados de frutas naturales	Honey bon
Sikil'p'aak	Tamales de huevo	Dulce de coco	Ceviche de pulpo frito	Seré de pescado	Pan negro
Frijol colado	Nojvaaj	Róbaló encebollado	Langosta a la mantequilla	Queques de leche de coco	Pay de limón
Huevo con chaya	Caballero pobre	Empanadas de mariscos	Pulpo en escabeche	Hot-dogs sencillos, especiales y empanizados	Light cake
Pepita con chaya	Frijol con puerco	Camarón al mojo de ajo	Sopa de caracol		
Joroch' de frijol	Mukbi Kaax	Pescado al mojo de ajo	Pescado al pil pil		
Crema de yuca y calabaza	Sandwichon	Empanadita de coco	Sak k'ool de langosta		
Torta de huevo con yerba buena	Puchero tres carnes		Bumt' negro de caracol		
Pipián de frijol	Cochinita				
Toksel	Niño envuelto de repollo				
Manjar blanco	Escabeche				
Empanadita de camote					

Fuente: Elaboración propia a partir de "La cocina cotidiana de Quintana Roo" (Pérez, 2020).





Universidad Autónoma del Estado de México

Una vez que se logran catalogar los platillos tradicionales por tipo de cocina, es posible iniciar el proceso de identificación de aquellos elementos que permitirían su posicionamiento turístico.

## Posicionamiento turístico

El turismo es uno de los sectores que más auge e importancia poseen en el mundo actual, del mismo modo, resulta importante para el desarrollo personal del individuo conocer otros lugares, otras formas de entender y ver la vida; asimismo, toma importancia para una sociedad la llegada de visitantes, no sólo por la influencia cultural que implica, sino por la inyección que supone para su economía a partir de la generación de empleos.

El posicionamiento es un proceso que, para poder ser entendido, se requiere definir al destino turístico como un espacio geográfico determinado, con rasgos propios del clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para el desarrollo de instrumentos de planificación comunes, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos estructurados y adaptados a las satisfacciones perseguidas gracias a la puesta en valor y ordenación atractivos disponibles, dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral (Valls, 1998). Resulta interesante poder comprender que un territorio puede generar atracción del turismo a partir del desarrollo de productos turísticos.

El investigador Kotler (1988) define al producto, como algo que puede ser utilizado o consumido, con el objetivo de satisfacer un deseo o una necesidad; por otra parte, el término turístico que se añade como característica del producto, es definido como el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico (Crespi y Planells, 2006); asimismo, en el panorama económico es concebido como el caudal que se obtiene de la venta de los medios conducentes a facilitar los viajes; no obstante, esta visión resulta excesivamente simplista (De Borja, Casanovas y Bosch, 2002).

La definición que Rey, *et. al.* (2004) realizan sobre el producto turístico, es la combinación de elementos tangibles e intangibles que generan beneficios al cliente principalmente en





forma de experiencias fuera de su lugar de residencia o trabajo; no obstante, el hecho de que el producto turístico esté basado en la integración entre el proveedor del servicio y el consumidor del mismo, así como la naturaleza de ambas definiciones, en las que se señalan tanto elementos tangibles (bienes) como intangibles (servicios), pone de manifiesto la complejidad de su estructuración. Es por ello por lo que resulta clave profundizar en sus principales características.

La necesidad de conocer en profundidad al consumidor y la intensificación de la competencia en el sector, han tenido que adoptar para su gestión el enfoque de *marketing* como filosofía y como proceso sistemático, orientado a anticipar y satisfacer las necesidades del turista (Rey et al, 2004). Sin embargo, la aplicación de este enfoque al ámbito turístico debe realizarse con cautela dadas sus particularidades puesto que las características de cada territorio son diferentes entre cada una de ellas.

El estudio del posicionamiento de acuerdo con las bases teóricas del *marketing* permite identificar diferentes posturas acerca de este proceso; Porter (1980) lo define como un componente para la creación de ventajas competitivas en el ámbito empresarial; en particular, se ha hecho énfasis en la diferenciación del producto como forma de posicionamiento (Porter, 1980; Barney, 2002; Rodríguez-Molina *et al.*, 2019). Por otra parte, Li *et al.*, (2015) y Armstrong, *et al.* (1994) definen al posicionamiento como el logro de un producto para ocupar un lugar claro, distintivo y deseable en la mente de los clientes objetivo con respecto a los de la competencia. Si este concepto se enfoca a los productos turísticos, se podría interpretar como las ventajas competitivas que un destino turístico pudiera ofertar a un turista para elegirlo.

En el panorama turístico también se ha estudiado al posicionamiento, en caso específico Boha *et al.*, (1999) fueron los primeros en hablar del término posicionamiento turístico y planes de mercadotecnia para el logro de este, postura que se robustecen con los estudios mercadológicos de Parra y Beltrán (2017) que lo definen como la forma en que se desea que un destino sea percibido por el público objetivo, es decir; destinos competidores, otros destinos, turistas y comunidad residente.





El posicionamiento, visto desde de una manera perceptual es considerado una acción estratégica para la formación de una imagen tanto del destino como de cada una de las empresas y organizaciones que lo conforman. La utilidad de esta estrategia, entre otras, es que sirve para seleccionar el perfil de clientes y para identificar los mercados más competitivos.

El mercado turístico tanto nacional como extranjero cada vez es más agresivo en temas de estrategias de posicionamiento, los destinos turísticos han buscado ofertar atributos únicos que les permitan proporcionar una ventaja significativa en comparación a sus adversarios, siendo la gastronomía uno de los elementos estratégicos para el logro de dicho objetivo. Por tanto, la relación entre la gastronomía y el turismo resulta un panorama interesante para la intervención de las estrategias de mercadotecnia con la finalidad de lograr un posicionamiento turístico.

La aplicación de estrategias de posicionamiento requiere del desarrollo de proceso, el primer paso es identificar el segmento de mercado al cual se va a dirigir el producto o servicio (Brooksbank, 1994), posteriormente es importante definir cuál es la ventaja competitiva que distinguirá al destino de sus competidores, en este sentido, los servicios turísticos y su calidad toman un papel fundamental. De acuerdo con la mezcla de mercadotecnia, los productos turísticos se definen como el total de servicios que el turista recibe incluyendo el alojamiento, transporte, recreación, restaurantes, atractivos, recursos humanos, entre otros (Medlik y Middleton 2004; Ramírez, 2006).

La identidad gastronómica, desde la perspectiva del turismo, se integra como un atractivo más y en algunos momentos, se convierte en el principal motivo de la visita (Güemes y Ramírez, 2012). Por lo anterior, los destinos utilizan la gastronomía como herramienta de mercadotecnia, siendo el turismo el medio para promoverla a través de diversas actividades como la asistencia a restaurantes típicos, visita a mercados en donde se vendan los productos de la región o la oportunidad de cocinar e incluso asistir a las fiestas locales y probar la comida preparada para la ocasión (Fields, 2003).

La construcción de una imagen de una localidad por parte de un turista, que no necesariamente corresponde a va en concordancia con las características reales y





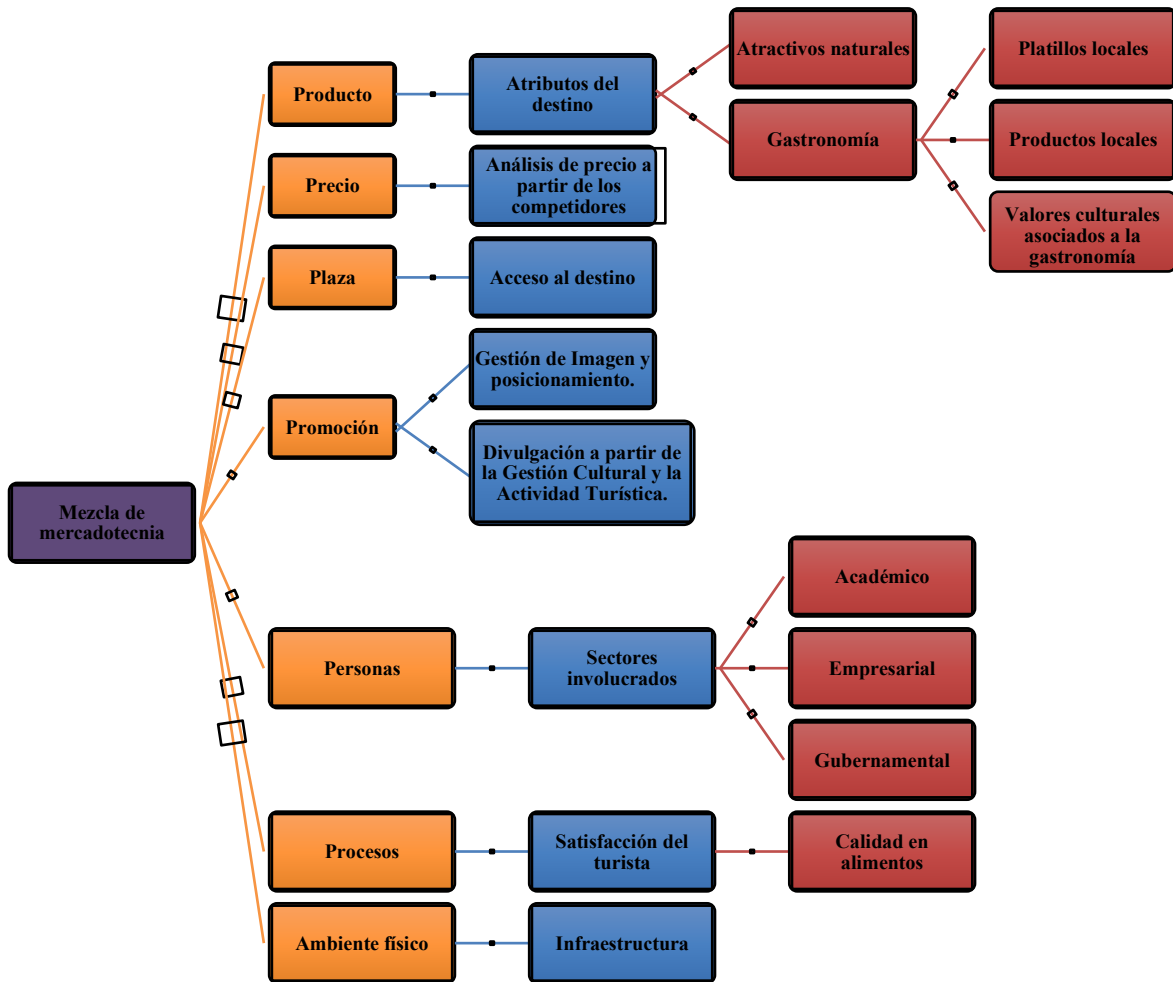
**Universidad Autónoma del Estado de México**

palpables del producto turístico define un conjunto de ideas sobre ella; y según Vaz (2002) es un quehacer para el desarrollo de un proyecto de mercadotecnia turística que debe ser consecuente con los siguientes pasos:

Identificación de los atractivos turísticos, evaluación de las condiciones y potenciales mercadológicos, definición de las prioridades; delimitación de los segmentos pertinentes a los atractivos; y definición del público objetivo. Bajo este contexto todos los esfuerzos de la mezcla de mercadotecnia influirán en el posicionamiento, pero en particular, la promoción impactará en la imagen del destino. (Vaz, 2002, p. 95).



Ilustración 2. Posicionamiento a partir de la mezcla de mercadotecnia.



Fuente: Elaboración propia a partir de Kotler (1994), Porter (1980), Medlik y Middleton (2004), Ramírez (2006).

El posicionamiento turístico de un destino a partir de su gastronomía hace referencia a la serie de políticas y prácticas que se realizan como parte de una estrategia operativa enfocada al turista, quien juega un papel de suma importancia en la prestación de los servicios turísticos. Así, las rutas gastronómicas se pueden convertir en un medio para lograr este objetivo puesto que permiten visibilizar los recursos patrimoniales que se promocionan como atractivos mediante su gestión y aprovechamiento turístico (Zúñiga, 2020).





## Rutas gastronómicas

La amplia variedad de experiencias turísticas en México forma parte de lo planteado en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, además de prepararse permanentemente para enfrentar los retos que día a día se presentan en este sector; se debe emprender una total renovación que permita entender dicho desarrollo como una manera diferente y enfocada capaz de contribuir a la erradicación de la pobreza y en la conformación de un país más igualitario y justo.

La Secretaría de Turismo en México a través del Programa Sectorial del Turismo 2020-2024 (PROSECTUR) establece las acciones a partir de cuatro objetivos prioritarios: garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país; impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México; fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional; y, fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.

La búsqueda de México por convertirse en un polo de atracción turística a nivel mundial a través de la diversificación de los servicios turísticos y la especialización de la oferta país en cuanto productos y destinos turísticos, tiene como fin atraer mercados de alta gama con mayor nivel de gasto y así propiciar el desarrollo de productos turísticos que incidan en el desarrollo sustentable de los destinos, en este sentido, el Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo busca posicionar de manera sólida la marca del Caribe Mexicano, destacando la combinación de destinos, actividades y segmentos que permiten al visitante disfrutar de la riqueza y diversidad de los destinos turísticos del estado (Gobierno del estado de Quintana Roo, 2020).

El objetivo principal del gobierno mexicano es posicionarse como un destino de excelencia, para esto, es necesaria la especialización en la conceptualización y diseño de experiencias, sobre todo en aquellas en que el país tiene un alto potencial, como el turismo gastronómico, el enoturismo, el turismo indígena, cultural entre otros. Para el cumplimiento de estos objetivos, es indispensable trabajar en el desarrollo y el posicionamiento de productos turísticos con un enfoque experiencial, que den respuesta





Universidad Autónoma del Estado de México

a las necesidades de turistas cada vez más exigentes, que buscan experiencias auténticas, únicas y memorables (Servicio Nacional del Turismo, 2016).

El diseño de experiencias turísticas tiene como finalidad promover y difundir la importancia de destinos que contengan características enfocadas a una oferta diversificada, sustentable y de calidad; de este modo, resulta una tarea que puede abordarse desde diferentes sectores que contribuyan al desarrollo del turismo a través de la creación y valorización de productos nacionales logrando que México se posicione como un referente en el turismo internacional.

En el contexto de una economía global, consciente de la sustentabilidad social, ambiental y económica, la industria del turismo crece a un ritmo constante enfrentándose a la masividad, el agotamiento de destinos y productos tradicionales; por otro, los turistas, cada vez están más interesados en rutas auténticas, productos novedosos y sensaciones vibrantes (SERNATUR, 2019).

El turismo en la actualidad es considerado una industria de servicios, que produce experiencias ya que su oferta se basa en las vivencias de las personas al ir a un destino; sin embargo, hoy en día, existe una mayor competencia entre destinos donde los turistas exigen vivencias, sorprendentes, nuevas y emocionantes. Al respecto, la SERNATUR a través del *Manual de destinos, elementos para la gestión de destinos turísticos* (2016) señala que es posible que la tendencia más recurrente y significativa en el mundo actual sea la demanda de viajes experienciales, específicamente orientados a transmitir la idea de un turismo más inclusivo, local, auténtico, aventurero y/o activo (p. 7).

Las rutas gastronómicas estimulan el desarrollo local (Jeambey, 2016). Siendo la oferta más popular dentro del turismo gastronómico (OMT, 2019). Son tres las tipologías más comunes de rutas gastronómicas (Tresserras et al., 2007) “las rutas que destacan un cierto plato, las rutas que destacan una cocina de carácter étnico y finalmente las que destacan cierto producto, ya sea alimento primario o elaborado” (p. 217). De esta manera, las rutas gastronómicas son una estrategia fundamental para posicionar una zona pues permiten experimentar, conocer, y hasta comprender las distintas culturas, modos y estilos de vida, costumbres, tradiciones, su relación con monumentos, lugares históricos,





arquitectura, arte y festividades que caracterizan y definen a una sociedad y a su gente, reflejando la identidad de un destino (SERNATUR, 2014).

El estado de Quintana Roo, a lo largo de su territorio alberga múltiples culturas locales, muy diferentes entre sí; sin embargo, en casos particulares de cada cultura, resulta atractivo para el turismo conocer sobre sus historias, costumbres, fiestas y gastronomía. Es importante establecer las diferencias entre un servicio y una experiencia turística: el servicio actúa en un nivel subjetivo que involucra al visitante, por lo cual, la calidad de un servicio es medida de forma más o menos objetiva (considerando variables tales como tiempo de duración, higiene, comodidad o cumplimiento de estándares), mientras que la experiencia se vincula con procesos internos del turista siendo más difícil de evaluar.

Las rutas gastronómicas favorecen el crecimiento y desarrollo económico en una zona, pues contribuyen en la articulación de bienes y servicios cotidianos tales como comidas, traslados, alojamientos, servicio de guías, etc. con otros menos comunes y elegidos para la ocasión. Así, el llevar a cabo una ruta no reemplaza los servicios turísticos existentes, sino que busca integrarlos en un todo produciendo efectos en quienes la viven. Asimismo, propician que el turista integre sus sentidos para adentrarse a un conjunto de estímulos logrando intensificar la vivencia. Es importante precisar que, de acuerdo con las características de cada ruta, se puede apelar a varias dimensiones humanas, como la intelectual, física, social, espiritual y, especialmente, la emocional. En general, las experiencias más memorables y valoradas son aquellas que logran comprometer al visitante en varias dimensiones.

El diseño de una ruta es un procedimiento en el que debe incorporar una narrativa, es decir, una historia o ideas que otorguen significado, organización y coherencia a todos sus elementos que la constituyen. En sí, esta narrativa puede convertirse en un atractivo y puede desplegarse en un texto escrito, en las palabras del guía, o bien, puede estar implícita en la sucesión de actividades de la experiencia, en la infraestructura o bien, en la decoración de los espacios.

Las rutas gastronómicas o alimentarias, de acuerdo con González, et al. (2011), son la organización de trayectos donde el protagonista es un alimento que con identidad





Universidad Autónoma del Estado de México

territorial. En una ruta también se integran, prácticas productivas tradicionales y degustación de productos alimentarios, así como los productos turísticos de una zona.

Al poder identificar los productos turísticos como tradicionales o identitarios en una zona, se puede diseñar y gestionar una oferta integral; *tours*, rutas y paquetes turísticos. Las rutas gastronómicas se constituyen de experiencias que tienen lugar en diferentes espacios territoriales que atienden una misma oferta de servicios turísticos. De este modo, se involucran por medio de recorridos (lineales o circulares) dentro de una determinada zona o de una comunidad, áreas que cuentan con atractivos y facilidades a lo largo del trayecto (González, et al., 2019), lo cual es el objetivo final de esta investigación, el posicionamiento turístico a partir del diseño una ruta gastronómica vinculada a la gastronomía fronteriza en un espacio delimitado.





## V. Metodología

La investigación responde a un enfoque cualitativo al entender contenidos subjetivos del fenómeno y su contexto (Creswell, 2017). Se utilizó un diseño fenomenológico, pues procuró ahondar en la experiencia de los actores claves en torno al posicionamiento de la gastronomía de frontera del sur de Quintana Roo.

Los doce informantes clave que participaron en este estudio, fueron seleccionados según un muestreo intencionado: cuatro pertenecen al sector público, cuatro al sector privado y cuatro al ámbito académico. Siendo que todos son originarios de la región, expertos en turismo o gastronomía e identificados como actores clave en la generación de una ruta gastronómica.

Tabla 1. Descripción de informantes claves.

Informante	Sector al que pertenece	Especialización
1	Académico	Docente investigador en el área de gastronomía.
2	Académico	Investigador y promotor cultural de la cocina del sur de Quintana Roo.
3	Académico	Docente investigador en el área de gastronomía.
4	Académico	Docente investigador en el área de gastronomía.
5	Gubernamental	Planeación turística.
6	Gubernamental	Promoción del turismo cultural.
7	Gubernamental	Capacitación y cultura turística.
8	Gubernamental	Capacitación y cultura turística.
9	Empresarial	Promoción del Turismo gastronómico y patrimonio alimentario.
10	Empresarial	Organiza visitas abiertas al público a sus locales y al entorno del negocio.
11	Empresarial	Organiza visitas abiertas al público a sus locales y al entorno del negocio.
12	Empresarial	Servicio de alimentos y bebidas.

Fuente: Elaboración propia a partir de Jeambey, 2016.

La entrevista fue conducida mediante preguntas abiertas, lo cual ayudó a obtener información relevante sobre juicios y opiniones en torno al tema investigado, incitando al





Universidad Autónoma del Estado de México

entrevistado a compartir el conocimiento adquirido a lo largo de su experiencia. Asimismo, esta técnica permitió profundizar en el diálogo y aclarar ideas o matices que pudieran crear confusión (Fontana y Frey, 2005; Smith y Osborn, 2008; Pickard, 2013). Posteriormente, las entrevistas fueron transcritas y analizadas para crear “categorías conceptuales que describen y explican el fenómeno estudiado” (Pickard, 2013, p. 269).

Tabla 2. Preguntas realizadas a los informantes clave.

No°	Preguntas de la entrevista
1.	¿Conoce la gastronomía Maya? En caso de que su respuesta sea positiva ¿de dónde consideras es originaria?
2.	¿Conoce la gastronomía caribeña? En caso de que su respuesta sea positiva ¿de dónde consideras es originaria?
3.	¿Conoce la gastronomía fronteriza? En caso de que su respuesta sea positiva: <ul style="list-style-type: none"><li>• ¿de dónde consideras es originaria?</li><li>• ¿Podría mencionar sus antecedentes históricos?</li><li>• ¿Podría mencionar sus ingredientes representativos?</li><li>• ¿Podría mencionar sus platillos representativos?</li><li>• ¿podría mencionar sus métodos y técnicas de cocción?</li><li>• ¿Podría mencionar sus costumbres y tradiciones gastronómicas?</li></ul>
4.	¿Conoce alguna actividad turística o cultural para promocionar la gastronomía de la zona sur del estado de Quintana Roo? En caso de que su respuesta sea positiva ¿podría mencionar las actividades?
5.	¿Considera que existen turistas que se desplazan en la zona sólo por su gastronomía? En caso de que su respuesta sea positiva, ¿qué platillos o lugares para consumirlos son los más visitados?
6.	¿Considerando el sector al que pertenece, de qué manera contribuye al posicionamiento turístico de la gastronomía tradicional del sur de Quintana Roo? ¿Por qué?
7.	¿Considera que sería importante posicionar turísticamente la gastronomía de la zona sur de Quintana Roo? ¿Por qué?
8.	¿Qué representa para usted los siguientes atributos de la gastronomía del sur de Quintana Roo y cuál es el motivo? <ul style="list-style-type: none"><li>• Cultura</li><li>• Sabor</li><li>• Tradición</li><li>• Otro</li></ul>





9.	¿Cuál considera que es la principal problemática para lograr el posicionamiento turístico de la gastronomía del sur de Quintana Roo?
10.	¿Considera que trazar una ruta gastronómica en esta zona sería una estrategia viable para su posicionamiento turístico? En caso de que su respuesta sea positiva <ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Por qué?</li><li>• ¿Identifica alguna persona que pudiera contribuir a la planeación de una ruta gastronómica en esta zona?</li><li>• ¿Identifica algunos puntos gastronómicos (restaurantes, lugares, festivales) que pudieran ser parte de la planeación de una ruta gastronómica en esta zona?</li></ul>

*Fuente: Elaboración propia a partir de Jeambey, 2016.*

Es importante mencionar que a partir de los resultados obtenidos se construyó la ruta con la metodología propuesta por González et al., (2019) y el Servicio Nacional de Turismo de Chile (2016), según se explica en el siguiente apartado.

### **Metodología para el diseño de una ruta gastronómica.**

La búsqueda del posicionamiento turístico de la zona Sur del estado de Quintana Roo a partir del análisis de los intereses actuales del turismo, así como a la opinión de expertos en el área turística y gastronómica recopilada a través de las entrevistas, se determinó llevar a cabo el desarrollo de una propuesta de ruta gastronómica de la cocina fronteriza de la zona Sur del estado de Quintana Roo que permita contribuir a la competitividad de esta zona en comparación a otros destinos turísticos del estado de Quintana Roo y otros del país de México, al respecto y en comparación a la ruta del vino propuesta en Baja California, algunos autores mencionan que:

El agotamiento del modelo tradicional de turismo, la búsqueda de nuevas experiencias por parte de los visitantes, y la necesidad —tanto del gobierno como de la iniciativa privada— de impulsar y diversificar el potencial socioeconómico de los valles agrícolas de la Ruta del Vino, ha obligado a los actores locales a revalorar su territorio y pensar en el turismo como la vocación “natural” de la zona.

A través de la conformación de la Ruta del Vino en Baja California se pretende





Universidad Autónoma del Estado de México

crear la identidad del destino y lograr la integración de los recursos naturales y culturales con la producción del vino para poner en valor la zona como producto turístico-temático e integrarlo a la oferta cultural y recreativa de Baja California (Quiñónez, et al., 2012, p. 132).

La ruta gastronómica del vino en Baja California es un claro ejemplo de estudio que podría ser replicado en la zona sur del estado de Quintana Roo con la finalidad de posicionar la cocina fronteriza como un producto turístico que permita dinamizar la economía regional a la par de la generación de sinergias enfocadas a la revalorización del capital humano y cultural existente; asimismo hace frente a la problemática previamente planteada en este proyecto, la cual consiste en la falta de interés del turismo local y extranjero en visitar esta zona.

Los manuales titulados “Diseño y operación de productos agroturísticos” escrito por González, Blanco, Araujo y Escarramán (2019); y el “Diseño de experiencias turísticas” publicado por el Servicio Nacional de Turismo de Chile en 2016 permitieron desarrollar una metodología para el diseño de una ruta gastronómica que contribuya al aumento de la derrama económica de los diversos sectores que se benefician del turismo, así como a la afluencia turística que en la actualidad es cada vez más exigente, con expectativas más específicas y que buscan experiencias auténticas, significativas, únicas y memorables (Servicio Nacional de Turismo, 2016).

Las bibliografía consultada y tomada como referencia central para la creación de la metodología para el desarrollo de una ruta gastronómica tienen como objetivo fortalecer e incrementar el turismo a partir de la oferta de productos turísticos, así como el fortalecimiento de la calidad de sus servicios turísticos. Dicha metodología consta de cuatro etapas con actividades específicas las cuales permiten determinar el mercado turístico, evaluar el potencial turístico de la zona, diseñar una experiencia turística para finalmente poder promocionar dicho producto turístico.







Tabla 3. Metodología para el desarrollo de una ruta gastronómica.

<b>Etapas I: Determinación del mercado turístico.</b>	
<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
1.1. Análisis de la demanda turística.	Este apartado se refiere al análisis de los consumidores (o potenciales consumidores) de productos turísticos. Se pueden consultar fuentes de información secundarias (documentos o estudios previos) también fuentes de información primarias para lo cual se puede realizar trabajo de campo y utilizar la entrevista o encuesta.
1.1.1. Afluencia turística.	El número de turistas en un momento y lugar dado, así como la suma de bienes y servicios solicitados durante su estancia. Por lo general, se pueden utilizar fuentes secundarias de instituciones u organismos. Para entender la demanda actual, es importante revisar documentos y estudios previos ya publicados. Para el estudio cualitativo de la demanda, se pueden aplicar encuestas o entrevistas a profundidad con expertos en el tema.
1.1.2. Gasto promedio.	Este dato es medido a partir de la derrama económica que dejan los visitantes a partir del uso de los diversos servicios turísticos que consumen durante su estancia en el destino turístico.
1.2. Caracterización del turista potencial (mercado meta).	A partir de los datos obtenidos y analizados referente a la demanda turística de la zona es posible determinar cuál es el tipo de turista que habitualmente está interesado en visitar esta zona. Por lo tanto, a través de un ejercicio básico de la mercadotecnia es posible poder establecer características o atributos de los clientes interesados en el turismo gastronómico.
<b>Etapas II: Evaluación del potencial turístico de la zona.</b>	
<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
2.1. Caracterización del territorio.	El éxito de un producto turístico depende de factores externos e internos que pueden limitar o favorecer el desarrollo del turismo. Por ello se inicia conociendo el territorio donde se va a diseñar el producto turístico siendo que a través de una visión global se obtendrán aspectos claves y perspectivas necesarias que orientarán el desarrollo del producto turístico.
2.1.1. Análisis sociocultural.	Conjunto de relaciones sociales y económicas que se establecen en cualquier sociedad las cuales se basan en la religión, la ética y la





Universidad Autónoma del Estado de México

	cultura. Tiene como referente la población, sus formas de organización y participación en la toma de decisiones.
2.1.2. Análisis económico.	Es la capacidad productiva y potencial económico del territorio desde una perspectiva de los tres sectores de la economía (primario, secundario y terciario). En esta dimensión se integra la provisión de bienes y servicios públicos.
2.1.3. Análisis ambiental.	El desarrollo dependerá de la capacidad de los actores institucionales y agentes económicos para conocer y manejar sus recursos naturales renovables y su medio ambiente.
2.1.4. Análisis político – institucional.	Es el sistema institucional público y privado, que involucra las organizaciones no gubernamentales y gremiales, grupos de interés, entre otros.
2.2. Inventario de atractivos turísticos.	Un atractivo turístico es aquel recurso que, por sí mismo o en combinación con otros, puede ser interesante para visitar ya sea con fines culturales o recreativos. Es un elemento capaz de generar desplazamientos turísticos; de ahí la importancia de identificarlos, evaluarlos y realizar una lista de aquellos que forman parte del territorio. Entre las diferentes metodologías para construir un inventario de atractivos turísticos destaca la del antiguo Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR), asociada a la Organización de los Estados Americanos (OEA).
2.2.1. Sitios naturales.	Valles, Montañas, costas, lagos, ríos, caídas de agua, grutas y cavernas. También, sitios de observación de flora y fauna, lugares para pescar y cazar, caminos, senderos, parques naturales, entre otros.
2.2.2. Folclore.	Arte y artesanía, comidas, bebidas típicas, grupos étnicos, arquitectura.
2.2.3. Productos con identidad territorial (PIT).	Gastronómicos, agroindustriales, agropecuarios y artesanías.
2.3. Oferta turística del territorio.	Se constituye por productos y servicios dispuestos al turista por lo que se debe conocer su capacidad, calidad y precios, entre otros. Además, los atractivos también forman parte de la oferta turística, aun cuando se traten de forma independiente.
2.3.1. Alojamiento.	En el servicio de alojamiento están considerados los lugares donde una persona o un grupo de personas se aloja, se aposenta o acampa,





	etc. En la actualidad pueden identificarse hoteles locales y de cadena nacional o internacional, lugares para acampar, hostales e incluso viviendas que se ofertan a través de plataformas como <i>Airbnb</i> .
2.3.2. Servicio de alimentos y bebidas.	En el servicio de alimentación se consideran todos los lugares donde se brinde el servicio de alimentos y bebidas, pueden considerarse lugares establecidos de manera formal como restaurantes e incluso lugares donde se pueden recoger comida o puestos no formalmente establecidos los cuales ofertan verdadera gastronomía tradicional de la zona.
2.3.3. Lugares y actividades de esparcimiento.	Todas aquellas actividades y lugares en donde el turista puede entretenerse o divertirse de manera gratuita o a cambio de un costo por el servicio prestado. Destacan actividades culturales, deportivas, senderismo, de salud, cabalgatas, etc.
<b>Etapa III: Diseño de la experiencia gastronómica.</b>	
<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
3.1. Diseño del Portafolio de los productos turísticos que conforman la experiencia gastronómica.	Es la conformación de una lista que parte de la valorización del conjunto de atractivos del territorio analizando si en realidad tiene relación con el turismo gastronómico. Se parte del análisis de la oferta y la demanda, haciendo una selección de que productos integrar y cuáles no. La decisión es final es diseñar un producto turístico nuevo (en caso de no existir) o mejorar o complementar los existentes. Así, se proponen y valoran los productos turísticos que cumplan la función de articular su actividad con los atractivos turísticos del territorio. Es relevante identificar y analizar experiencias de éxito y modelos de oferta que incluyan las familias rurales dependientes del turismo.
3.2. Organización y gestión de los productos turísticos.	Siendo el objetivo es la valorización de los productos gastronómicos del territorio, los actores clave deben elaborar una hoja de trabajo la cual se especificará las acciones y actividades que se desarrollarán de acuerdo con los siguientes ejes:
3.2.1. Eje "interpretación".	El turista podrá vivir una experiencia única si se implementa un proceso de investigación en relación con la historia y las tradiciones de los productos gastronómicos y atractivos que integran la oferta turística. La interpretación también permite identificar la línea lógica que integra todos los atractivos que conforman el producto turístico, catalogándolos en atractivos centrales (los que representan la motivación del viaje del turista) y complementarios (los que aumentan





Universidad Autónoma del Estado de México

	la satisfacción del turista, pero no se consideran necesarios para convencerlo a viajar al destino).
3.2.2. Eje “puesta en valor”.	Es la organización (señalización, demarcación, etc.) de espacios específicos por donde transitará el turista con el objetivo del disfrute de los productos gastronómicos. Generalmente, las fincas, empresas agrícolas y atractivos son interesantes como productos turísticos, pero no necesariamente pueden atender a los turistas. Es importante planear los requerimientos de aquello que se considera componente esencial de la experiencia turística para garantizar seguridad y satisfacción de los turistas.
3.2.3. Eje “definición de tour”.	Es fundamental que los actores clave que participan en la oferta turística identifiquen y mapeen todos los recorridos. También se requiere la identificación de los productores agrícolas, empresas de la industria agrícola, y proveedores de servicios turísticos (hoteles, restaurante, etc.)  Todos los servicios los puede ofertar una o varias organizaciones. Su diseño debe integrar <i>tours</i> servicios de transporte y alimentación, que se consolidan como un solo producto y cuyo precio incluye todos los servicios.
3.2.4. Eje “integración de actores”.	Es importante estrechar la relación de los productos turísticos con la oferta turística, por lo tanto, es necesario que estén a disposición del turista a lo largo de todo el día, desde el desayuno hasta la cena; en consecuencia, resulta importante estrechar acuerdo entre los agricultores, empresarios, hoteles, restaurantes, de forma que estos últimos puedan vender a los turistas, entre otros, también productos típicos locales.  Esta actividad resulta benéfica para los sectores dependientes del turismo porque pueden incrementar la venta de sus productos; además, es un beneficio real para todo el territorio, considerando que los productos típicos locales favorecen el desarrollo de la “experiencia vivencial/educativa” del turista.
3.2.5. Eje “comercialización y promoción”.	Para el éxito del proceso de integración de la nueva oferta gastronómica es necesario involucrar a los actores intermediarios (los <i>tours</i> operadores nacionales e internacionales) para lograr la incorporación del nuevo producto turístico.





Universidad Autónoma del Estado de México

	Adicionalmente, se podrían invitar a periodistas nacionales para que promuevan y describan el nuevo producto turístico en sus periódicos o revistas especializadas.
3.3. Diseño de la ruta gastronómica.	<p>Consiste en la organización de un recorrido en torno a un producto gastronómico con identidad territorial, el cual lo caracteriza y les otorga su nombre. En la ruta se podrán incorporar diversas actividades de varias modalidades turísticas: prácticas productivas tradicionales, degustar la gastronomía local y productos agroalimentarios y disfrutar de la naturaleza y de otras manifestaciones culturales del territorio.</p> <p>Se deberá determinar el conjunto de servicios con base en un itinerario organizado previamente, el cual podrá ser adquirido por turistas en forma de bloque a un precio único y global. El turista lo adquiere en forma de bloque porque al comprarlo, obtiene el derecho de uso sobre todos los servicios incluidos en dicho paquete.</p> <p>Existen diferentes tipologías de rutas gastronómicas, de acuerdo con Tresserras (2017) “siendo las más comunes las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rutas que destacan cierto platillo.</li><li>• Rutas que destacan una cocina de carácter étnico.</li><li>• Rutas que destacan un cierto producto, ya sea alimento primario o elaborado” (p. 217).</li></ul>
3.3.1. Diseño de imagen de la ruta.	<p>La función principal del desarrollo de este apartado es estimular la demanda actual y potencial del producto o servicio, para ello es necesario determinar los siguientes apartados:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nombre de la ruta: palabra que designa el creador o emprendedor.</li><li>• Isotipo: Símbolos que identifican visualmente el negocio. Cuando la marca es fuerte y bien posicionada, solo con incluir el isotipo, la marca es reconocida por el consumidor.</li><li>• Logotipo: es el nombre e isotipo en conjunto.</li><li>• Eslogan: Es el lema publicitario; debe ser corto y comunicar los beneficios diferenciadores del producto turístico. Puede o no acompañar al logotipo.</li></ul>
3.3.2. Diseño del itinerario.	Se deberán definir los trayectos, los territorios de visita y pernocte, los medios de transporte seleccionados para ir de una localidad a otra, los kilómetros y tiempos que se emplean en dicho traslado.





Universidad Autónoma del Estado de México

3.3.3. Diseño del mapa geográfico.	Se deberá construir un mapa a través del cual se permita la visualización de los puntos que abarca la ruta gastronómica, así como las especificaciones pertinentes para cada punto trazado.
3.4. Implementación de la ruta gastronómica.	<p>Una vez completado el diseño de la ruta, es de suma importancia transformarla en realidad por lo que se deben implementar todas las obras de infraestructura y contar con el personal adecuado.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ejecución de los proyectos de arquitectura: mobiliario, equipamiento, elaboración de contenidos y diseño y/o adquisición de elementos de mediación que se requieran.</li><li>• Selección del personal: la calidad de los guías influirá significativamente en la satisfacción de los visitantes. Deberán expresarse de forma clara y entretenida, contar con conocimientos de la zona, tener capacidad de respuesta, motivar a los turistas, buen manejo de grupo, etc.</li><li>• Comienza operando en marcha en blanca: con el propósito de identificar fallas relevantes y corregirlas.</li><li>• Alianzas con otros proveedores: establece acuerdos con agencias turísticas locales para realizar actividades en las que no seas bueno, por ejemplo, la promoción.</li></ul>
3.4.1. Determinación de tiempos y trayectos.	A partir del diseño de la ruta gastronómica, se deben corroborar que los tiempos de traslado coincidan con lo diseñado, asimismo, es importante que verificar que el tiempo destinado para cada actividad sea el adecuado.
3.4.2. Determinación de costos.	<p>Se deben enlistar todos los costos que representa cada actividad que conforma la ruta gastronómica con la finalidad de establecer un precio global. Se incluyen costos de:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Hospedaje (sólo en caso de que el turista lo requiera).</li><li>• Transporte (renta de vehículo, combustible, peajes, chofer.)</li><li>• Alimentos (servicios en restaurante, amenidades, hidratación, etc.).</li><li>• Servicios y actividades (entrada a museos, foros, empresas, granjas, fincas, etc.).</li><li>• Nómina (contempla a todo el personal que forma parte de la ejecución de la experiencia gastronómica).</li><li>• Otros gastos (indicarles a los turistas de los costos que no están considerados por el tour, tales como la compra de artesanías, renta de artículos, etc.).</li></ul>





Universidad Autónoma del Estado de México

3.4.3. Determinación de precios.	Se debe el precio final del paquete o en su caso, y el precio de los subproductos que se oferten durante el recorrido la ruta gastronómica. Considerar las formas y facilidades de pago en caso de existir.
3.5. Evaluación y corrección de la ruta gastronómica.	Es la prueba piloto de la ruta gastronómica, la que permitirá establecer estrategias de mejora para aplicar en la operatividad de la ruta.
<b>Etapa IV: Plan de promoción del producto turístico.</b>	
<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
4.1. Diseño de herramientas publicitarias.	La imagen es el medio para posicionar productos gastronómicos que debe comunicarse, para tal motivo es importante determinar qué herramientas diseñar: <ul style="list-style-type: none"><li>• Publicidad (anuncios o reportajes de prensa, folletos, carteles, guías, letreros, etc.).</li><li>• Relaciones públicas (actividades dirigidas a grupos de interés a medios de comunicación, gobierno, etc.; presentación a grupos organizados, organización de <i>famy/o press trip</i>).</li><li>• Promoción de ventas (incluye la participación en ferias, desarrollo de eventos promocionales, incentivos para que la comunidad participe, etc.).</li><li>• Comunicación en línea (creación de un sitio web, redes sociales, contratación de servicio de motores de búsqueda, etc.).</li></ul>
4.2. Diseño de campañas publicitarias.	A partir de las herramientas publicitarias diseñadas se debe crear un calendario para poder llevar a cabo la promoción de la ruta gastronómica. El objetivo de dicha actividad favorecerá al incremento del número de turistas interesados en llevar a cabo la ruta.

Fuente: Elaboración propia a partir de González, et al. (2019) y el Servicio Nacional de Turismo de Chile (2016).





## VI. Análisis de resultados

### Entrevistas realizadas

La información obtenida a través de las entrevistas aplicadas a los doce informantes clave fue analizada tomando en consideración el enfoque y el sector al que cada uno de ellos pertenece. De este modo, se pudieron identificar los diferentes panoramas y la percepción que se tiene de la gastronomía tradicional del sur de Quintana con relación al sector gubernamental, académico y empresarial y la posibilidad de desarrollar una ruta gastronómica como forma de posicionamiento turístico.

Tabla 4. Respuestas obtenidas de entrevistas realizadas.

Sector	Aportaciones
Académico	<p>La cocina maya es considerada la más popular al consumirse los platillos cotidianamente.</p> <p>La cocina maya surge a partir de las costumbres alimentarias de los diversos pueblos pertenecientes a ellas, destacando platillos como la cochinita, los <i>salbutes</i>, <i>panuchos</i>, pipián de venado, armadillo, <i>sereke</i>, escabeche, <i>siki'il p'aac</i>, etc.</p> <p>La cocina caribeña se encuentra presente en la zona sur del estado a partir de los productos provenientes de las islas del caribe, así como la cercanía a las aguas del mar caribe que otorgan productos marinos a la población de esta zona que son combinados con sus ingredientes endémicos.</p> <p>La cocina fronteriza está influenciada por diversas culturas que llegan a esta zona, logrando combinar productos de importación y muchos de ellos adaptados a platillos que se consumen cotidianamente en esta zona.</p> <p>Existe influencia en platillos y productos provenientes de personas originarias de Belice, Líbano, Inglaterra, Turquía, España, Italia, etc.</p> <p>Se identifican platillos consumidos en festividades que marcan una diferencia notable a comparación de otras zonas de México: la <i>mantequilla azul</i>, el <i>Tulip</i>, el queso tipo Edam, la pierna enjamonada; salsa de ciruela, las conservas, etc., son elementos característicos que se consumen durante estas celebraciones.</p> <p>Se identifica el “Festival de la cocina tradicional” del sur de Quintana Roo, la “Feria del Coco”, y el “Festival del Caribe” como actividades que fomentan el turismo y la promoción de la cocina tradicional de esta zona.</p> <p>Es notable la presencia del turismo nacional en diversos puntos de esta zona; sin embargo, se percibe poco turismo internacional, salvo personas originarias de</p>







Universidad Autónoma del Estado de México

	<p>Belice que frecuentemente arriban a distintos establecimientos de alimentos y bebidas y sitios comerciales para dejar ganancias.</p> <p>Es necesario posicionar turísticamente esta zona, y abordarlo desde la gastronomía es una de las mejores estrategias. Sin duda alguna el sector académico contribuye con las diversas investigaciones que se desarrollan dentro de universidades y centros de estudio. De este modo empiezan a documentarse diversas costumbres, tradiciones y saberes culinarios.</p> <p>La gastronomía del sur de Quintana Roo además de ser exquisita y variada tiene sustento teórico fundamentado en los diversos acontecimientos históricos suscitados en esta zona que han permeado en las peculiares formas de elaboración de diversos platillos emblemáticos de esta zona.</p> <p>La falta de inversión por parte del gobierno municipal y estatal se percibe ante el poco apoyo otorgado al sector empresarial y los diversos procedimientos que les imponen como protocolos para operar en la ciudad. Asimismo, es notoria la falta de apoyo a la inversión de proyectos civiles, así como la difusión a actividades enfocadas a difundir la cultura de esta región.</p> <p>Sin duda alguna, crear e implementar una ruta gastronómica en esta zona que promueva los platillos, productos y lugares emblemáticos de esta zona bajo una temática creativa que permita apoyar a los diversos sectores que forman parte de la cadena de valor.</p> <p>Involucrar a colectivos, asociaciones, académicos, empresarios y autoridades del gobierno para trabajar el diseño de una ruta gastronómica que permita el desarrollo económico de esta zona.</p> <p>Se identifican personas como Georgina Castillo Loya, Mildred Bacelis Gutiérrez, Héctor Marín Poot, y agrupaciones, colectivos e instituciones como el Colectivo raíces de cocina, la CANACO, la CANIRAC, el Comité de Fomento a la Gastronomía del estado.</p> <p>Hacer partícipes a comunidades y sus cocineras tradicionales para plantear puntos estratégicos donde se puedan consumir platillos que se siguen realizando a la usanza antigua como en las comunidades de Buena Fé, Cacao, <i>Ucum</i>, González Ortega, entre otros.</p>
Empresarial	<p>Se identifica la cocina maya como un referente de la zona sur del estado, incluso se hace mención en ser la más popular y la más buscada por el turismo. Aún se siguen realizando los platillos de manera tradicional y es la que menos ha sido modificada, es decir aún conserva su modo de preparación y consumo.</p> <p>La cocina caribeña en esta zona está relacionada con los productos que aporta el Mar Caribe, no obstante, no es plenamente identificada por aquellos platillos que</p>





surgen en las Islas del Caribe, el cual es uno de los puntos a los que se hace referencia de su origen, se centra más a platillos a base de pescados y mariscos. La zona de Calderitas es uno de los puntos turísticos en los que se puede encontrar platillos característicos de la zona caribeña, incluyendo los camarones con salsa de mango, pescado a la *tikinxic*, camarones, caracoles y langostas al mojo de ajo, así como diversos productos que ya han sido combinados con los ingredientes endémicos de esta zona.

La cocina fronteriza se posiciona como un elemento característico de la zona sur del estado de Quintana Roo. Sin embargo, no se debe dejar pasar desapercibido que las características de este tipo de platillos son influenciadas por los diversos movimientos migratorios de países como Líbano, Italia, Francia, Turquía, Holanda; España, Inglaterra, por hacer mención de algunos; lo anterior durante el máximo esplendor de la zona libre de México, siendo la ciudad de Chetumal.

Derivado de los antecedentes migratorios es normal poder identificar platillos consumidos por la población de esta zona, desde el consumo del estado original de diversos productos de importación, así como preparaciones a partir de su uso. Incluso, existen muchos productos que forman parte de esta cocina y que aún forman parte del consumo tradicional durante fechas conmemorativas.

Es normal acudir a las ciudades más cercanas de Belice para adquirir los productos que se consumen por la población del sur de Quintana Roo. Incluso, por lo menos un platillo estará presente en las cartas de los restaurantes de esta zona.

Referente a la relación entre el turismo y este tipo de cocina, resulta ser la más solicitada en función a los orígenes y los diversos acontecimientos históricos con los que se relaciona esta zona.

En la actualidad además de la contingencia generada a partir del COVID para que esta situación se perciba, se identifican pocas actividades organizadas por la sociedad civil y el gobierno, incluso se puede caracterizar que son pocos los esfuerzo por llevarlos de una manera adecuada, pues quienes están al frente de ellos carecen de conocimientos de cómo llevar a cabo la logística de festivales, concursos culinarios o exhibiciones gastronómicas.

El turismo identificado en esta zona es más nacional que internacional, y de los turistas internacionales se observa que prefieren visitar sitios arqueológicos como Calderitas, *Oxtankah*, Bacalar en vez de acudir a la céntrica del estado o a las comunidades que tienen mucho por ofertar, lo anterior se da en consecuencia de la falta de apoyo por parte del gobierno para promocionar diversos atractivos turísticos o culturales.





Universidad Autónoma del Estado de México

	<p>Sin duda alguna existen una necesidad para promocionar esta zona como sitio turístico por visitar, actualmente no se puede subsistir a partir del consumo de la misma población. En ese sentido, también se sabe la falta de calidad que existe en diversos establecimientos dedicados a este sector, lo anterior en consecuencia a la falta de capital para invertir en mejor instalaciones o servicios.</p> <p>La zona sur del estado tiene muchos atractivos culturales que ofrecer, es considerada el punto de inicio para recorrer México, incluso es considerada la zona del primer mestizaje, se tienen grandes antecedentes de la cultura maya en esta zona, se han identificado antecedentes durante el Porfiriato en cuanto a la historia de México, así como sucesos que se dieron a conocer a partir de la entrada del “Huracán Janet”, en 1985. Sin duda alguna, estos elementos son un vínculo de suma importancia para atraer al turista a partir de la combinación de historia, cultura y sabores.</p> <p>Hablar de una ruta astronómica implica mucho trabajo, mismo que vale la pena llevar a cabo con la finalidad de apoyar al sector empresarial que se ve sumamente necesitado. Asimismo, se insiste en la presencia urgente de políticas públicas como estrategia para posicionar esta zona a partir de su gastronomía.</p>
Gubernamental	<p>La gastronomía maya es identificada plenamente, incluso por la mayoría, es considerada como el tipo de cocina con mayor importancia y elemento identitario de esta zona.</p> <p>Se cuenta con recetarios de platillos tradicionales de la cocina maya, incluso se tiene bien identificado la influencia total de los estados de Yucatán y Campeche en la elaboración de los platillos tradicionales de esta cocina.</p> <p>A grandes rasgos, se tiene como objetivo conformar un diccionario culinario maya que permita recopilar todas las técnicas, métodos de cocción, productos y platillos representativos de esta cocina.</p> <p>La zona centro del estado de Quintana Roo es considerada la zona maya.</p> <p>Se identifica a todos las ciudades y pueblos que limitan con el mar caribe como sitios que tienen influencia con la cocina caribeña a partir de los productos obtenidos de la pesca. Asimismo, se identifican platillos que tienen influencia de las islas del caribe que han llegado a la zona sur del estado de Quintana Roo.</p> <p>Los municipios de Isla Mujeres, Cozumel, Benito Juárez, Solidaridad, Tulum, Puerto Morelos y Othón P. Blanco tienen ciudades que colindan con el Mar Caribe y, por ende, sitios que cuentan con gastronomía con influencia caribeña.</p> <p><i>Mahahual</i> es identificado como el sitio que representa esta gastronomía en la zona sur del estado de Quintana Roo. No obstante, el pueblo de Calderitas tiene presencia gastronómica del Caribe en la zona restaurantera.</p>





	<p>Se cuenta con poca información gastronómica documentada, sin embargo, en el plan de fomento a la gastronomía del estado de Quintana Roo existen iniciativas para poder promocionar la zona sur.</p> <p>Esta zona se caracteriza por contar con destinos en desarrollo y emergentes, como lo son <i>Mahahual</i>, Chetumal y Bacalar, los cuales ya son identificados como puntos turísticos.</p> <p>Se requieren estrategias y acciones enfocadas a fortalecer la calidad en el servicio para el turista que, de acuerdo con algunos estudios, empezará a buscar destino con contacto con la naturaleza, así como actividades de aventura.</p> <p>Es identificada esta zona como región fronteriza, lo cual permite dar un plus en el interés del turista considerando los antecedentes históricos que conlleva el país de Belice y su influencia en la ciudad de Chetumal, capital del estado de Quintana Roo. Se ha logrado trabajar en conjunto con el país de Belice a partir de facilitar el movimiento turístico entre ambos países con la finalidad de fortalecer el desarrollo económico. Asimismo, se percibe que con el paso del tiempo cada vez se tiene más presencia del turismo beliceño en la zona sur del estado de Quintana Roo.</p> <p>Se identifican familias, establecimientos y costumbres culturales de influencia beliceña en la zona sur del estado de Quintana Roo.</p> <p>Se crea en 2021 la Estrategia de Fomento a la Gastronomía en Quintana Roo 2021 – 2030 como resultado de trabajo colaborativo entre el sector público, privado, académico y social.</p> <p>Se analiza la relación entre el panorama general de los programas educativos de nivel superior del área de gastronomía en Quintana Roo y el impacto en las estrategias y la oferta turística de la zona sur del estado de Quintana Roo.</p> <p>Se trabaja en llevar a cabo diversos festivales y actividades gastronómicas encaminadas a promocionar la gastronomía del estado de Quintana Roo, no obstante, se reconoce la ausencia de estrategias enfocadas específicamente a la zona sur del estado.</p> <p>La gastronomía, así como las playas del mar caribe son los dos factores primordiales considerados por el turista para elegir el estado de Quintana Roo como destino a visitar. La zona sur del estado carece de estrategias publicitarias para fomentar el turismo en la región.</p> <p>Se busca que Quintana Roo se convierta en un destino competitivo y líder de la actividad turística y que esto propicie el bienestar para todos potencializando el sector gastronómico y su cadena de valor en el estado.</p>
--	--





**Universidad Autónoma del Estado de México**

	<p>El estado de Quintana Roo es rico en diversidad cultural, sin embargo, es identificado por los bellos paisajes, motivo por el cual se apuesta por promocionarlo a partir de los paisajes en diversos puntos geográficos del estado.</p> <p>Se cuenta con una ruta gastronómica que es apoyada por el estado, la ruta de la guerra de castas. Sin embargo, se ha dado poca difusión y no ha sido reconocida turísticamente hasta la actualidad.</p> <p>Crear una ruta gastronómica en el sur del estado es una estrategia que permitiría incrementar la calidad en los servicios, así como la derrama económica con los productores locales de la zona.</p> <p>Hace falta trabajo en conjunto con el sector privado y académico para lograr identificar las metas, así como las estrategias para poder posicionar turísticamente a la zona. También, se identifica la falta de interés por el gobierno municipal de Othón P. Blanco.</p>
--	--

*Fuente: Elaboración propia a partir de Diaz, et al. (2013).*





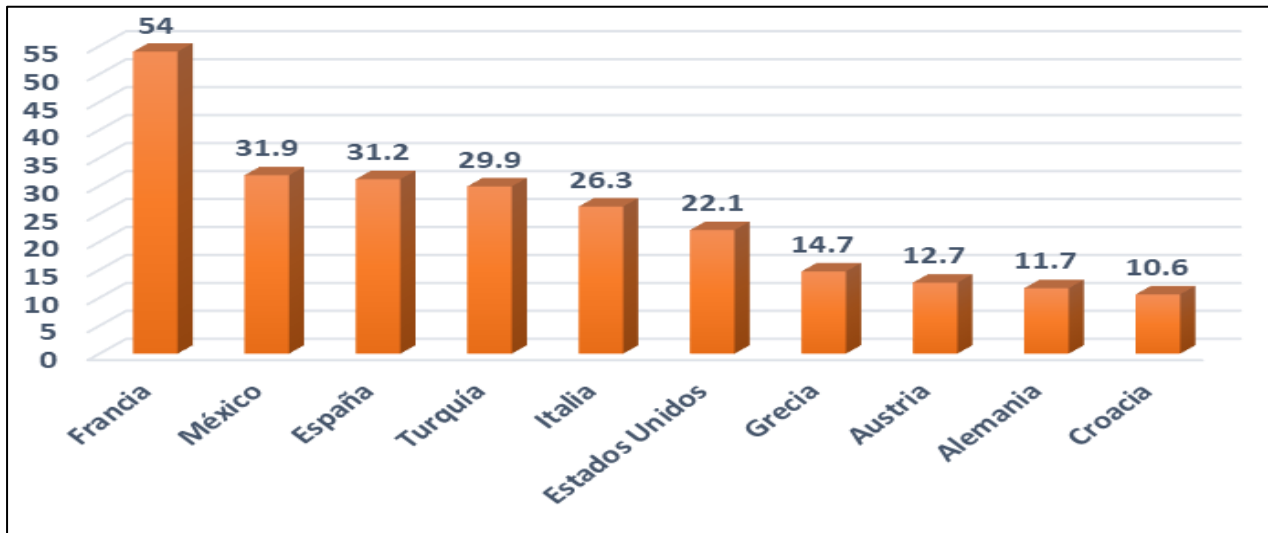
## VII. Producto final: Propuesta de ruta gastronómica.

### Desarrollo de la metodología para el diseño de una ruta gastronómica

<b>1. Determinación del mercado turístico</b>
<b>1.1. Análisis de la demanda turística</b>
<b>1.1.1. Afluencia turística.</b>

La información emitida por parte de la *Organización Mundial del Turismo* (OMT) sitúa a México como uno de los destinos predilectos del turismo internacional, lo anterior se fundamenta en el Barómetro del Turismo Internacional correspondiente al año 2021, el cual posiciona al país en el segundo lugar en cuanto a llegada de turistas internacionales pese al panorama que se vive actualmente en consecuencia a la contingencia sanitaria ocasionada por el COVID.

Tabla 5. Ranking de México en relación con el turismo internacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Organización Mundial de Turismo (2022).

La afluencia turística de acuerdo con Quesada (2010), también está vinculada a factores exógenos incidiendo en la inseguridad, narcotráfico, problemas sociales, creencias religiosas, entre otros, afectando la calidad de la experiencia hacia los turistas. La misma afluencia turística en las diferentes regiones, estados y municipios del país ha permitido que en México el ingreso de esta actividad represente una importante cantidad a la

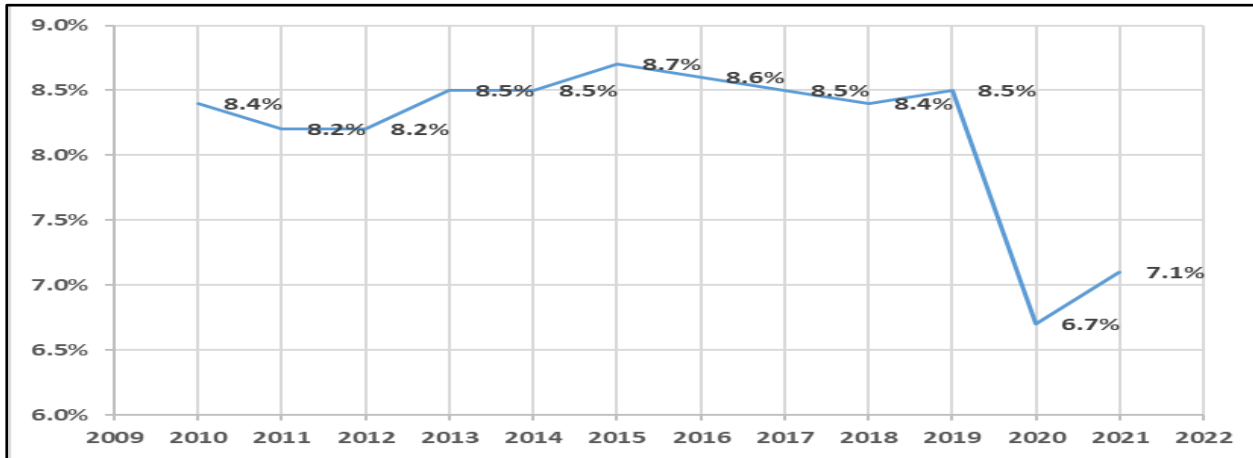




Universidad Autónoma del Estado de México

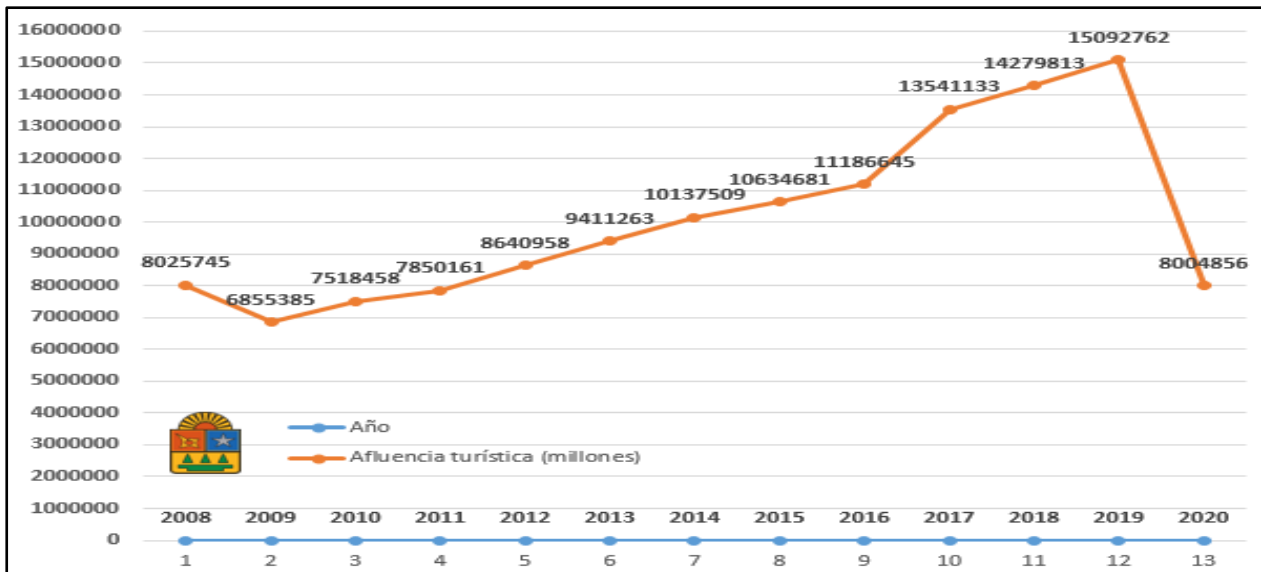
economía nacional; del 2010 al 2019 el PIB turístico mantuvo una constante participación con referencia al Producto Interno Bruto (PIB), sin embargo, en 2019 a consecuencia de la pandemia generada por el COVID, los niveles porcentuales se vieron afectados en consecuencia a todas las restricciones y medidas sanitarias consideradas por el gobierno mexicano para evitar la propagación del virus SARS-CoV-2 en el territorio.

Tabla 6. PIB turístico porcentual de México en la última década.



Fuente: Elaboración propia a partir del Análisis Integral del Turismo de la SECTUR (2020)

Tabla 7. Afluencia turística de Quintana Roo en la última década.



Fuente: Elaboración propia a partir de la Secretaría de Turismo (2022).





Universidad Autónoma del Estado de México

Durante el 2020, la afluencia turística del estado de Quintana Roo presentó el mayor desplome de su historia. Ante este panorama desfavorable para el turismo en el país durante la pandemia, la Secretaría de Turismo (SECTUR) implementó la estrategia de abrir sus puertas al turismo internacional a partir del 2021, mientras que en otros países las restricciones se han mantenido vigentes; con esta acción se estima que México recuperará el PIB turístico prepandemia en 2022.

El turismo ha sido una de las principales herramientas para conectar culturalmente a los diversos países de todo el mundo; la conectividad se asocia con la movilidad de personas de un país a otro o dentro de su propio territorio. Es importante precisar que la afluencia turística en Quintana Roo ha mejorado en los últimos meses, al cierre del año 2021 el Caribe Mexicano obtuvo un crecimiento del 53.2% en comparación al 2020, panorama que plantea un panorama benéfico para el sector turístico del estado.

Tabla 8. Afluencia turística en el caribe mexicano, Quintana Roo.

Afluencia de Turistas al Estado			
Destino	Enero - Diciembre		Diferencia %
	2020	2021	
Cancún	3,363,072	4,611,532	37.1%
Cozumel	405,733	630,724	55.5%
Chetumal	245,835	281,658	14.6%
Isla Mujeres	620,514	1,035,330	66.9%
Riviera Maya	3,369,702	5,654,714	67.8%
Bacalar	95,637	144,045	50.6%
<b>Caribe Mexicano</b>	<b>8,830,917</b>	<b>13,530,307</b>	<b>53.2%</b>

Fuente: Secretaría de Desarrollo Turístico de Quintana Roo (2021).

La importancia de la actividad turística en el estado de Quintana Roo se da de manera diferente en cada uno de los municipios o ciudades en consideración a los atractivos turísticos que cada uno de ellos ofertan, en caso específico, este estudio está enfocado en la zona sur del estado de Quintana Roo, la cual está conformada por los municipios de Othón P. Blanco y Bacalar.







**1.1.2. Gasto promedio**

Los visitantes y los movimientos en la frontera México-Belice son los que tienen impacto significativo sobre la zona de estudio; de acuerdo con las estadísticas oficiales de la Secretaría de Desarrollo Turístico en Quintana Roo, el total de visitantes vinculados a la frontera ha ido en aumento, mismo incremento también se ve reflejado en la derrama económica que se tiene en la ciudad de Chetumal y Bacalar de acuerdo a la siguiente tabla que indica un incremento en 75.6% y 192.8% respectivamente.

Tabla 9. Derrama económica por actividad turística en Quintana Roo.

<b>Derrama Económica en MDD</b>			
<b>Destino</b>	<b>Enero - Diciembre</b>		<b>Diferencia %</b>
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	
Cancún	\$2,654.04	\$3,622.49	36.5%
Cozumel	\$490.82	\$663.97	35.3%
Chetumal	\$44.09	\$77.43	75.6%
Isla Mujeres	\$455.48	\$893.29	96.1%
Riviera Maya	\$2,745.80	\$4,615.61	68.1%
Bacalar	\$11.70	\$34.26	192.8%
<b>Caribe Mexicano</b>	<b>\$6,902.56</b>	<b>\$10,806.67</b>	<b>56.6%</b>

Fuente: Secretaría de Desarrollo Turístico de Quintana Roo (2021)

La afluencia turística ha aumentado en esta zona y por consecuente la derrama económica por actividades enfocadas al turismo sigue creciendo, en cuanto al gasto promedio en Quintana Roo se indica que:

El turista se está gastando casi 150% en alimentación, hospedaje y entretenimiento, pues la inflación ya alcanza el 7.55% este año. De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y de la Secretaría de Turismo (SECTUR), entre enero y mayo del presente año el gasto promedio de este turista fue de US\$759.12, más del doble comparado con los US\$304.12 que gastaban el año pasado. Mientras que el gasto del turista nacional





Universidad Autónoma del Estado de México

tuvo un promedio 3 mil 801 pesos mexicanos este año, comparado con los 3 mil 102 pesos del año pasado. Ellos pagan por una experiencia, incluso el 42% de los encuestados de este año respondieron haber gastado mucho más de lo que tenían planeado y aun así sienten que valió la pena. (Silva, 2022)

### **1.2. Caracterización del turista potencial (mercado meta).**

El Plan Estatal de Desarrollo de Quintana Roo 2016-2022 (2016) ubica el turismo en Quintana Roo como tradicional, basado en la demanda de sol y playa. Empero, La Secretaría de Turismo del estado de Quintana Roo (2022) busca ofertar otro tipo de atractivos turísticos en diversas zonas del estado, en el caso concreto del sur del estado refiere que éste puede ser de tipo alternativo, al poder desarrollarse actividades en contacto directo con la naturaleza vinculadas a expresiones culturales, con el fin de que el viajero conozca, disfrute, respete, participe y se comprometa en la conservación de los recursos naturales y culturales.

En relación con lo anterior, se determina que la ruta gastronómica que se pretende desarrollar en el sur del estado de Quintana Roo con la finalidad de incrementar el desarrollo económico, debe estar enfocada a turistas con las siguientes características:

- Turistas de origen nacional e internacional.
- Disposición a probar cosas nuevas, explorar sabores y vivir aventuras culinarias inolvidables.
- Afinidad con las actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que lo envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales
- Motivación por comprender, conocer y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos que definen y caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.
- Interés en realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza.



Universidad Autónoma del Estado de México

- Gusto por la comida tradicional de la zona, o derivado de eventos gastronómicos realizados en el estado.
- Interactuar con comunidades rurales o con culturas.
- Valorar los recursos naturales aptos para el desarrollo turístico, ayudando a conservarlos; logrando el respeto por la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus atractivos culturales (Meléndez y Cádiz, 2009), así como sus valores tradicionales y arquitectónicos y que asegure el desarrollo de las actividades económicas viables, que obtengan beneficios socioeconómicos, entre los que se cuentan oportunidades de empleo y obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, para contribuir a la mejor de las condiciones de vida.

## **2. Evaluación del potencial turístico de la zona.**

### **2.1. Caracterización del territorio.**

#### **2.1.1. Análisis sociocultural.**

La zona sur del estado de Quintana Roo cuenta con diversos antecedentes históricos que han marcado las características que distinguen actualmente a su sociedad y cultura. Chetumal, antes llamado *Ch'aak Temal*, cabecera del municipio de Othón P. Blanco y capital del estado. Otra posible traducción es: *Chaac* que significa "lluvia" como el dios de la lluvia, *té* significa "allí", y *emal* significa "bajar", es decir: "Allí donde bajan las lluvias".

La información que obra en el Programa de Desarrollo Urbano de Chetumal, Calderitas, Subteniente López, Huay-Pix y Xul-Há del Municipio de Othón P. Blanco, en 1511 este territorio era uno de los principales *cacicazgos* mayas, el más importante de la parte sur de la Península de Yucatán, ya que se extendía desde el Mar Caribe hasta los límites del Petén Itzá.

El primer asentamiento español en el sitio que hoy ocupa Chetumal fue llamado Oxtankah, mismo que tuvo que ser abandonada para refugiarse en Champotón, por lo que la localidad no prosperó. Al inicio de la colonia en el siglo XVI, al no encontrar los





españoles metales preciosos en la zona de Bacalar y Chactemal dejaron en el olvido esta región (Municipio de Othón P. Blanco, 2003).

El territorio de lo que hoy es el Estado de Quintana Roo durante la época colonial permaneció prácticamente virgen, poblándose únicamente los alrededores de la laguna de Bacalar, mientras que las islas de Cozumel y Mujeres fueron visitadas con frecuencia por los piratas y utilizadas hasta el siglo XIX como base por pescadores de Cuba, Bahamas, Jamaica, Honduras y Belice, aunque las incursiones de pescadores pirata en la zona se prolongaron al menos hasta las primeras décadas del siglo XX.

Los ingleses sí se interesaron en la explotación de la selva y en su localización estratégica dentro del Caribe, al grado de que en 1763 acordaron con España tratados que les permitieron establecerse en la costa suroriental de la península de Yucatán (lo que posteriormente originaría a Belice) para explotar las maderas preciosas y el chicle. Los recursos pesqueros (camarón, langosta y tiburón, entre otros), a pesar de ser cuantiosos fueron explotados en un bajo nivel solo por la población local.

La frontera con Belice en 1890 se hallaba desguarnecida debido a las constantes luchas entre indígenas y mestizos-españoles (por el inicio de la Guerra de Castas). De esta manera, los colonos ingleses tenían franco acceso a las selvas, para explotar maderas preciosas y palo de tinte hasta los márgenes de Río Hondo y el extremo sur de la Bahía de Chetumal. Asimismo, los indígenas sublevados de la Guerra de Castas se abastecían fácilmente de armas y pertrechos de los ingleses.

El 8 de julio de 1893 los gobiernos de México e Inglaterra firmaron el Tratado de Límites Mariscal-Spencer, a través del cual se cedieron a este último 22,810 kilómetros cuadrados de territorio, así como la salida al mar por la Bahía de Chetumal. Debido a que se suscitaron algunos problemas por la falta de precisión en la fijación de la frontera, el entonces presidente de México el Gral. Porfirio Díaz envió al comandante Othón Pompeyo Blanco a esa zona con el doble propósito de hacer respetar la frontera y evitar el tráfico de armas.





**Universidad Autónoma del Estado de México**

El comandante Blanco llegó a la Bahía de Chetumal el 22 de enero de 1898, estableciendo el pontón “Chetumal” en calidad de aduana marítima, con el fin de acabar con el contrabando de chicle y maderas preciosas, además de apoyar al general Ignacio Bravo quien se hacía cargo en ese entonces de las fuerzas yucatecas en la campaña militar contra el territorio indígena de Chan Santa Cruz, mismo que se extendía en ese entonces desde las bahías de La Ascensión, Espíritu Santo y Chetumal, hasta Icaiché, Bacalar, y la región conocida como zona maya.

El 5 de mayo de 1898 junto con algunos mexicanos que regresaron de Honduras Británicas, descendientes mexicanos que se habían refugiado ahí con motivo de la Guerra de Castas, a los que se les unió un grupo de vecinos de Río Hondo, Juan Luis, Calderitas y Bacalar, se declaró oficialmente la fundación de la localidad de Payo Obispo y en el transcurso de ese mes se inició el trazo de la localidad.

En Payo Obispo se organizaba la producción maderera y chiclera, se encontraban las oficinas de los contratistas, la aduana, las tiendas que surtían a los *hatos* y campamentos y las bodegas en donde se almacenaba el chicle. Así fue como Payo Obispo pasó de ser en sus primeros años un campamento militar a un punto comercial de importancia en la frontera sur.

La mayoría de los habitantes de Payo Obispo se trasladaron a Bacalar durante 1901 con la finalidad de buscar la protección de las tropas federales que recientemente habían recuperado dicha localidad. Poco después Othón P. Blanco inició la acción pacificadora con los rebeldes mayas atrincherados en Icaiché, en donde se reunió con el general Anselmo Tamay, líder de los rebeldes, y con el que estableció un pacto de paz (Velázquez y Ceballos, 2006). Ambos viajaron a la Ciudad de México para entrevistarse con el presidente de la República e informarle del acuerdo al que habían llegado. De esta manera Icaiché y Payo Obispo mantuvieron buenas relaciones hasta la desaparición de aquel asentamiento maya (Tzuc, 2015).

El 16 de enero de 1902, el entonces presidente de la República Porfirio Díaz, mediante Decreto Constitucional emitido en la citada fecha, declara la erección del Territorio Federal de Quintana Roo, siendo ésta la primera vez que en la historia y geografía del





país se denominaba a la parte oriental de la Península de Yucatán con el nombre de Quintana Roo, con su capital en el Campamento General Vega (Punta Allen), y posteriormente en 1904 al publicarse la Ley de Organización Política y Municipal del Territorio de Quintana Roo en el Diario Oficial de la Federación en su Artículo 11º se estableció que la nueva capital del Territorio era Santa Cruz de Bravo (esa población en la actualidad es Felipe Carrillo Puerto, en el centro del estado).

El período armado de la Revolución Mexicana decretó la anexión del Territorio al estado de Yucatán en 1913, disposición que fue derogada en 1915 erigiéndose nuevamente el Territorio de Quintana Roo, con capital en Payo Obispo. Por otra parte, el 27 de septiembre de 1955 el ciclón Janet prácticamente arrasó con la ciudad de Chetumal (este es un acontecimiento parteaguas en la historia de la ciudad, así como en su arquitectura y urbanismo), la cual gracias a los esfuerzos de la Federación de Cooperativas y del Banco de Comercio Exterior quienes crearon empleos para aprovechar la madera de los árboles caídos, se pudo reconstruir reubicándola hacia las partes altas.

El Licenciado David Gutiérrez Ruiz, siendo gobernador, solicitó en el año 1974 formalmente al presidente de la República Licenciado Luis Echeverría Álvarez, la creación del Estado Libre y Soberano de Quintana Roo y la de los municipios de Othón P. Blanco (Chetumal), Felipe Carrillo Puerto, José María Morelos, Benito Juárez (Cancún), Lázaro Cárdenas (Kantunilkín), Cozumel e Isla Mujeres. Ambas propuestas fueron aprobadas por el presidente Echeverría. Posteriormente, el 12 de enero de 1975 en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Quintana Roo, se publicó la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Quintana Roo, en cuyo artículo 48 establecía que la ciudad de Chetumal es la capital del estado.

El estatus de zona libre implantada en los años sesenta, permitió a Chetumal convertirse en la principal ciudad comercial importadora de la región. Sin embargo, las recurrentes crisis en las décadas de los años 70 y 80, así como la entrada de México al GATT y la firma de diversos tratados comerciales redujeron las ventajas arancelarias de Chetumal, hasta quedar completamente eliminado en 1993, ante la inminente firma del TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte). Esta situación repercutió en el aumento explosivo de la población en la zona de estudio, ya que para el año de 1985 se





**Universidad Autónoma del Estado de México**

reportó para la ciudad de Chetumal una población de 6,709 personas, quienes ocuparon una superficie de 1,713 ha (en 1982). El servicio de agua potable atendía al 55% de la población y se cubría al 10% de los habitantes en el servicio de drenaje, al 90% en el servicio de energía eléctrica.

El análisis cultural realizado por el gobierno del Quintana Roo a través de su Plan Estatal realizado en 2016, lo describe como un estado con gran diversidad cultural; el hecho de ser junto con Baja California las entidades más jóvenes del país, y lugar preferido de otros estados y otras partes del mundo como residentes permanentes, así como su vecindad con Yucatán y países del Caribe influyen en su multiculturalidad. Además, sus ricas tradiciones mayas dotan de orgullo y de sentido de pertenencia a sus habitantes.

La población ha heredado rasgos provenientes de la cultura maya en consecuencia a su asentamiento en esta zona; asimismo, puede identificarse la herencia cultural que dejan algunos países como Inglaterra, España, Líbano, China, entre otros, que al tener libre comercio en lo que actualmente era Belice termina por conformarse por un legado de sabores que sin duda alguna determina la gastronomía de la frontera en el sur del estado. De este mismo modo, pueden identificarse antecedentes relacionados con los pescadores que se dedicaban a explotar los recursos que proporcionaba el Mar Caribe, de este modo, aún es posible identificar diferentes localidades que aún se dedican a este oficio, tal como la localidad de Calderitas, Laguna Milagros ubicadas de igual modo en el sur de Quintana Roo.

Las políticas culturales que se han venido aplicando en el territorio del estado han desaprovechado las múltiples ventajas que tiene el estado respecto a cultura pues no han sabido favorecer el desarrollo de las personas, como tampoco han impactado positivamente en el capital cultural que éste posee, como elemento imprescindible para recomponer el tejido social.





### **2.1.2. Análisis económico.**

En los últimos 11 años, el estado de Quintana Roo ha tenido una tasa promedio de crecimiento ha sido del 4%, la cual es superior a la media nacional, exceptuando el año 2009 donde sufrió una caída en sus actividades económicas producto de crisis mundial.

El desarrollo económico ha permitido la generación de empleos, lo cual lo ha convertido en uno de los estados con mayor tasa de recepción de migrantes nacionales. Empero, la ausencia de planeación para el desarrollo económico integral y el nulo impulso a las regiones socioeconómicas que conforman al territorio ha favorecido la extrema concentración de actividades en la zona norte del estado motivando la intensificación de la movilidad laboral interna, originado diversos problemas sociales con el paso del tiempo. Otro problema es la dependencia a las actividades turísticas lo que ha debilitado los sectores productivos primario y secundario.

Los empleos recientes se caracterizan por ser eventuales, ya que dependen de la llegada de visitantes nacionales y extranjeros encontrándose en un círculo de vulnerabilidad; bajos ingresos, largas jornadas laborales y sujetos a la temporalidad adicional, mayor cantidad de personas se emplean en la informalidad.

Finalmente, las estrategias enfocadas al turismo en la zona sur del estado no han considerado el aprovechamiento de las riquezas naturales, gastronómicas, culturales e históricas, por lo que no se cuentan con planes, programas y proyectos que fortalezcan al sector.

### **2.1.3. Análisis ambiental.**

Quintana Roo es resultado de las políticas de planificación regional de la década de los setenta, las cuales fueron una alternativa para reducir las desigualdades regionales, tomando como base la particular situación geográfica y las características del entorno natural.







Universidad Autónoma del Estado de México

La zona sur del estado de Quintana Roo, en específico el Municipio de Othón P. Blanco pertenece hidrológicamente hablando a la Región Hidrológica de Yucatán, a las Cuencas Cerradas y la Bahía de Chetumal. En esta zona se pueden encontrar las únicas aguas superficiales del territorio y por ende los únicos ríos de la península: el Río Hondo y el Río Escondido. Desde 1898, el primero representa el límite internacional entre México y Belice, siendo la única vía de comunicación con el interior del territorio.

Además, en el territorio de Othón P. Blanco se encuentra la Laguna de Bacalar, también llamada la Laguna de los Siete Colores, hoy en día un importante destino turístico. En la zona también se encuentran la Laguna Guerrero, comunicada a través de un pasaje con la Bahía de Chetumal, la Laguna Agua Salada, la Laguna Chile Verde y la Laguna San Felipe, lo que representa un importante medio de comunicación desde la Bahía de Chetumal hacia el interior del territorio.

En relación con el clima, en todo el territorio éste se clasifica como cálido subhúmedo con lluvias en verano, lo que propicia la actividad turística en zonas como la Laguna de Bacalar. Pero, al igual que el resto del territorio de Quintana Roo, los municipios del sur son propensos a recibir huracanes, entre junio a noviembre.

Es una zona de selva media donde se pueden encontrar: chicozapote, el ramón, el *guayabillo* y el *chacá*. En zonas más aisladas todavía se puede encontrar el *siricote*, el palo de tinte y la caoba. Es en el Sur, donde se encuentran las zonas de dedicadas a la agricultura de temporal y de riego, siendo el principal cultivo la caña de azúcar.

En cuanto a la fauna, una de las principales especies representativa de la zona es el manatí, el cual es un símbolo de la región, pero también se pueden encontrar especies como el *tepezcuintle*, jabalí, nutria, venado cola blanca, aves y tortugas. Existen tres reservas ecológicas: el área de Protección de Flora y Fauna *Uaymil* situada en la costa noreste del territorio cerca del Municipio de *Mahahual*, el Santuario del Manatí en la Bahía de Chetumal y la Reserva de la Biósfera Banco Chinchorro.

Resulta interesante identificar que la zona de estudio tiene una amplia diversidad de elementos naturales que pueden ser promovidos a partir de proyectos enfocados al





turismo, sin duda alguna, en la actualidad el medio ambiente ha establecido una relación estrecha que permite que el turista se interese en realizar actividades con enfoque sustentable, sin embargo, esto no se ha logrado en su totalidad y en la actualidad el panorama ambiental en Quintana Roo es alarmante.

El territorio quintanarroense es identificado por sus selvas, manglares, humedales, cenotes y su fauna. Su cuidado debería de ser una prioridad, pero el desarrollo de la infraestructura hotelera y habitacional representa más bien una amenaza. A esto se suma que Quintana Roo es uno de los cinco estados por los que pasará el Tren Maya, y a pesar de que aún no se refleja el impacto de ese proyecto particular en indicadores como pérdida de superficie cubierta por árboles, definitivamente tendrá un impacto en el ecosistema. Entre 2019 y 2020, Quintana Roo ya habría perdido 1.5% de la superficie forestal. No todo es Cancún, ni Tulum, ni Cozumel. Lo que Quintana Roo necesita es reforzar la seguridad pública, impulsar acciones que favorezcan el cuidado del medio ambiente y explorar otros sectores económicos para depender en menor medida del turismo. Esto no es solo necesario y urgente para mejorar el bienestar de la población, también es importante para atraer el talento y la inversión en la entidad. (Lambarri, 2022.)

#### **2.1.4. Análisis político – institucional.**

Desde su creación en 1902 como Territorio Federal, hasta 1974 en que se crea el Estado Libre y Soberano de Quintana Roo, no existieron municipios y la división política estatal estaba formada por 4 Delegaciones de Gobierno: Payo Obispo, Felipe Carrillo Puerto, Cozumel e Isla Mujeres.





### Universidad Autónoma del Estado de México

Con la creación del Estado también se crean 7 municipios: Othón P. Blanco, Felipe Carrillo Puerto, José María Morelos, Cozumel, Benito Juárez, Isla Mujeres y Lázaro Cárdenas.

En 1993, en respuesta a las nuevas condiciones socioeconómicas de la entidad, el Municipio de Cozumel se divide en dos municipios: Cozumel que comprende la Isla de Cozumel y dos porciones en el continente y el municipio de Solidaridad que comprende el resto del anterior municipio de Cozumel.

Recientemente el 19 de mayo de 2008 se crea el municipio de Tulum, el cual se constituye con 29 localidades que pertenecían al municipio de Solidaridad y con una extensión territorial de 2,040.94 kilómetros cuadrados de territorio que correspondía al municipio de Solidaridad.

Los once municipios que conforman la entidad son: el municipio de Othón P. Blanco, en donde se asienta Chetumal la capital del Estado y la cabecera municipal; municipio de Felipe Carrillo Puerto, cuya cabecera municipal es la ciudad del mismo nombre; municipio de José María Morelos con cabecera municipal en la ciudad de José María Morelos; municipio de Solidaridad, cabecera municipal Playa del Carmen; municipio de Cozumel cuya cabecera municipal es la ciudad de Cozumel; municipio de Isla Mujeres, cabecera municipal la ciudad de Isla Mujeres; municipio de Benito Juárez, cabecera municipal la ciudad de Cancún; el municipio de Lázaro Cárdenas cuya cabecera municipal es Kantunilkín; el municipio de Tulum, cuya cabecera municipal es el poblado de Tulum: Bacalar cuya cabecera municipal es el poblado de Bacalar, y el último municipio que se creó en el estado que es el de Puerto Morelos.

Durante su posición como Territorio Federal, Quintana Roo tuvo once jefes Políticos y veintisiete gobernantes, con el paso de los años se dio paso a su conversión como Estado Libre y Soberano y durante este tiempo ha contado con ocho Gobernadores, mismos que han despachado desde el Palacio de Gobierno del Estado ubicado en la ciudad de Chetumal, capital del estado.





Derivado de lo anterior, se identifica que el sector laboralmente activo en la zona sur del estado se dedica a trabajar en instituciones de gobierno, lo que ha generado que las aspiraciones de diversos jóvenes se enfoquen a obtener una plaza en el gobierno, en este sentido, se ha visto mermado el interés de incursionar o incorporarse al sector de emprendimiento y más aún, poca importancia se le ha tomado al turismo como posible fuente de crecimiento económico en el sur de Quintana Roo.

**2.2. Inventario de atractivos turísticos.**  
**2.2.1. Sitios naturales**

Tabla 10. Relación de sitios naturales en el sur de Quintana Roo.

Localidades con recursos turísticos			
Calderitas	Laguna Guerrero	Raudales	Uvero
Mahahual	Xkalak	Luis Echeverría	Tamalcab
Huay Pix	Xul Ha	Buenvista	Bacalar
La unión	Ramonal	Sacxán	Cocoyol
Cacao	Buena Fé		
Lagunas, playas, ríos y cenotes			
Ribera del Río Hondo	Isla de los pájaros	Palmar	Río Hondo
Laguna de Bacalar	Cenote azul	Cenote cocalitos	Cenote de la bruja
Bacalar chico	Esteros de chac	Canal de Zaragoza	Banco chinchorro
Mirador dos hermanos	Cocodrilo dorado	Río Indio	Santuario del manatí
Sitios arqueológicos			
Dzibanché	Kinichná	Fuerte de San Felipe	Kohunlich
Chacchoben	Oxtankah		

Fuente: Elaboración propia (2022).





**2.2.2. Folclore**

Tabla 11. Relación de tradiciones, costumbres, música y danza en el sur de Quintana Roo.

Tradiciones y costumbres			
Carnaval	Festival de cultura del caribe	Fiesta de la Santa Cruz	Feria de la frontera Sur
Festival de la cocina tradicional del sur de Quintana Roo	Festival del queso de bola	Festival del ramón	Chetumal baila
Hanal Pixan	Ceremonia del Cha'a Chaak	Festival del coco	Aniversario de la fundación de Chetumal
Jueves bohemios	Festival de la luna llena		
Música y danzas			
Jarana	Cabeza del cochino	Mayapax	Baile de las cintas
Baile de los chicleros	Sambay macho	Fandango	Calabaceado
Reggae	Calipso		

Fuente: Elaboración propia (2022).

**2.2.3. Productos con identidad territorial (PIT).**

Los Productos con Identidad Territorial (PIT) son considerados todos aquellos bienes, servicios, información e imágenes propias de un territorio en específico, pueden estar considerados algunos tipos de quesos, un grupo de músicos, una iglesia con características representativas, un volcán, etc. La identidad es una cualidad que permite que algo sea distinguible y contribuye a promover el desarrollo de un lugar geográfico a partir de sus ventajas absolutas (únicas) o comparativas (mejores condiciones para entregar el producto o servicio).

Tabla 12. Productos con identidad territorial.

Productos con identidad territorial			
Queso de bola (tipo edam)	Productos a base de coco	Machacados	Marquesitas
Chile habanero	Naranja agria	Lima	Chaya
Queques	Chirimico	Cacao	Chicle





**Universidad Autónoma del Estado de México**

Miel	Cerveza artesanal	Queso tip top	Jarabe de horchata
Micheladas	Vinos de miel	Empanadas de mariscos	Bombones de chocolate
Caña de azúcar	Tulip	Ovaltine	Milo

*Fuente: Elaboración propia a partir de Hecho en Quintana Roo (2022).*













**2.3. Oferta turística del territorio.**

**2.3.1. Alojamiento.**

El servicio de alojamiento en la zona resulta ser un objeto interesante de estudio, en la actualidad, este servicio es considerado el más importante en la zona puesto que su precio aún es considerado bajo y resulta ser una opción para el turismo que busca precios accesibles. Es importante mencionar que en esta tabla no se incluyen plataformas enfocadas al hospedaje, tales como airbnb, booking y trivago, sin embargo, estas son una opción en la zona de estudio, mismas que pueden ser utilizadas a través de aplicaciones en dispositivos móviles.

Tabla 13. Hoteles en el sur de Quintana Roo.

Empresa con servicio de alojamiento	Información general
All Business Hotel	  <p><b>ALL BUSINESS HOTEL</b> Lázaro Cárdenas no. 201 Centro C.P 77000 Tel: +52 01 983 83 5 04 60 www.abh.com.mx reservaciones@abh.com.mx</p> 
Capital plaza	 <p><b>Capital Plaza</b> Av. Héroes 171-A Centro C.P 77000 Tel: +52 01 983 83 50400 +52 01 983 83 50420 reservaciones@capitalplaza.mx</p>  
Arges Hotel Suites	  <p><b>ARGES HOTEL SUITES</b> Lázaro Cárdenas no. 212 Centro C.P 77000 Tel: +52 01 983 83 29525 www.hotelarges.com ventas@hotelarges.com</p> 





Universidad Autónoma del Estado de México

<p>Casa Blanca</p>	<p>Álvaro Obregón No. 312 Centro, C.P. 77000 Tel: +52 01 983 83 21248 +52 01 983 83 21658 +52 01 983 83 35735 www.casablancachetumal.com reservacion@casablancachetumal.com</p> <p>ESTACIONAMIENTO TRANSPORTE AL AEROPUERTO ACCESO A MINUSVALIDOS WIFI</p>
<p>Fiesta Inn</p>	<p>Álvaro Obregón No. 229, Centro C.P. 77000 Tel: +52 01 983 2673200 www.fiestainn.com rest1fiche@posadas.com</p> <p>ALBERCA LAVANDERÍA CENTRO DE NEGOCIOS TRANSPORTE AL AEROPUERTO SKYBAR GYM RESTAURANTE WIFI ESTACIONAMIENTO SALÓN DE EVENTOS ROOM SERVICE</p>
<p>City Express Hoteles</p>	<p>Perdiz No. 442, Emancipación Infonavit C.P. 77084 Tel: +52 01 983 83 5 19 80 018002489397 www.cityexpress.com cectm.ventas@cityexpress.com.mx</p> <p>ESTACIONAMIENTO WIFI RESTAURANTE LAVANDERÍA GYM CENTRO DE NEGOCIOS ALBERCA</p>
<p>Hostelito</p>	<p>Othon P. Blanco 187-A Centro C.P. 77000 Tel: +52 01 983 833 3419 +52 01 983 173 4995 hostelitochetumalmx@gmail.com</p> <p>ALBERCA WIFI PET FRIENDLY</p>
<p>Caribe Princess Chetumal Bay</p>	<p>Av. Álvaro Obregón 168 col. Centro Chetumal, Q Roo Teléfono: +52 01 983 832090</p> <p>LAVANDERÍA WIFI ESTACIONAMIENTO</p>







Universidad Autónoma del Estado de México

<p>Hotel Juliett</p>	 <p><b>Hotel*** Juliet</b></p> <p>Av. Heroes 167, Col. Centro, entre Efrain Aguilar y Mahatma Gandhi Tel: +52 01 983 83 35080 www.hoteljulietchetumal.com principearlequin@hotmail.com</p> <p>WIFI ESTACIONAMIENTO</p>
<p>Hotel Los Cocos Chetumal</p>	 <p><b>HOTEL Los Cocos Chetumal</b></p> <p>Av. Héroes No. 134 Centro C.P. 77000, Teléfono: +52 01 983 8350430 www.hoteloscocos.cdmx.mx reservaciones@hoteloscocos.com.mx</p> <p>RESTAURANTE ACCESO A MARRASMEJOS SALÓN DE EVENTOS ALBERCA ESTACIONAMIENTO CENTRO DE NEGOCIOS WIFI LAVANDERÍA ROOM SERVICE SENTADORA DE AUTOS</p>
<p>Grand Marlon Hotel</p>	 <p><b>Grand Marlon HOTEL</b></p> <p>Av. Juárez 88, Centro, 77000 Tel: +52 01 983 285 3287 +52 01 983 285 3279 www.hotelmarlon.com.mx grandmarlonreservaciones@hotelmarlon.com.mx</p> <p>RESTAURANTE ALBERCA TRANSPORTE AL AEROPUERTO WIFI ESTACIONAMIENTO GYM ROOM SERVICE LIBRE DE HUMO LAVANDERÍA BAR</p>
<p>Hotel Pantoja</p>	 <p><b>HOTEL Pantoja</b></p> <p>Calle Lucio Blanco #95, Col. Adolfo López Mateos, C.P. 77010 Teléfono: +52 01 983 83 21781</p> <p>RESTAURANTE WIFI ESTACIONAMIENTO</p>
<p>Hotel Príncipe</p>	 <p><b>PRINCIPE</b></p> <p>Prolongación Héroes Adolfo López Mateos C.P. 77010 Tel: +52 01 983 8331642 www.hotelprincipechetumal.com principearlequin@hotmail.com</p> <p>RESTAURANTE SALÓN DE EVENTOS ALBERCA CENTRO DE NEGOCIOS WIFI ESTACIONAMIENTO</p>





<p>Hotel Rosa del Alba</p>	 <p><b>HOTEL ROSA DEL ALBA</b></p> <p>Héroes No. 159-B Centro CP 77000 Tel: +52 01 983 832 0950 www.rosadelalba.com.mx contacto@rosadelalba.com.mx</p> <p>GUARDA EQUIPAJE WIFI AIRSLEEP</p>
<p>Hotel Villanueva</p>	 <p><b>hotel Villanueva</b></p> <p>Av Carmen Ochoa de Merino Plutarco Elias Calles, CP 77000 Tel: +52 01 983 267 3370 www.hotelvillanueva.com.mx info@hotelvillanueva.com.mx</p> <p>ROOM SERVICE RESTAURANTE CAFETERIA SALON DE EVENTOS ALBERGIA ESTACIONAMIENTO RENTA DE MOBILIARIO RENTAS DE BICICLETAS GUARDA EQUIPAJE WIFI LAVANDERIA PET FRIENDLY</p>

Fuente: [https://www.visitchetumal.com.mx/portal/guia\\_othon\\_p\\_blanco.php](https://www.visitchetumal.com.mx/portal/guia_othon_p_blanco.php) (2022).

### 2.3.2. Servicio de alimentos y bebidas.

Tabla 14. Restaurantes en el sur de Quintana Roo.

Restaurantes			
Almina's	Asadero cabeza negra	La ventolera	Sergio's Pizza
Café del Puerto	La botana	La casita del chef	Las enchiladas
Pantoja	Savora Grill	Star saludable	Vevi's Pizza Buffet
Bucaneros	Calderitas (costera)	Cyntia's	El pargo
La viagra jarocho	Los comales	Mi viejo	Padilla
Antojitos Lucy	La casita azul	Don queque	El faro
La costa	Lonchería el milagro	Lonchería Pinocho	Lycos
Super frutti	Banquetacos	El taquito	Forasteros
Los Daniel's	Taco loco	Taquería Díaz	Taquería México
La terraza de Tito	Capital center	La guayaba	La esquina
Wilkin's	Spezzia's	Winner's	Beer Garden
Baccus	Las brazas	La barra	Boulepark
La chopería	La terraza de Tito	Sr. Mono	Wayne's garage
Pepe's Drinks	La curva	One 4 you, one 4 me	Wingman
Carpe diem	María Dolores	Pata de perro	Chetuyork

Fuente: [https://www.visitchetumal.com.mx/portal/guia\\_othon\\_p\\_blanco.php](https://www.visitchetumal.com.mx/portal/guia_othon_p_blanco.php) (2022).





**2.3.3. Lugares de esparcimiento.**

Tabla 15. Relación de lugares donde se desarrollan actividades de esparcimiento.

Lugares de esparcimiento			
Museo de la cultura maya	Planetario de la ciudad	Monumento al mestizaje	Explanada de la bandera
Boulevard de Chetumal	Zoológico de Chetumal	Monumento al renacimiento	Maqueta de payo obispo
Museo de la ciudad de Chetumal	La casa voladora	Muelle fiscal	Zona libre entre Belice y México
Plaza las Américas	Plaza Chactemal	El paseo de la avenida de los Héroes	Teatro minerva
Teatro Constituyentes del 74	Zoológico de Payo Obispo	Casa de la crónica	

Fuente: Elaboración propia (2022).

**3. Diseño de la experiencia turística.**





**3.1. Portafolio de los productos turísticos que conforman la experiencia.**

Los diferentes atractivos turísticos que conforman la ruta gastronómica del sur de Quintana Roo denominada: *Cocina fronteriza: Legado de Sabores* se encuentran estrechamente relacionados con la gastronomía tradicional del sur del estado; en este sentido, la ruta tiene como objetivo principal que el turista conozca nuevos alimentos y bebidas, visite diferentes restaurantes, establecimientos y puestos de comidas para degustar distintos platillos característicos de la región, realizar actividades a modo de esparcimiento, diversión y aprendizaje que le permitan conocer más sobre la cultura culinaria de la región y adquirir productos en comercios locales, como alimentos preparados o ingredientes contribuyendo al ingreso económico de los sectores dependientes del turismo.





Tabla 16. Portafolio de los productos turísticos de la ruta gastronómica: Legado de Sabores.

Atractivo turístico	Relación con el turismo gastronómico	Imagen ilustrativa
Desayuno tradicional chetumaleño	Existen diversos establecimientos que ofertan alimentos y bebidas representativas de la cocina fronteriza del sur del estado; resulta interesante poder degustar platillos que han surgido a partir del sincretismo gastronómico entre productos, técnicas, tradiciones y costumbres entre las personas pertenecientes a Belice y México.	
Muelle fiscal	Este lugar representa la relación directa que tiene México con Belice a través de los traslados que realizan las embarcaciones marítimas entre la ciudad de Chetumal (México) y la isla de San Pedro (Belice). Asimismo, este sitio fungió como centro de recepción de productos de exportación provenientes de embarcaciones inglesas, sin duda alguna, este lugar representa el inicio del sincretismo gastronómico a través del cual surge la cocina fronteriza del sur de Quintana Roo.	
Explanada de la bandera y Palacio de Gobierno del Estado.	En este sitio se lleva a cabo el encuentro entre comerciantes y prestadores de servicios locales con la sociedad chetumaleña que acude a disfrutar un día o tarde agradable. Este sitio alberga el Obelisco a la Bandera, construido en honor a los Símbolos Patrios y que tiene como objetivo recordar a los chetumaleños que la ciudad es el inicio de los Estados Unidos Mexicanos y la primera porción de la nación donde impactan los rayos del sol. En este lugar resulta sencillo poder encontrar comerciantes dedicados a ofertar gastronomía popular de la ciudad, tales como hot dogs, machacados, esquites y marquesitas rellenas por mencionar algunos ejemplos.	 





Universidad Autónoma del Estado de México

<p>Monumento al Pescador y Paradero Turístico “Aquí inicia México”</p>	<p>Este sitio se ha convertido en los últimos años uno de los principales atractivos turísticos en consecuencia a las actividades de modernización que se realizaron en 2014. En este lugar se puede encontrar el “Paradero turístico Aquí inicia México” y el “Reloj del pescador” que, en conjunto, dan forman una escenografía sumamente atractiva para los visitantes. Por otra parte, a este lugar acuden vendedores ambulantes que ofertan gastronomía popular de la zona, es muy común encontrar este lugar concurrido por las noches pues el sitio permite disfrutar un anochecer agradable en unión al disfrute de platillos tradicionales de la zona.</p>	
<p>Maqueta de Payo Obispo</p>	<p>En este sitio se puede conocer la historia de la ciudad de Chetumal a partir de la interpretación de una figura arquitectónica que muestra las primeras construcciones y el inicio del desarrollo urbano de la ciudad. Resulta interesante poder identificar los puntos de interés que dan origen a la gastronomía tradicional del sur, así como la ubicación de la ciudad que permitió la consolidación de la gastronomía creativa de esta zona.</p>	
<p>Mega Escultura</p>	<p>Escultura edificada para rendir homenaje al primer encuentro entre indios y españoles, dando como resultado el mestizaje. Este lugar permite entender la cultura indígena que formaba parte de la ciudad de Chetumal antes de la llegada de los españoles. En este sentido, sin duda alguna estos acontecimientos históricos hacen posible comprender la gastronomía maya que forma parte de la culinaria de la región.</p>	





Universidad Autónoma del Estado de México

<p>Calderitas</p>	<p>Se cuenta que su nombre se debe a las pequeñas calderas de barro encontradas por los primeros pobladores de la comunidad, mismas piezas que eran utilizadas por los Mayas en donde cocían utensilios del mismo material, muchos de estos artículos son atesorados actualmente por algunos pobladores y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). Por lo que se dice pudo ser asentamiento de los primeros mayas (Dirección de Desarrollo Turístico en Othón P. Blanco, 2022). En este sitio es posible degustar la gastronomía tradicional a base de pescados y mariscos que en conjunto a productos nativos de la zona terminan por dar como resultado deliciosos platillos. Las empanadas de mariscos, el <i>pil pil</i>, así como los ceviches son productos que se realizan a base de productos marinos de la pesca del día.</p>	
<p>Chicza</p>	<p>Empresa productora de chicle mexicano único en el mundo, ya que a diferencia de las gomas de mascar comerciales que usan polímeros hechos a base de petróleo (plástico), <i>Chicza</i> es un producto con certificaciones orgánicas 100% biodegradable. La empresa representa y da importancia a la actividad chiclera en México que finales del siglo XIX era fundamental para el mercado internacional, la cual creció durante y después de la Segunda Guerra Mundial.</p>	





Universidad Autónoma del Estado de México

<p>Ingenio azucarero “San Rafael de Pucté”</p>	<p>El Ingenio representa uno de los sitios que ha permitido el desarrollo económico de la Ribera del Río Hondo puesto que recibe materia prima de 2,800 cañeros que son ejidatarios o pequeños propietarios de 23,082 hectáreas, para procesarla emplea 462 personas de la región de forma permanente durante la época de zafra y 338 personas durante la época de reparación. El procesamiento de la caña de azúcar que tiene como objetivo convertirla en azúcar de mesa es una actividad representativa de la zona puesto que en su alrededor puede visualizarse todo el escenario que la actividad representa desde el inicio hasta el fin.</p>	 
<p>Balneario Sacxan</p>	<p>Por la cercanía que estas comunidades tienen directamente con el Río Hondo es posible encontrar diversas fuentes de nacimiento de agua que por lo particular son cristalinas y templadas predilectas por el poco turismo que visita la zona actualmente. Las diversas localidades que forman parte de la Ribera del Río Hondo tienen la peculiaridad de poder ofertar platillos característicos de la región;</p>	
<p>Paradero turístico y Balneario El Palmar</p>	<p>esta zona tiene influencia gastronómica de personas pertenecientes a otras entidades federativas de México, pues en los años 70 llegaron a poblar la región teniendo como motivo principal depender de la industria cañera. Platillos como la barbacoa, carnitas, moles, tortillas de harina, pollos asados y pipianes son algunos de los alimentos que pueden degustarse en esta zona.</p>	
<p>Zona Libre México-Belice</p>	<p>Un territorio denominado Zona Libre o Zona Franca significa que ofrece productos importados libres de impuestos. Esto se refleja en precios muchos más baratos en variados artículos de importación, generalmente de lujo, como perfumes, cigarros, ropa y accesorios. En caso específico del sur de México, aquí pueden encontrarse platillos</p>	





	resultantes del sincretismo gastronómico con Belice. Es importante mencionar que la cocina fronteriza está basada en la unión de productos, técnicas, tradiciones y métodos de preparación propios de los pobladores de origen beliceño y mexicano.	
Gastronomía Tradicional Fronteriza del Sur de Quintana Roo	Gastronomía resultante entre México y Belice con gran bagaje histórico que fundamenta el inicio de este tipo de cocina. A lo largo del recorrido es posible poder degustar platillos, bebidas, postres, botanas que surgen a partir de este sincretismo culinario.	
Avenida de los Héroes	Realizar un recorrido por esta zona permitirá a los turistas poder admirar la arquitectura propia de la región, asimismo, será posible adquirir productos propios de la región, mismos que se ofertan en los comercios cuyos propietarios son nativos de la ciudad.	

Fuente: *Elaboración propia (2022).*

### **3.2. Organización y gestión de los productos turísticos.**

#### **3.2.1. Eje de interpretación.**

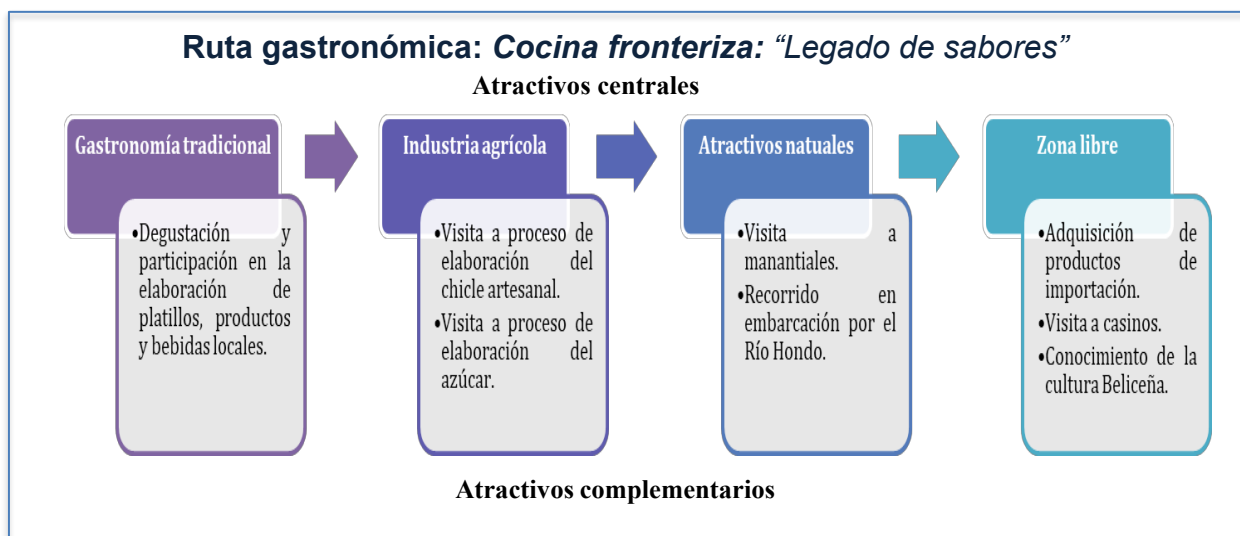
Con la finalidad de que el turista viva una experiencia única se lleva a cabo una documentación sobre la historia y tradición de cada uno de los atractivos turísticos que conforman la ruta gastronómica, durante esta etapa también se crea una línea lógica que permita vincular cada uno de los elementos que conforman el producto turístico.







Ilustración 3. Atractivos centrales y complementarios de la ruta gastronómica.



Fuente: Elaboración propia (2022).

Tabla 17. Descripción de las actividades complementarias de la ruta gastronómica con relación a la cocina fronteriza.

Actividad complementaria	Relación con la cocina fronteriza
Degustación y participación en la elaboración de platillos, productos y bebidas locales.	La cocina fronteriza representa la combinación entre tradiciones y técnicas provenientes de Belice y México. En la ciudad de Chetumal se pueden degustar platillos representativos de esta cocina además de contar con platillos provenientes de otros países a consecuencia de los movimientos migratorios que se han generado en esta zona.
Visita a proceso de elaboración del chicle artesanal.	El chicle es sin duda el producto forestal no maderable más importante de los bosques tropicales del oriente de la península de Yucatán. Se fabrica con la resina del árbol de chicozapote ( <i>Manilkara zapota</i> ) el árbol más abundante en esas selvas. En Quintana Roo la producción de chicle ha tenido históricamente una importancia central en la economía de las comunidades rurales. Fueron los trabajadores chicleros, que habían migrado a Quintana Roo desde Tabasco y sobre todo Veracruz, quienes sostuvieron las demandas de reparto agrario en la Ribera del Río Hondo (Merino, 1994).
Visita a proceso de elaboración del azúcar.	En la zona del Río Hondo se encontraron las mejores tierras para desarrollar la agricultura comercial, por lo que se inicia un proyecto de cultivo y producción de la caña de azúcar propiciando la instauración de la industria cañera en la zona fronteriza entre México y Belice. Ante este hecho se comienza a visualizar en la región cambios importantes a





Universidad Autónoma del Estado de México

	consecuencia de la colonización de esta zona que inició en 1960, tomando fuerza en los años 70's bajo la promesa de obtener tierras para trabajarlas y establecerse.
Visita a manantiales	Es posible disfrutar de aguas cristalinas provenientes de la desembocadura del Río Hondo, mismas que se pueden disfrutar en los balnearios instaurados a lo largo de la Ribera del Río Hondo que en la actualidad cuentan con servicios turísticos básicos para incrementar la calidad del turista que decide visitarlos.
Recorrido en embarcación por el Río Hondo	El Río Hondo es un río de América Central que tiene una longitud aproximada de 209 kilómetros y su dirección predominante es hacia el noreste, desembocando en la bahía de Chetumal en el mar Caribe. La mayor parte de su curso (115 km) determinan la frontera entre Belice y México (Sistema nacional de Información Estadística y Geográfica, 2020).
Adquisición de productos de importación	Los diversos desplazamientos migratorios desarrollados en esta región propiciaron el intercambio de productos característicos de cada una de las culturas que forman parte de la frontera entre México y Belice, en este sentido, los pobladores de Chetumal adoptan productos provenientes de otros países –ingleses en su mayoría al ser Belice una colonia británica- con la finalidad de incluirlos en su dieta, por este motivo es que gran parte de los platillos tradicionales de la cocina fronteriza los incluyen en su preparación.
Visita a casinos	Gran parte de los turistas acuden a la zona libre con el objetivo de jugar algunas fichas en algunos de los casinos instalados en esta zona, en la actualidad representan un motivo de desplazamiento para visitar esta zona puesto que en el territorio mexicano únicamente cuenta con un casino. Dicho desplazamiento propiciaba la posibilidad de que los turistas adquieran productos característicos de la zona favoreciendo al desarrollo económico de ambas partes.
Conocimiento de la cultura beliceña	Belice es un país con una rica diversidad de culturas de las cuales ninguna es dominante. Es posible encontrar una mezcla de maya, garífuna, mestizo una mezcla de español e indígena, menonitas que son de ascendencia alemana con una mezcla de muchas otras culturas, desde la china hasta la libanesa (Beliceviajes, 2020).

Fuente: *Elaboración propia (2022).*



**3.2.2. Eje de puesta en valor.**

Los diferentes paraderos que conforman la ruta gastronómica consideran servicios turísticos básicos para sus visitantes; con la finalidad de poder incrementar la satisfacción del turista en cada uno de los puntos turísticos, se desarrollan herramientas de señalización que permitan salvaguardar la seguridad durante todo el recorrido.

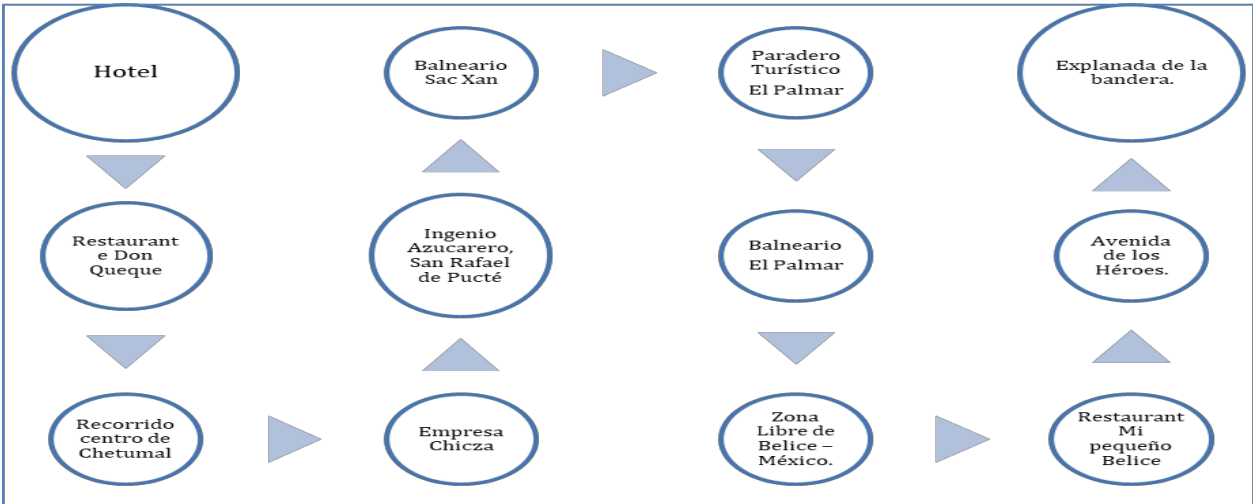
Ilustración 4. Señalización de la ruta gastronómica.



Fuente: Elaboración propia (2022).

**3.2.3. Eje de definición de tour.**

Tabla 18. Paraderos turísticos que conforman la ruta gastronómica.



Fuente: Elaboración propia (2022).



**3.2.4. Eje de integración de actores.**

La relación de los productos turísticos ofertados por agricultores, empresarios, hoteles, restaurantes y su disposición para los turistas durante su estancia en la zona y en específico durante el trayecto de esta ruta gastronómica busca establecerse por giros y se buscó efectuarla en un primer acercamiento de la siguiente manera:

Tabla 19. Ampliación de servicios de acuerdo con el tipo de empresa.

Tipo de Empresa	Ampliación de servicio
Alimentos y bebidas	Diseño de menú específicamente para la ruta gastronómica, este debe ser pensado en la cocina fronteriza.
Hospedaje	Precios especiales para personas que opten llevar a cabo la ruta gastronómica.
Traslado	Reducir costos para renta de vehículos con la finalidad de llevar a cabo el recorrido de la ruta gastronómica.

Fuente: Elaboración propia (2022).

**3.2.5. Eje de comercialización y promoción.**

La estrategia para poder generar el interés de los turistas en la ruta gastronómica se llevará a cabo a partir de la comercialización del producto turístico a partir de la promoción de tour operadores locales en primera instancia, en la ciudad de Chetumal y la Ribera del Río Hondo se identifican las siguientes empresas.

Tabla 20. Relación de operadores turísticos en el sur de Quintana Roo.

Tour operador	Información	Tour operador	Información
Posada del brujo	 POSADA DEL BRUJO Calle Javier Rojo Gómez 77965 Huay Pix, Quintana Roo, México 998 336 6338	Survival Adventure "Kaak Tun"	 SURVIVAL ADVENTURE KAAK TUN Av. Laguna Milagros # 209, survivalkaaktuanadventure@gmail.com Tel: 983 165 9746 Huay Pix, Quintana Roo, México





Universidad Autónoma del Estado de México

Eco Selva Mx	 ECO SELVA MX Blot. Daniel Ceballos Camilo. 9631194284. ecoselvamx@gmail.com ecoselvamx@hotmail.com	Cabaña Selva Paz	 CABAÑA SELVA PAZ Calle Aaron Merino fernandez Esq. Miguel Hidalgo 983 113 4896
Mayan World Adventures	 Be part of the adventure... <b>MAYAN WORLD ADVENTURES</b> ...Be part of the Mayan World MAYAN WORLD ADVENTURES Tel (983) 102 04 77 www.mayanworldadventures.com.mx	Aventurismo	 <b>Aventurismo</b> la aventura nos llama rappel, escalada, kayak, mtb, camping <b>AVENTURISMO</b> Tel: +501 661-0346
Sijil Viajes	 <i>Sijil Viajes</i> "El mundo a tu paso" <b>SJIL S.A. DE C.V.</b> Av. Nápoles #323, Benito Juárez. Tel. 01 (983) 144 2299	Bacalar Tours	 <b>Bacalar Tours</b> TRAVEL AND TOUR OPERATOR <b>BACALAR TOURS</b> Av. Héroes 108, Plutarco Elias Calles. Tel: 0 1 (983) 107 3055

Fuente: Elaboración propia (2022).

### 3.3. Diseño de la ruta gastronómica.

#### 3.3.1. Diseño de la imagen de la ruta.

Ilustración 5. Logo de la ruta gastronómica: Cocina fronteriza, legado de sabores.

**Introducción la Logotipo.**

A través de una imagen se buscaba representar la diversidad y riqueza cultural de la Península de Yucatán, la cual está conformada por los estados de Quintana Roo, Campeche y Yucatán esto al sureste de México. Al ser Estados vecinos comparten mucha cultura pero cada uno se ha ido apropiando de sus propios estilos.

Estructura en el logotipo.

El logotipo busco representar a la cultura Maya sin encasillarse en lo "típico" se aplicó de una manera más moderna y reflejada hacia el proyecto en el aspecto gastronómico. Se utilizaron unos elementos gráficos como lo son algunas grecas y formas tratando de reflejar la cultura maya. Por otra parte en el mismo estilo plumas de colores para representar la biodiversidad en la zona. Como elemento de anclaje para lograr aterrizar la idea se utilizó un plato y un tenedor con un estilo simple para no chocar con el concepto vecino.

La simetría en la estructura del logo se pensó para poder reflejar una pirámide Maya que es la cultura prehispánica que reinó en la zona, siendo la cultura Madre de la región.

**Colores** ● ● ●

En la aplicación de colores se hizo con la intención de representar la cultura como es reflejada en los trajes típicos de la región además de asemejarse a como son los turquesas del mar caribe, los bordados en los textiles regionales y ese calor tan peculiar que va más allá del clima <<El calor de la gente de la región>>.

Fuente: Elaboración propia (2022).





**3.3.2. Diseño del itinerario.**

Tabla 21. Itinerario de la ruta gastronómica Cocina fronteriza: legado de sabores.

Hora	Paradero/Actividad	Descripción
7:00	Hotel	Bienvenida y recepción de visitantes.
7:15	Restaurante Don Queque	Degustación de desayuno tradicional chetumaleño.
8:30	Recorrido centro de Chetumal.	Recorrido a través de los puntos más emblemáticos de la ciudad de Chetumal. (Muelle fiscal, Explanada de la bandera, Palacio de gobierno del Estado, Monumento al Pescador, Paradero Turístico “Aquí inicia México”, Maqueta de Payo Obispo, Mega Escultura, Boulevard de la Bahía de Chetumal, Calderitas).
9:30	Empresa Chicza.	Recorrido con la finalidad de conocer el proceso de elaboración del chicle 100% natural que se cosecha de manera sustentable de los árboles del chicozapote en la Selva Maya. Producto orgánico certificado y biodegradable producido un consorcio de cooperativas bajo un esquema de comercio justo.
10:45	Ingenio Azucarero, Beta San Miguel. San Rafael de Pucté.	Recorrido con la finalidad de conocer el proceso para de obtención de la azúcar, dicho recorrido estará sujeto a la época del año.
11:45	Balneario Sac Xan	Doce kilómetros al poniente del poblado de Huay-pix, ubicado en Chetumal, Quintana Roo, llegando a la comunidad de Ucum, se encuentra un mirador desde donde se puede apreciar el cauce del Río Hondo, así como el territorio adyacente a la frontera con Belice y sus humedales. Una serie de escaleras permite acercarse hasta la misma orilla del río que en días de poca afluencia turística, el mirador puede ser durante horas exclusivo para los observadores de aves.
12:30	Paradero Turístico El Palmar	Parada de descanso. Durante la estancia en este punto se podrá degustar productos tradicionales de la cocina fronteriza del sur del estado, así como su intervención en el proceso de elaboración. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pan de levadura con leche de coco. Tortillas de harina. Dulces de la región. Comidas típicas (barbacoa, carnitas de cerdo, pollos y costillas asadas al carbón, etc.).</li> </ul>
13:00	Balneario El Palmar	El balneario el Palmar lleva más de 35 años abierto al público, es el atractivo natural más visitado de la Ribera del Río Hondo. Este centro





Universidad Autónoma del Estado de México

		de ecoturismo está dado en concesión a un grupo de ejidatarios, quienes administran el lugar y ofertan servicios turísticos básicos.
<b>14:00</b>	Zona Libre de Belice – México.	Recorrido a través de las tiendas representativas de productos de importación, de acuerdo con el interés del turista pueden recomendarse algunos comercios. <ul style="list-style-type: none"><li>• BelMex. A&amp;R. Casino Las Vegas (parada obligatoria para conocer uno de los centros de esparcimiento más importante en el país vecino. También pueden degustarse algunos alimentos y bebidas de origen internacional).</li></ul>
<b>15:00</b>	Restaurante Mi pequeño Belice.	Degustación de alimentos tradicionales de la cocina fronteriza del sur de Quintana Roo. <ul style="list-style-type: none"><li>• Estofado de pollo o cerdo con <i>Rice and beans</i>. <i>Queques</i>. <i>Fry Jacks</i>, <i>Kibeas</i>, etc.</li></ul>
<b>16:00</b>	Avenida de los Héroes.	Recorrido por la avenida más importante de la ciudad, inicia a partir del Museo de la Cultura Maya, se visitan durante el recorrido comercios y establecimientos de artesanías, productos locales y productos de importación.
<b>17:00</b>	Explanada de la bandera. Fin de la ruta gastronómica	Degustación de antojitos, botanas, postres y bebidas representativas de la capital del estado.  Atardecer en la Bahía de Chetumal.

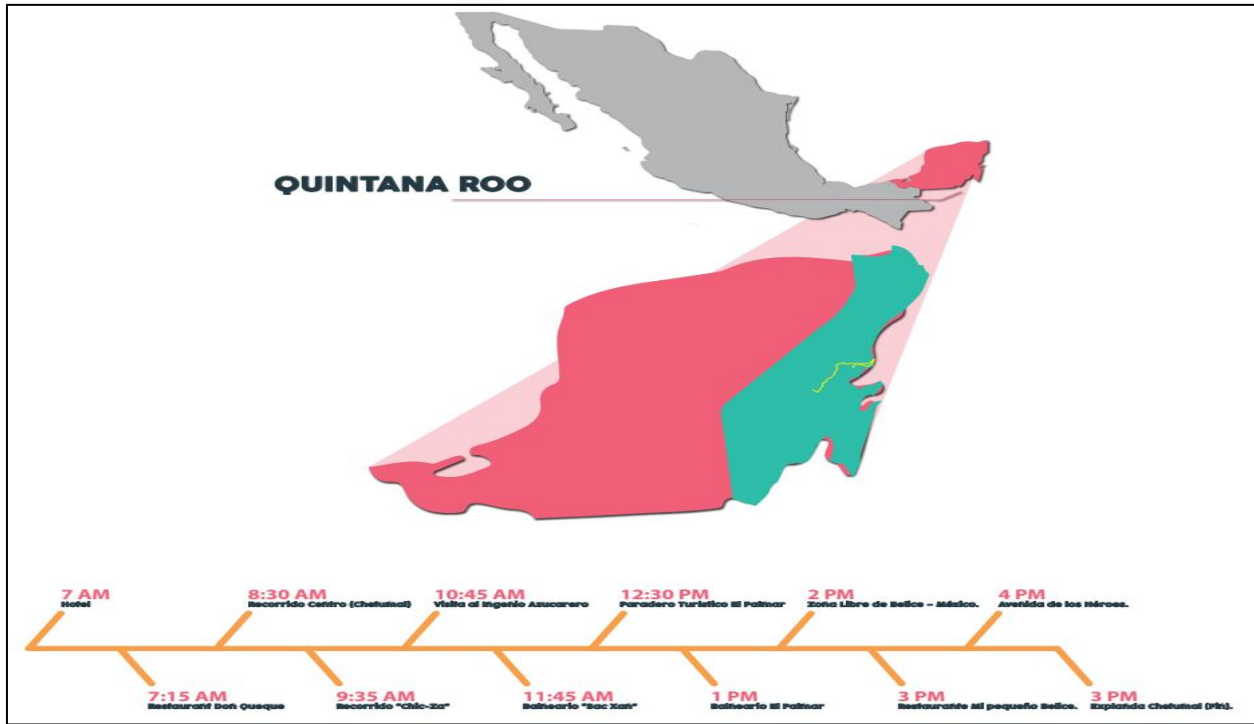
Fuente: *Elaboración propia (2022)*.





**3.3.3. Diseño del mapa geográfico.**

Ilustración 6. Mapa de la ruta gastronómica.

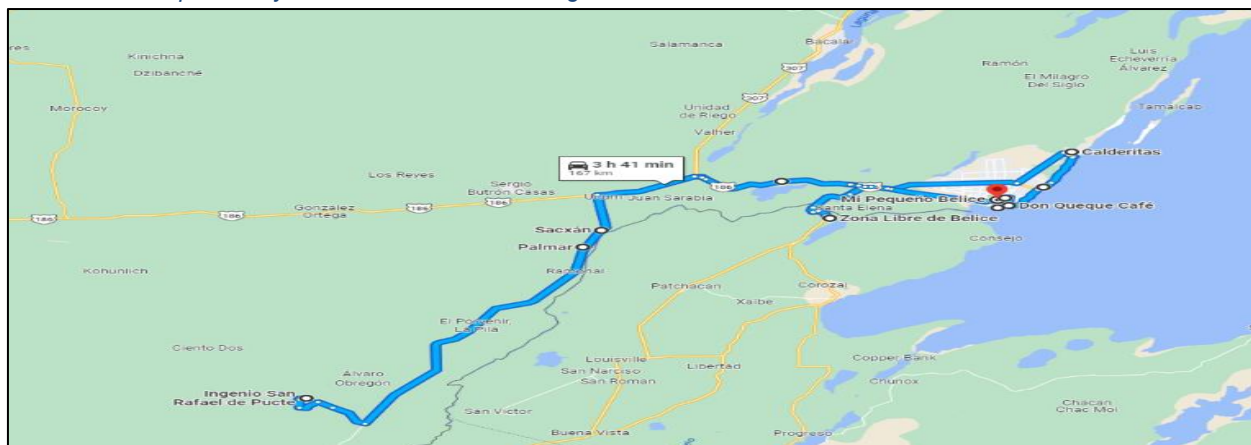


Fuente: Elaboración propia (2022).

**3.4. Implementación de la ruta gastronómica.**

**3.4.1. Determinación de tiempos y trayectos.**

Ilustración 7. Mapa de trayectos a recorrer en la ruta gastronómica.



Fuente: Elaboración propia (2022).







### 3.4.2. Determinación de costos

Tabla 22. Relación de costos generados en la ruta gastronómica.

Concepto	Detalles	Costo
Alimentos y bebidas	El desayuno incluye los siguientes tiempos. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una entrada</li> <li>• Un plato fuerte</li> <li>• Un postre</li> <li>• Una bebida</li> </ul>	\$200.00
	La comida incluye los siguientes tiempos. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un plato fuerte</li> <li>• Un postre</li> <li>• Una bebida</li> </ul>	\$200.00
	La estancia en el Manantial el Palmar incluye <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una bebida no alcohólica</li> <li>• Una botana</li> </ul>	\$100.00
	Hidratación durante el recorrido	\$50.00
Combustible	Se contempla utilizar en total 20 litros de gasolina para recorrer los 200 km. considerados en la ruta gastronómica. El precio promedio del litro de gasolina en la ciudad de Chetumal es de \$23.00. Se divide entre cuatro personas ( <i>mínimo requerido para operar el tour</i> ).	\$115.00
Acceso a paraderos turísticos.	Ingreso al Manantial Sacxan (incluye servicios básicos).	\$50.00
	Ingreso al Manantial el Palmar (incluye servicios básicos).	\$50.00
	Ingreso y recorrido en la empresa Chicza (incluye kit de regalo).	\$150.00
	Ingreso y recorrido en la empresa Chicza (incluye kit de regalo).	\$100.00
	Ingreso y recorrido a la Zona Libre de Belice	\$20.00
	Uso de sanitarios y área de descanso en paradero el Palmar	\$15.00
Nómina	Se considera un pago al chofer por un tiempo de 10 horas. Se divide entre cuatro personas ( <i>mínimo requerido para operar el tour</i> ).	\$100.00
<b>Total</b>		<b>\$1150.00</b>

Fuente: Elaboración propia (2022).





### 3.4.3. Determinación de precios.

Tabla 23. Estimación del precio final de la ruta gastronómica.

Concepto	Costo
Costo de la ruta gastronómica por persona	\$1,150.00
Ganancia por persona	\$250.00
<b>Costo Final sugerido de la ruta gastronómica por persona</b>	<b>\$1400.00</b>
<b>Observaciones:</b> los costos están sujetos a sufrir modificaciones por parte de las personas u operadores de servicios que oferten dicha ruta gastronómica.	

Fuente: Elaboración propia (2022).

### 3.4.4. Evaluación y corrección de la ruta gastronómica.

Durante el periodo de febrero a mayo de 2022 y con apoyo de alumnos de la Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia de la Universidad Tecnológica de Chetumal del tercer cuatrimestre, se llevó a cabo la evaluación y estudio de factibilidad de la ruta, resultando una opción viable para el desarrollo y posicionamiento turístico de la zona; los resultados se pueden consultar en el Anexo no. 1

## 4. Plan de promoción del producto turístico.

### 4.1. Diseño de herramientas publicitarias.

Las estrategias de publicidad diseñadas están ideadas principalmente para ser utilizadas en redes sociales, por tanto, contarán con la característica de ser sencillas y llamativas, de esta manera se logrará mejorar la visibilidad en línea, así como la mejora en el posicionamiento a través de las páginas de resultados de los motores de búsqueda.





Universidad Autónoma del Estado de México

Ilustración 8. Banner publicitario de la ruta gastronómica en redes sociales.



Fuente: Elaboración propia (2022).

Asimismo, se realizarán convenios de colaboración con agencias de viaje, terminales turísticas y empresas de alimentación y hospedaje con la finalidad de expandir el mercado, logrando afianzar la relación con los colaboradores a través de *kits* y al mismo tiempo siendo publicidad física.

Ilustración 9. Souvenirs publicitarios de la ruta gastronómica.



Fuente: Elaboración propia (2022).

La posibilidad de poder contar con un vehículo al inicio de las operaciones resulta un panorama complicado; sin embargo, con la finalidad de iniciar los recorridos se opta por





contar con promocionales amenizados que pueden ser adheridos a vehículos rentados con la finalidad de generar presencia en la zona.

Ilustración 10. Vehículo oficial rotulado.



Fuente: Elaboración propia (2022).

#### 4.2. Diseño de campañas publicitarias.

El inicio de operaciones de los recorridos de la ruta gastronómica depende en gran medida de la contratación de los turistas que llegan a la zona sur del estado; con la finalidad de propiciar dichas contrataciones se llevará a cabo una agenda de trabajo con el propósito de crear alianzas con empresas del ámbito turístico, así como presencia en eventos culturales y de emprendimiento.

Tabla 24. Esquema de trabajo mensual (campaña publicitaria).

Agenda de trabajo mes de agosto 		
Fecha	Lugar	Responsable
01/08/2022	Presidencia Municipal de Othón P. Blanco.	Lic. Daniel Linares Téllez-Girón
01/08/2022	Dirección Municipal de Turismo	Lic. Luis González Salazar
08/08/2022	Universidad Tecnológica de Chetumal	Mtra. Vanessa Caballero Cerón
10/08/2022	Hotel Rosa del Alba	Lic. Dimas Jiménez Rivero
15/08/2022	Hotel Explorean Kohunlich	Lic. Shirley Cen España
17/08/2022	Feria del emprendedor 2022	Lic. Miguel Pacheco
29/08/2022	Presencia en programa de televisión digital JP Multimedia	Lic. Julián Puente

Fuente: Elaboración propia (2022).





Universidad Autónoma del Estado de México

Finalmente, para la implementación y promoción de la ruta se ha participado en diversos eventos académicos y empresariales tal como se puede observar en la Tabla no. 23.

Tabla 25. Agenda de promoción de la ruta gastronómica.

Agenda de promoción 		
Fecha	Actividad	Lugar
22/03/2021	Ponencia: La cocina tradicional del sur de Quintana Roo: elemento para su posicionamiento turístico.	Toluca, Estado de México.
21/11/2022	Conferencia: influencias gastronómicas en la cocina tradicional del sur de Quintana Roo.	4° Festival de Cocina tradicional del sur, de Quintana Roo. Chetumal, Quintana Roo.
31/03/2022	Podcast: Cocinas del sur de Quintana Roo.	Toluca, Estado de México.
21/04/2021	Presentación del proyecto: Ruta gastronómica de la cocina fronteriza: legado de sabores.	Universidad Tecnológica de Chetumal, Chetumal, Quintana Roo.
28/04/2022	Conferencia magistral: La creación de experiencias gastronómicas en los destinos turísticos: una estrategia de posicionamiento.	Universidad Tecnológica de Calakmul, Campeche.
22/05/2022	Conferencia Magistral: La creación de experiencias gastronómicas en los destinos turísticos: una estrategia de posicionamiento.	San Rafael de Pucté, Quintana Roo.
25/05/2022	Propuesta de publicación: Clasificación de la Gastronomía del sur de Quintana Roo	Toluca, Estado de México.

Fuente: Elaboración propia (2022)





## VIII. Discusión

La gastronomía es un elemento que constituye la identificación cultural de una zona en específico; de acuerdo con su carácter histórico y cultural, la alimentación se ha convertido en elemento primordial para la generación de productos turísticos y no sólo un elemento complementario de una experiencia turística. De acuerdo con Barrera y Bringas (2008) si se formulan productos turísticos adecuados, el alimento no sólo acrecienta el valor de un destino sino también el propio; entre territorio y alimento retoza la identidad local.

Así, la gastronomía como recurso turístico, no sólo es apreciada por su propio valor intrínseco sino también por su carácter simbólico, en la medida en que actúa como identificador de pueblos y territorios (Armesto y Gómez, 2004) y esto se puede comprobar en esta investigación, ya que el poder agrupar y clasificar los tipos de comida que dominan en la región y posteriormente construir una ruta permite entender la complejidad de la gastronomía desde la perspectiva de su historia, su gente y su territorio.

El turismo gastronómico en la actualidad es considerado un medio para recuperar la alimentación tradicional de cada zona y ha adquirido mayor importancia en el mundo en las últimas décadas, pues se ha convertido en una pieza clave para el posicionamiento de los alimentos regionales (Millán y Morales, 2011). Sin embargo, esta investigación pudo identificar la falta de interés por parte del Gobierno en cuanto a la generación de estrategias que permitan promover el turismo por lo cual, es difícil mejorar la percepción que tienen los visitantes actuales y potenciales, en términos de experiencias sobre un producto turístico perteneciente a un territorio ante la ausencia de estrategias y recursos humanos y financieros.

Respecto a la promoción turística, se lograron identificar diversas estrategias utilizadas por las empresas inmersas en este sector, sin embargo, se confirma lo establecido por Briedenhann y Wickens (2004): la única que integra el territorio es la *ruta gastronómica*, la cual permite dar a conocer el patrimonio cultural, agrupando una serie de atractivos en un territorio bien definido bajo una temática precisa, que fomenta la colaboración entre agentes públicos y privados, y entre diversas zonas geográficas con la finalidad de





Universidad Autónoma del Estado de México

destacar el carácter particular de aquel territorio mediante una estructura que beneficia económicamente a todos los involucrados (p. 72).

La gastronomía quintanarroense y en específico la de la zona sur tiene un amplio panorama para poder ser estudiada a partir de las cocinas que la conforman, si bien es cierto que este proyecto se enfocó a la cocina fronteriza, aún se tiene mucho que investigar sobre la importancia y el impacto que tiene la cocina caribeña en la economía de esta zona, por su parte, la gastronomía maya pese a su popularidad en toda la península de Yucatán aún existen temas que explicar sobre la diferencia en los métodos de preparación y los rituales culinarios que se llevan a cabo en la región en comparación a los habitantes originarios de esta cultura presentes en otros territorios.

El impacto económico y cultural que la gastronomía ejerce en una sociedad y territorio es amplio y con muchos beneficios para quienes desarrollen proyectos relacionados a ésta, la ruta gastronómica propuesta a través de este proyecto permitirá que personas y operadores enfocados al turismo tengan una opción más de atractivo turístico para la región, no obstante, se sugiere poder establecer oportunidades de mejora para incrementar los beneficios del proyecto así como su impacto en la sociedad y por ende, en la economía de la región basada en el turismo gastronómico.





## IX. Conclusiones

El trabajo parte del reconocimiento de los matices que caracterizan a la cocina tradicional de la zona sur del estado de Quintana Roo; esto conllevó la recopilación y documentación de entrevistas, recetas y destinos que sirvieron para situar elementos que destacan el posicionamiento turístico en materia gastronómica, pudiendo identificar que el conocimiento de los platillos característicos de cada región y los ingredientes identitarios de la zona en materia culinaria aportan a la gastronomía de la región características específicas que permiten identificarla como una cocina creativa a partir del sincretismo gastronómico que se ha generado con las diversas culturas provenientes de otros lugares. Asimismo, a partir del reconocimiento de las cocinas que conforman esta gastronomía se contribuye al impulso que se pretende dar a la zona en materia de desarrollo económico y turístico.

Con este cúmulo de tradiciones presentadas mediante entrevistas y trabajo de campo destacan los hallazgos proporcionados por personas pertenecientes a los ramos relacionados directamente con la gastronomía, en este sentido se logran identificar aquellos festivales y tradiciones que siguen vigentes en la actualidad que tienen como fin preservar la gastronomía tradicional de esta zona. Por otra parte, ahora es posible determinar la influencia que han ejercido los diferentes movimientos migratorios en la zona con relación a los platillos tradicionales que destacan de la cocina fronteriza, así como la relación que tienen con la forma de consumirlos y fechas específicas para elaborarlos.

A partir de los platillos e ingredientes típicos identificados en la región se puede afirmar que la zona cuenta con elementos con potencial para ser incluidos en el desarrollo de productos turísticos contribuyendo a posicionar la zona como un referente turístico a partir de la explotación consciente de los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades relacionadas con la cocina fronteriza.







Universidad Autónoma del Estado de México

A pesar de que el objetivo final es posicionar la gastronomía local del Sur de Quintana Roo a través del desarrollo de la ruta gastronómica: *Cocina fronteriza, legado de sabores*, el presente trabajo aporta las bases para poder estudiar cada una de las cocinas que conforman la gastronomía de esta zona y desarrollar proyectos a favor del posicionamiento turístico de la zona.

En cuanto a los principales aportes de este trabajo se encuentran:

- Lograr una primera evaluación de los servicios que son considerados como potencial turístico y atracción en materia de esparcimiento en el estado lo cual, cobra importancia en el ámbito gastronómico toda vez que se logra incrementar la satisfacción en la experiencia de los turistas a partir de la adquisición de conocimientos referente a la preparación de ciertos alimentos, el descubrimiento de nuevos sabores y la comprensión de los elementos que lo rodean, sean estos culturales, naturales, sociales, etc.
- En lo que respecta al alojamiento, alimentación y transporte, son factores que fueron considerados por este estudio toda vez que representan en gran medida la satisfacción complementaria por parte del turista, así como el beneficio que aporta al sector en materia de generación de empleos. Por lo cual, se concluye que los servicios turísticos forman parte fundamental del impulso económico y turístico a partir de la vinculación de los esfuerzos públicos y privados propiciando la innovación, la competitividad y el desarrollo empresarial, como medios para el logro de mayores niveles de crecimiento y desarrollo social de sus habitantes.
- Se identificó que la innovación se integra como algo medular en las estrategias de intervención gastronómica, en este caso el diseño e implementación de un mapa digital interactivo aporta la posibilidad de interpretar de una manera creativa el recorrido entre los puntos considerados en la ruta gastronómica permitiendo la identificación de cada uno de los elementos culinarios incluidos en dicha ruta incorporados de una manera ordenada en el trayecto.





**Universidad Autónoma del Estado de México**

Sin duda, el desarrollo y la posible implementación de la ruta gastronómica presentada aporta en un sentido turístico a la región, la posibilidad de poder ser considerada un referente turístico en el Sur del estado mediante la promoción de la cocina fronteriza y sus bondades en materia gastronómica pero también evidencia la complejidad gastronómica de México que obliga a realizar estudios en cada una de las regiones donde se dan manifestaciones gastronómicas particulares vinculadas a su territorio y su cultura, lo que abre un abanico de nuevas líneas de investigación.





## X. Referencias consultadas

- Angulo, E. (2006-2007). *La gastronomía de Chetumal*. Entrevista al presidente de la CANIRAC, Delegación Chetumal, Quintana Roo. [www.magazinemex.com](http://www.magazinemex.com)
- Armesto, X. y Gómez, B. (2004). *Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso del Priorat*. Cuadernos Geográficos. <http://www.ugr.es/~cuadgeo/docs/articulos/034/034-004.pdf>
- Arroyo, J. (2021). *Isla Tamalcab, un paraíso virgen de Chetumal*. México Travel Channel. <https://mexicotravelchannel.com.mx/playas/20210422/isla-tamalcab-chetumal-quintana-roo-playa-calderitas-como-llegar>
- Barney, J. B. (2002). *Strategic management: from informed conversation to academic discipline*. Academy of Management Perspectives. <https://www.jstor.org/stable/4165840>
- Barros, C. (2007). *Identidad gastronómica (mosaico de cocinas)*. Hospitalidad ESDAI. <https://revistas.up.edu.mx/ESDAI/article/view/1413>.
- Belice viajes. (2020). *Cultura en Belice*. <https://www.beliceviajes.com/cultura-en-belice/#>
- Briedenhann, J. y Wickens, E. (2004). *Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas – vibrant hope or impossible dream?* Tourism Management. Elsevier. Amsterdam. doi:10.1016/S0261-5177(03)00063-3
- Brooksbank, R. (1994). *The anatomy of marketing positioning strategy*. Marketing Intelligence & Planning. <https://doi.org/10.1108/02634509410060695>
- Careaga, L. e Higuera, A. (2010). *Quintana Roo. Historia breve*. El colegio de México. Fideicomiso historia de las américas. Editorial Fondo de cultura económica. ISBN: 978-607-16-0639-6
- Caribe Mexicano, (2021). *Sabores en el caribe mexicano*. Quintana Roo. <https://www.caribemexicano.travel/blog/post/sabores-en-el-caribe-mexicano/>
- Castro, D. et al. (2011) *Los tesoros culinarios del Sur del Estado de México*. Culinaria, Revista virtual especializada en Gastronomía. México: Universidad Autónoma del Estado de México. <[http://www.uaemex.mx/Culinaria/dos\\_ne/art\\_02.pdf](http://www.uaemex.mx/Culinaria/dos_ne/art_02.pdf)>.
- Chuc, C. (2017). *Recetario maya de Campeche*. Cocina Indígena y Popular. <https://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/pdf/2020/recetarios/Recetario%20maya%20de%20Campeche.pdf>



Universidad Autónoma del Estado de México

- Crespi, M. y Planells, M. (2006). *Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales*. Madrid. ISBN. 9788497564021
- Creswell, J. (2017). *Qualitative Inquiry & Research Design. Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications. ISBN 978-1-4129-1606-6
- De Borja, L., Casanovas, J. y Bosch, R. (2002). *El consumidor turístico*. Editorial ESIC. Madrid. ISBN. 8473562976
- De la Borbolla, R. (2010). *Aún pendiente la protección del patrimonio inmaterial de México*. Boletín UNAM-DGCS-760. Universidad Nacional Autónoma de México. [https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2010\\_760.html](https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2010_760.html)
- Diario Oficial de la Federación. (2015). *Acuerdo para instrumentar la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional*. Gobierno constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. <https://patrimonioculturalyturismo.cultura.gob.mx/>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. y Varela, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Investigación en Educación Médica. ISSN: 2007-865X. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349733228009>.
- Dirección de Desarrollo Turístico, (2022). *Destinos turísticos*. Othón P. Blanco, Quintana Roo. [http://www.visitchetumal.com.mx/portal/destinos\\_principal.php](http://www.visitchetumal.com.mx/portal/destinos_principal.php)
- Domínguez, J. y Vázquez, A. (2008). *Asimilación e identidad entre México y Estados Unidos: Los efectos negativos de la influencia cultural*. Universidad de las Américas Puebla. [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lri/dominguez\\_g\\_jl/](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/dominguez_g_jl/)
- Enciso, A. (2013). *México entra en emergencia alimentaria, afirman en la OPS*. La Jornada. <http://www.jornada.unam.mx/2013/05/14/sociedad/037n1soc>.
- Espeix, E. (2004). *Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular*. Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural. DOI:[10.25145/j.pasos.2004.02.016](https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.016)
- Ferrer, J. (1999). *Recetario maya de Quintana Roo, cocina indígena y popular 3*. Dirección General de Culturas Populares. CONACULTA. ISBN: 970-18-3414-3
- Fields, K. (2003). *Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors*. In *Tourism and gastronomy*. Routledge. ISBN: 9780203218617. <https://doi.org/10.4324/9780203218617a>





Universidad Autónoma del Estado de México

- Fontana, A. y Frey, J. (2005). *The Interview: from Neutral Stance to Political Involvement*. The Sage handbook of qualitative research. Sage Publications Ltd. <https://psycnet.apa.org/record/2005-07735-027>
- Gobierno del estado de Quintana Roo, (2020). *Presenta el Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo la campaña de relanzamiento del Caribe Mexicano*. <http://cgc.qroo.gob.mx/presenta-el-consejo-de-promocion-turistica-de-quintana-roo-la-campana-de-relanzamiento-del-caribe-mexicano/>.
- González, B. y Pech, G. (2012). *El queso Edam (de bola), elemento de identidad gastronómica en la oferta turística del sur de Quintana Roo*. Universidad de Quintana Roo. [www.risisbi.uqroo.mx](http://www.risisbi.uqroo.mx)
- González, M., Blanco, M., Araujo, N. y Escarramán, A. (2019). *Diseño y operación de productos agroturísticos*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). ISBN: 978-92-9248-869-7 <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/8653/BVE20017778e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Granados, L. (2017). *Propuesta para la promoción de la cocina tradicional Sincelejana a partir de las directrices de la política para el conocimiento, salvaguardia y fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia*. Ministerio de Cultura. ISBN 978-958-753-077-3.
- Güemes, F. y Ramírez, B. (2012). *Identidad en la gastronomía de la frontera México-Belice ¿Producto turístico? El Periplo Sustentable*. <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/5010>
- Hernández, V. y Macías, E. (2016). *Agua, barro y fuego: La gastronomía mexicana del Sur: Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán*. Fondo regional para la cultura y las artes de la zona Sur. ISBN: 9687299118
- Hidalgo, J. (2007). *La frontera México-Belice: desafíos y oportunidades*. Revista Mexicana de Política Exterior. <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/605>.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, (2020). *Censo General de Población y Vivienda. México: MEX-INEGI.ESD2.01-CPV-2020*. <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/632>



Universidad Autónoma del Estado de México

- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (2010). *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México: Quintana Roo*.  
<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM23quintanaroo/historia.html>
- Jeambey, Z. (2016). *Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña*. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural  
[http://www.pasosonline.org/Publicados/14516/PS516\\_09.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/14516/PS516_09.pdf)
- Johen, J. y D. Pabón. (2015). *Turismo gastronómico*. Revista Caribeña de Ciencias Sociales. <http://www.eumed.net/rev/caribe/2015/09/gastronomia.html>
- Ken, C. (2019). *Estudio preliminar de las políticas agrarias en Quintana Roo desde un enfoque de "dinámica territorial"*. UNAM. ISBN. 978-607-30-2642-0  
<http://ru.iiec.unam.mx/id/eprint/4775>
- Kotler P., Armstrong, G. y Oliver, M. (1994). *Principles of marketing*. Englewood Cliffs. N.J. <http://rezakord.com/uploads/91b0c5c8c158421fa332a449c435e1b4.pdf>
- Lambarri, A. (2022). *Quintana Roo: turismo insostenible*. Centro de Investigación en Política Pública. <https://imco.org.mx/quintana-roo-turismo-insostenible/>
- Leal, M. (2015). *Estrategias de promoción gastronómica asociadas al turismo en áreas geográficamente marginadas. Un análisis comparativo entre Cataluña y Escocia*  
DOI: <https://doi.org/10.4000/viatourism.445>
- Leyva, T. y Pérez, V. (2015). *Pérdida de las raíces culinarias por la transformación en la cultura alimentaria*. Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-09342015000400016&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342015000400016&lng=es&tlng=es).
- Li, X., Cheng, C. y Kim, H. (2015). *Positioning USA in the Chinese outbound travel market*. Journal of Hospitality & Tourism Research.  
<https://doi.org/10.1177/1096348012461548>
- Lizarzaburo, L. (2016). *Diseño de estrategias para la utilización de la cocina tradicional como elemento de atraktividad turística en la parroquia de Puéllaro, Cantón Quito, Provincia de Pichincha*. Posgrados facultad: Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales. <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/17464>.





Universidad Autónoma del Estado de México

- López-Guzmán, T. y Sánchez, S. (2012). *La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba*. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN: 1695-7212. DOI: 10.25145/j.pasos.2012.10.072
- Marín, H. (2017). *Festival de la cocina tradicional del sur de Quintana Roo*. Selva Maya. <https://selvamaya.info/es/festival-de-la-cocina-tradicional-del-sur-de-quintana-roo/>
- Mascarenhas, T., Rúbia, G. y Gândara, J. (2010). *Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico*. Estudios y Perspectivas en Turismo. ISSN: 0327-5841. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1807/180717609011>
- Medina, F. (2017). *Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística*. <https://doi.org/10.1016/j.anthro.2017.02.001>
- Medlik, S. y Middleton, V. (2004). *Product Formulation in Tourism*. Tourism and Marketing.
- Meléndez, J. y Cáñez, G. (2009). *La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México*. *Estudios sociales*. ISSN 0188-4557. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-45572009000300008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300008&lng=es&tlng=es).
- Merino, L. (1994). *La producción de chicle en Quintana Roo*. Grupo de estudios ambientales. <https://base.d-p-h.info/es/fiches/premierdph/fiche-premierdph-1850.html#:~:text=El%20chicle%20es%20sin%20duda,m%C3%A1s%20abundante%20en%20esas%20selvas.>
- México Destinos. (2022). *Gastronomía de Mahahual*. <https://www.mexicodestinos.com/mahahual/comida-tipica>
- Millán, G. y Morales, E. (2011). *Las rutas gastronómicas como oportunidad de generar rentas adicionales en el sector agrario: análisis de la ruta del jamón ibérico en la provincia de Córdoba*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. ISBN 978-84-694-5099-4, págs. 381-406
- Montecinos, A. (2015) *Planificación del Turismo Gastronómico Sostenible. Servicios, rutas, productos y destinos*. Centro Empresarial Gastronómico Hotelero. ISBN 9786075152783
- Municipio de Othón P. Blanco. (2003). *Programa de Desarrollo Urbano de Chetumal-Calderitas-Subteniente López-Huay-Pix y Xul-Há*. <http://www.opb.gob.mx/portal/wp->



Universidad Autónoma del Estado de México

content/uploads/transparencia/93/l/f/PDU2018/l-

1%20anexo%20antecedentes%20hist%C3%B3ricos%2019012018.pdf

Muñoz, R. (2012). *Diccionario enciclopédico de la gastronomía mexicana*. Ediciones Larousse S.A. de C.V. ISBN: 9786072106192

Navarrete, L. (2008). *Los pueblos indígenas de México*. Alianza Editorial. México. ISBN 978-970-753-157-4. <http://www.cdi.gob.mx>.

Navarrete, M. y Muñoz, C. (2018). *Turismo gastronómico, sabor y tradición*. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Journal of Tourism and Heritage Research. ISSN-e 2659-3580, Vol. 1, N°. 3, 2018, págs. 23-40. [file:///C:/Users/carlo/Downloads/Dialnet-TurismoGastronomico-7400807%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/carlo/Downloads/Dialnet-TurismoGastronomico-7400807%20(1).pdf)

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (2010). *La cocina tradicional mexicana: Una cultura comunitaria, ancestral y viva y el paradigma de Michoacán*. México. <https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-una-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-y-el-paradigma-de-michoacn-00400>

Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420995>

Parra, M. y Beltrán, M. (2016). *Estrategias de marketing para destinos turísticos*. ISBN. 978-84-16874-29-3. <http://www.eumed.net/libros/libro.php?id=1560>

Pérez, I. (2020). *La cocina cotidiana de Quintana Roo*. Taste México. ISBN. 9798683719043. <https://qroo.gob.mx/sedetur/la-cocina-cotidiana-de-qroo>

Pickard, A. (2013). *Research Methods in Information*. Facet publishing. London. ISBN. 9781856048132. <https://doi.org/10.29085/9781783300235>

Porter, M. E., (1980). *Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press. New York. ISBN. 0684005778

Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación y Actividad*. San José, Costa Rica. Editorial Universidad Estatal a Distancia. [https://books.google.com.ec/books?id=RdrDv\\_52LmYC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=RdrDv_52LmYC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)







Universidad Autónoma del Estado de México

- Quiñónez, J., Bringas, N. y Barios, C. (s.f.) *La ruta del vino de Baja California*. México. <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo8.pdf>
- Ramírez, C. (2006). *Marketing Turístico*. Editorial Trillas. México. ISBN: 978-968-24-7768-3.
- Rey, M., Revilla, M. Gil J. Y López, J. (2004). *Fundamentos de Marketing Turístico*. Madrid. Universidad De Sevilla, Escuela Universitaria de Estudios Empresariales. ISBN 84-9756-209-7
- Rodríguez, W. (2016). *El gran libro de la cocina yucateca*. Dante Interactivo S.A. de C.V. ISBN. 9786077091561
- Rodríguez-Molina, M., Frías-Jamilena, D., Del Barrio-García, S. y Castañeda-García, J. (2019). *Destination brand equity-formation: Positioning by tourism type and message consistency*. Journal of Destination Marketing & Management, 12, pp. 114-124. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.03.010>
- Salazar, L. y Sierra, S. (2015). *Felipe Carrillo Puerto: El sentido de la vida acomodado a la modernidad. Costa Maya y Caribe Mexicano Miradas etnográficas y vida cotidiana*. Universidad de Quintana Roo. ISBNs. 9786079015978, 6079015978.
- Sánchez, V., Estrada, E., Arce, A. y Martínez, R. (2011). *Condiciones alimentarias de los mayas macehuales de Quintana Roo*. LiminaR. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S16658027201100020008&lng=es&nrm=iso&tlng=](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S16658027201100020008&lng=es&nrm=iso&tlng=)
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (2019). *Se pierde quinta parte de cultivos en Quintana Roo*. <https://sipse.com/novedades/campesinos-perdidas-cultivos-maiz-municipios-quintana-roo-347179.html>
- Secretaría de Desarrollo Económico. (2022). *Catálogo de Productos Hecho en Quintana Roo. Quintana Roo, México*. [https://qroo.gob.mx/sede/wp-content/sede/uploads/2021/10/Catalogo\\_Hecho\\_en\\_QRoo.pdf](https://qroo.gob.mx/sede/wp-content/sede/uploads/2021/10/Catalogo_Hecho_en_QRoo.pdf)
- Secretaría de Turismo (2019). *Resultados de la actividad turística 2018*. [http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2019-01\(ES\).pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2019-01(ES).pdf)
- Secretaria de Turismo. (2020). *Programa sectorial de turismo 2020 – 2024*. México. <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mensaje-del-secretario-programa-sectorial-de-turismo-2020-2024>.





Universidad Autónoma del Estado de México

- Servicio Nacional de Turismo. (2016). *Manual de destinos, elementos para la gestión de destinos turísticos*. Chile. <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf>
- Servicio Nacional de Turismo. (2016). *Manual de diseño Experiencias Turísticas*. Chile. [https://issuu.com/aprotur\\_chile/docs/manual\\_disen\\_o\\_experiencias\\_turisti](https://issuu.com/aprotur_chile/docs/manual_disen_o_experiencias_turisti)
- Silva, J. (2022). *Cancún: turismo extranjero gasta el doble a pesar de la inflación*. CONCANACO SERVYTUR. <https://www.concanaco.com.mx/turismo/notasdeinteres/cancun-turismo-extranjero-gasta-el-doble-a-pesar-de-la-inflacion>
- Smith, J. y Osborn, M. (2008). *Qualitative psychology: A practical guide to research methods*. SMITH, Jonathan (Ed.). ISBNs. 1473933412, 9781473933415.
- Subsecretaría de Planeación y Política Turística. (2018). *Resultados de la Actividad Turística*. Secretaría de Turismo. <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/versionesRAT.aspx>.
- Tresserras, J., Medina, X. y Matamala, J. (2007). *El patrimonio gastronómico como recurso en las políticas culturales y turísticas en España: el caso de Cataluña*. Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo. IBERTUR, Colección Turismo Cultural. Barcelona.
- Tzuc, H. (2015). *Movimientos poblacionales y crecimiento urbano en Bacalar, Quintana Roo. Costa Maya y Caribe Mexicano Miradas etnográficas y vida cotidiana*. Universidad de Quintana Roo. ISBNs. 9786079015978, 6079015978
- Unigarro, C. (2010). *Patrimonio cultural alimentario. Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural del Convenio Andrés Bello*. IPANC. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=52870>.
- Valls, J. (1998). *Cambio de concepto en la gestión turística del municipio*. Estudios de Gestión Turística. CEDIT-ESADE.
- Vaz, G. (2002). *Marketing turístico: receptivo e emisorio: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados*. Pioneira Thomson Learning. São Paulo. ISBN. 8522101981.





Universidad Autónoma del Estado de México

- Velázquez, A. y Ceballos, R. (2006). *Una aproximación a la geografía física del sur de Quintana Roo, Península de Yucatán, México*. ISSN: 0188-8218. [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/11500/04-proyeccion8-velazquez.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/11500/04-proyeccion8-velazquez.pdf)
- Wine and food festival. (2016). *La cocina con sabor indígena en la zona Sur de México*. <https://wineandfoodfest.com/la-cocina-con-sabor-indigena-en-la-zona-Sur-de-mexico/>
- Zaldivar, M. (2013). *Ecología y biología del pez león (Pterois volitans) en X'calak, zona sur de Quintana Roo*. Universidad de Quintana Roo. [file:///C:/Users/cqui%C3%B1onesh/Downloads/PCA\\_M\\_Tesis\\_2016\\_Sanchez\\_Juan.pdf](file:///C:/Users/cqui%C3%B1onesh/Downloads/PCA_M_Tesis_2016_Sanchez_Juan.pdf)
- Zúñiga F. (2020). *Patrimonialización, políticas públicas y turismo: las cocinas tradicionales en México, gestión y puesta en valor*. Quaderns de l'institut Català d'Antropologia. ISSN: 2385-4472. <https://raco.cat/index.php/QuadernsICA/article/view/382192/475287>.

### Fuentes de información consultadas para el glosario

- Barrera, A. (1980). *Diccionario Maya Cordemex maya-español/español-maya*. Ediciones Cordemex. Yucatán, México. <https://www.uqroo.mx/libros/maya/diccionario.pdf>
- Barrera, E. y Bringas, O. (2007). *Emigración en México y América latina. Una propuesta de desarrollo basada en el turismo rural y las rutas alimentarias*. Facultad de Agronomía. [https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/EMIGRADOS,\\_TURISMO\\_RURAL\\_Y\\_ALIMENTOS\\_NOSTALGICOS\\_\(2007\)\).pdf](https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/EMIGRADOS,_TURISMO_RURAL_Y_ALIMENTOS_NOSTALGICOS_(2007)).pdf)
- Cardós de Méndez, A. (2004). *Maya*. Museo Nacional de Antropología. Ciudad de México, México. Conaculta. <https://lugares.inah.gob.mx/>
- Concha, G. (2020). *“Cha'a Cháak” Tradiciones y Costumbres que no se deben perder ante esta pandemia: Gerardo Concha*. Tixpéual, Yucatán. <http://suresteinforma.com/noticias/chaa-chaak-tradiciones-y-costumbres-que-no-se-deben-perder-ante-esta-pandemia-gerardo-concha-217398/>





Universidad Autónoma del Estado de México

- Gironella, A. y De´Angeli, G. (2020). *Larousse de la cocina mexicana*. Ediciones Larousse México. 5° edición. ISBN: 9786072123779
- Gobierno del estado de Yucatán. (2022). *Hanal Pixán "Comida de las ánimas"*. [https://www.yucatan.gob.mx/?p=hanal\\_pixan#:~:text=El%20hanal%20pix%C3%A1n%2C%20o%20%22comida,adelantar%C3%B3n%20en%20el%20viaje%20eterno.](https://www.yucatan.gob.mx/?p=hanal_pixan#:~:text=El%20hanal%20pix%C3%A1n%2C%20o%20%22comida,adelantar%C3%B3n%20en%20el%20viaje%20eterno.)
- INEGI. (2022). *Cuéntame de México, glosario de términos*. <https://cuentame.inegi.org.mx/glosario/t.aspx?tema=G>
- López, J. (2013). *Composición y variación espacial de la ictiofauna del río Hondo, México-Belice*. Ecosur. Quintana Roo, México. [https://ecosur.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1017/1978/1/100000052558\\_documento.pdf](https://ecosur.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1017/1978/1/100000052558_documento.pdf)
- Morales, E. y Herrera, L. (2009). *Ramón. (Brosimum alicastrum Swartz) protocolo para su colecta, beneficio y almacenaje*. Comisión Nacional Forestal. Yucatán, México. [http://www.conafor.gob.mx:8080/documentos/docs/19/1301RAMON%20\(Brosimum%20alicastrum%20Swartz.\)%20Yucat%C3%A1n.pdf](http://www.conafor.gob.mx:8080/documentos/docs/19/1301RAMON%20(Brosimum%20alicastrum%20Swartz.)%20Yucat%C3%A1n.pdf)
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española (23a ed.)*. ISBN. 9788467041897. <https://www.rae.es/>
- Robles, M. (2022). *El cenote en honor a la princesa Zazil Ha*. [https://www.playariviera.com/playa\\_corazon\\_riviera\\_maya/caribe-mexico](https://www.playariviera.com/playa_corazon_riviera_maya/caribe-mexico)
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2016). *La chaya, espinaca maya*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/la-chaya-espinaca-maya>
- Secretaría de Turismo (2019). *Bacalar, Quintana Roo*. Gobierno de México. <https://www.sectur.gob.mx/gobmx/bacalar-quintana-roo>
- Secretaría de Turismo (2018). *Rutas gastronómicas*. México. <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/12278.pdf>
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (s.f). *Norma Técnica para la Generación de Estadística Básica Agropecuaria y Pesquera*. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. [http://infosiap.siap.gob.mx/opt/normativ\\_agricola/nagrop\\_full.pdf](http://infosiap.siap.gob.mx/opt/normativ_agricola/nagrop_full.pdf)
- Universidad Autónoma del estado de Quintana Roo. (2022). *Atractivos turísticos, historia de Chetumal*. <https://www.uqroo.mx/seminario-mexico-belice/informacion-turistica/>





## Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Platillos tradicionales del sur de Quintana Roo. ....	37
Ilustración 2. Posicionamiento a partir de la mezcla de mercadotecnia. ....	42
Ilustración 3. Atractivos centrales y complementarios de la ruta gastronómica. ....	91
Ilustración 4. Señalización de la ruta gastronómica. ....	93
Ilustración 5. Logo de la ruta gastronómica: Cocina fronteriza, legado de sabores. ....	95
Ilustración 6. Mapa de la ruta gastronómica. ....	98
Ilustración 7. Mapa de trayectos a recorrer en la ruta gastronómica. ....	98
Ilustración 8. Banner publicitario de la ruta gastronómica en redes sociales. ....	101
Ilustración 9. Souvenirs publicitarios de la ruta gastronómica. ....	101
Ilustración 10. Vehículo oficial rotulado. ....	102

## Índice de tablas

Tabla 1. Descripción de informantes claves. ....	47
Tabla 2. Preguntas realizadas a los informantes clave. ....	48
Tabla 3. Metodología para el desarrollo de una ruta gastronómica. ....	51
Tabla 4. Respuestas obtenidas de entrevistas realizadas. ....	58
Tabla 5. Ranking de México en relación con el turismo internacional. ....	64
Tabla 6. PIB turístico porcentual de México en la última década. ....	65
Tabla 7. Afluencia turística de Quintana Roo en la última década. ....	65
Tabla 8. Afluencia turística en el caribe mexicano, Quintana Roo. ....	66
Tabla 9. Derrama económica por actividad turística en Quintana Roo. ....	67
Tabla 10. Relación de sitios naturales en el sur de Quintana Roo. ....	78
Tabla 11. Relación de tradiciones, costumbres, música y danza en el sur de Quintana Roo. ....	79
Tabla 12. Productos con identidad territorial. ....	79
Tabla 13. Hoteles en el sur de Quintana Roo. ....	81
Tabla 14. Restaurantes en el sur de Quintana Roo. ....	84
Tabla 15. Relación de lugares donde se desarrollan actividades de esparcimiento. ....	85
Tabla 16. Portafolio de los productos turísticos de la ruta gastronómica: Legado de Sabores. ....	86





**Universidad Autónoma del Estado de México**

Tabla 17. Descripción de las actividades complementarias de la ruta gastronómica con relación a la cocina fronteriza. .... 91

Tabla 18. Paraderos turísticos que conforman la ruta gastronómica..... 93

Tabla 19. Ampliación de servicios de acuerdo con el tipo de empresa. .... 94

Tabla 20. Relación de operadores turísticos en el sur de Quintana Roo..... 94

Tabla 21. Itinerario de la ruta gastronómica Cocina fronteriza: legado de sabores. .... 96

Tabla 22. Relación de costos generados en la ruta gastronómica. .... 99

Tabla 23. Estimación del precio final de la ruta gastronómica..... 100

Tabla 24. Esquema de trabajo mensual (campaña publicitaria). .... 102

Tabla 25. Agenda de promoción de la ruta gastronómica. .... 103



## XI. Anexos

<b>Anexo. 1. Estudio de factibilidad.</b>																																																									
<b>Proyecto:</b>	Ruta gastronómica: Cocina fronteriza, legado de sabores.																																																								
<b>Elaborado por:</b>	Alumnos de la Universidad Tecnológica de Chetumal dirigidos por el Mtro. José Romeo De La Cruz Quintana en la asignatura <i>gestión de proyectos</i> .																																																								
<b>Análisis de rentabilidad (a precios y valores constantes).</b>																																																									
<b>Relación Utilidad / Costo (Avío).</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: small;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Inv. Inicial</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> <th>V. RESIDUAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>FLUJO DE EFECTIVO</td> <td style="text-align: right;">-\$629,896</td> <td style="text-align: right;">\$157,376</td> <td style="text-align: right;">\$152,090</td> <td style="text-align: right;">\$355,749</td> <td style="text-align: right;">\$578,522</td> <td style="text-align: right;">\$749,315</td> <td></td> </tr> <tr> <td>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)</td> <td style="text-align: center;">38.58%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tasa Libre de Riesgo:</td> <td style="text-align: center;">7.20%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Valor Presente Flujos</td> <td style="text-align: right;">\$629,896</td> <td style="text-align: right;">\$113,563</td> <td style="text-align: right;">\$79,195</td> <td style="text-align: right;">\$133,671</td> <td style="text-align: right;">\$156,860</td> <td style="text-align: right;">\$146,607</td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Valor Presente Neto</b></td> <td style="text-align: center;"><b>\$0.00</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Inv. Inicial	2023	2024	2025	2026	2027	V. RESIDUAL	FLUJO DE EFECTIVO	-\$629,896	\$157,376	\$152,090	\$355,749	\$578,522	\$749,315		TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	38.58%							Tasa Libre de Riesgo:	7.20%							Valor Presente Flujos	\$629,896	\$113,563	\$79,195	\$133,671	\$156,860	\$146,607		<b>Valor Presente Neto</b>	<b>\$0.00</b>														
		Inv. Inicial	2023	2024	2025	2026	2027	V. RESIDUAL																																																	
	FLUJO DE EFECTIVO	-\$629,896	\$157,376	\$152,090	\$355,749	\$578,522	\$749,315																																																		
	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	38.58%																																																							
	Tasa Libre de Riesgo:	7.20%																																																							
	Valor Presente Flujos	\$629,896	\$113,563	\$79,195	\$133,671	\$156,860	\$146,607																																																		
	<b>Valor Presente Neto</b>	<b>\$0.00</b>																																																							
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: small;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Inv. Inicial</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>FLUJO DE EFECTIVO</td> <td style="text-align: right;">-\$629,896</td> <td style="text-align: right;">\$157,376</td> <td style="text-align: right;">\$152,090</td> <td style="text-align: right;">\$355,749</td> <td style="text-align: right;">\$578,522</td> <td style="text-align: right;">\$749,315</td> </tr> <tr> <td>TREMA =</td> <td style="text-align: center;">12.00%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tasa Libre de Riesgo:</td> <td style="text-align: center;">7.20%</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Valor Presente Flujos</td> <td style="text-align: right;">\$1,307,817</td> <td style="text-align: right;">\$140,514</td> <td style="text-align: right;">\$121,245</td> <td style="text-align: right;">\$253,215</td> <td style="text-align: right;">\$367,661</td> <td style="text-align: right;">\$425,181</td> </tr> <tr> <td><b>Valor Presente Neto</b></td> <td style="text-align: center;"><b>\$677,921</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Recuperación de la Inv.</td> <td style="text-align: right;">-\$629,896</td> <td style="text-align: right;">\$140,514</td> <td style="text-align: right;">\$121,245</td> <td style="text-align: right;">\$253,215</td> <td style="text-align: right;">\$367,661</td> <td style="text-align: right;">\$425,181</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td style="text-align: right;">-\$489,382</td> <td style="text-align: right;">-\$368,136</td> <td style="text-align: right;">-\$114,921</td> <td style="text-align: right;">\$252,740</td> <td style="text-align: right;">\$677,921</td> </tr> </tbody> </table>		Inv. Inicial	2023	2024	2025	2026	2027	FLUJO DE EFECTIVO	-\$629,896	\$157,376	\$152,090	\$355,749	\$578,522	\$749,315	TREMA =	12.00%						Tasa Libre de Riesgo:	7.20%						Valor Presente Flujos	\$1,307,817	\$140,514	\$121,245	\$253,215	\$367,661	\$425,181	<b>Valor Presente Neto</b>	<b>\$677,921</b>						Recuperación de la Inv.	-\$629,896	\$140,514	\$121,245	\$253,215	\$367,661	\$425,181			-\$489,382	-\$368,136	-\$114,921	\$252,740	\$677,921
		Inv. Inicial	2023	2024	2025	2026	2027																																																		
	FLUJO DE EFECTIVO	-\$629,896	\$157,376	\$152,090	\$355,749	\$578,522	\$749,315																																																		
	TREMA =	12.00%																																																							
	Tasa Libre de Riesgo:	7.20%																																																							
	Valor Presente Flujos	\$1,307,817	\$140,514	\$121,245	\$253,215	\$367,661	\$425,181																																																		
	<b>Valor Presente Neto</b>	<b>\$677,921</b>																																																							
	Recuperación de la Inv.	-\$629,896	\$140,514	\$121,245	\$253,215	\$367,661	\$425,181																																																		
		-\$489,382	-\$368,136	-\$114,921	\$252,740	\$677,921																																																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: small;"> <tbody> <tr> <td>Relación Beneficio / Costo</td> <td style="text-align: center;">\$2.08</td> </tr> </tbody> </table>	Relación Beneficio / Costo	\$2.08																																																							
Relación Beneficio / Costo	\$2.08																																																								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: small;"> <tbody> <tr> <td>Recuperación de la inversión</td> <td style="text-align: center;">3 AÑOS</td> </tr> </tbody> </table>	Recuperación de la inversión	3 AÑOS																																																							
Recuperación de la inversión	3 AÑOS																																																								
<b>TIR.</b>	La tasa interna del proyecto es de 38.58%, misma que se encuentra por encima de la tasa de referencia del mercado actual. Por lo tanto, la inversión en el proyecto es viable.																																																								
<b>VAN.</b>	El valor presente neto resultante de los flujos de efectivo arrojó un monto de \$677,921.00 pesos.																																																								
<b>Periodo de recuperación</b>	El periodo de recuperación de la inversión siempre que las operaciones se den en el marco del escenario planteado, arrojaron un total de 3 años para recuperar la inversión.																																																								
<b>Análisis de sensibilidad.</b>	Es rentable con poca sensibilidad, al proyectar un escenario mínimo esperado se llega a la conclusión de que la disminución de una operación abajo del escenario más mínimo esperado (6 operaciones al mes) puede ocasionar que el negocio deje de ser rentable, se recomienda estar atento a los factores turísticos de la zona.																																																								
<b>Descripción y análisis de los impactos.</b>																																																									
<b>Incremento de las</b>	Se estima un aumento del 20% del ingreso anual cada año, el cual deberá ser destinado a la inversión en patrimonio para la sociedad y asegurará la																																																								



<b>utilidades anuales de la organización y los socios.</b>	prevalencia de la empresa a futuro, los socios deberán acordar no recibir un aumento en sus ingresos hasta después del segundo año de operación.
<b>Decremento de los costos de producción.</b>	Los costos de producción se verán comprometidos a la demanda del servicio, por lo que estos dependen en su mayoría de los clientes atendidos, se estima que los costos aumentarán ligeramente con el tiempo debido al aumento en el precio del combustible.
<b>Incremento en los volúmenes de producción.</b>	Con previsiones optimistas se estima que, a partir del segundo año de operación, se aumente la cantidad de tours operados semanalmente en un 50%.
<b>Empleos generados (directos e indirectos).</b>	Debido a la variedad de productos que la empresa está dispuesta a ofrecer en un futuro, el equipo de trabajo aumentará debido a los requerimientos de operación en el apartado publicitario y se requerirá un community manager, así como en la gestión administrativa se contratarán más empleados.
<b>Comparativo del valor de la producción generada con y sin el proyecto.</b>	La ruta gastronómica representará una opción atractiva para el turismo. Es un proyecto que desarrollado a gran escala cuenta con una gran sinergia respecto a los hoteles, restaurantes, parques, zonas arqueológicas y diversos servicios turísticos en la región, por lo que significa dar un pequeño salto en el desarrollo económico de la zona. Al no haber competencia directa disponible actualmente, así como historial de proyectos de la misma índole de la región, no es posible realizar un análisis previo del impacto que el proyecto generará a largo plazo.
<b>Observaciones:</b> es importante precisar que dicho estudio de factibilidad se plantea en un panorama en donde se conforme una empresa que se dedique a operar la ruta gastronómica dentro del Sur de Quintana Roo, en este sentido, se obtiene información importante para algún inversionista que decida operar este producto turístico.	







## Anexo. 2. Ruta gastronómica del Sur de Q. Roo

A través del siguiente código QR es posible acceder a la versión final de la ruta gastronómica: cocina fronteriza, legado de sabores. Misma que permite que el visitante tenga la información más importante de los recursos turísticos de la región.

