



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ingeniería y Ciencias de la Administración

Tesis

Una propuesta de juguetes didácticos innovadores para contribuir al conocimiento del Patrimonio Arqueológico de Quintana Roo: el caso de Tulum

**Para obtener el grado de
Licenciada en Ingeniería Empresarial**

PRESENTA

Genny Atocha Candelaria Gutiérrez Dzul

DIRECTOR DE TESIS

Mtro. Karl Lalanne Kersten



Playa del Carmen, Quintana Roo, México, junio de 2015.



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ingeniería y Ciencias de la Administración

Tesis elaborada bajo la supervisión del comité de Tesis del programa de
Licenciatura y aprobada como requisito para obtener el grado de:

LICENCIADA EN INGENIERÍA EMPRESARIAL

COMITÉ DE TESIS

Director: _____

MTRO. KARL LALANNE KERNSTEN

Asesor: _____

DRA. CONSUELO NATALIA FIORENTINI CAÑEDO

Asesor: _____

ING. JOEL GUERRERO GONZÁLEZ



Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi esposo **Noé Antonio Muñoz** por su paciencia y comprensión, porque prefirió sacrificar su tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío, su bondad y apoyo me inspiraron a ser mejor, sé que sin él no lo hubiera logrado, gracias por estar siempre a mi lado.

A Noé Antonio Gutiérrez, mi hijo quien fue un gran ayudante durante el tiempo en que escribía esta tesis, a mi hija Iddaly Puc Gutiérrez quien me apoyó y alentó para continuar cuando parecía que me iba a rendir.

A mis padres Crispina Dzul Pérez y Ranulfo Gutiérrez Pérez, quienes me dieron la vida, educación, apoyo y consejos.

Dedico este trabajo de igual manera a mis tutores, la Doctora Natalia Fiorentini Cañedo, al Maestro Karl Lalanne Kersten y al Ingeniero Joel Guerrero González quienes me han orientado en todo momento en la realización de este proyecto que enmarca el último peldaño hacia el cierre de esta etapa de mi carrera, gracias por depositar su confianza en mí.

A mis maestros quienes nunca me abandonaron al instruirme, aun sin importar que muchas ocasiones no ponía atención en clase.

A mis amigas del alma, Melissa, Jael y Alexandra quienes permanentemente me apoyaron con su amistad y paciencia, contribuyendo incondicionalmente a lograr las metas y objetivos propuestos.

A todos los que me apoyaron incondicionalmente que de alguna u otra forma contribuyeron para que realizara este proyecto, gracias.

A todos les agradezco desde el fondo de mi alma.

Para todos hago esta dedicatoria.

Agradecimientos

Doy gracias principalmente a Dios todopoderoso por haberme dado la vida, así como la fortaleza en esta gran experiencia para llegar al final de mi meta, por no abandonarme en ningún momento hasta el final de esta carrera.

Al C. José Enrique Vidal Dzul Tuyub, Secretario General Nacional del Sindicato Nacional de Trabajadores y Auxiliares Técnicos y Manuales (ATM), SNTINAH, por todas las gestiones que realizó para poder realizar mis estudios universitarios.

A la familia May Valle por apoyarme incondicionalmente, a todas y todos quienes de una u otra forma colaboraron con un granito de arena para el logro de este trabajo, agradezco sinceramente su valiosa colaboración.

Agradezco muy profundamente a la directora del Instituto Nacional de Antropología e Historia del estado de Quintana Roo, arqueóloga Adriana Velázquez Morlet, por las facilidades prestadas para realizar el trabajo de campo en la zona arqueológica de Tulum.

A mi casa de estudios, la Universidad de Quintana Roo-Unidad Académica Playa del Carmen, por haberme brindado la oportunidad de ingresar al sistema de Educación Superior y con esto cumplir mi gran sueño.

Índice

Contenido

<i>Introducción</i>	7
<i>Capítulo 1. Turismo cultural y patrimonio arqueológico en la Riviera Maya ...</i>	9
1.1 El turismo cultural en la Riviera Maya.....	13
1.2 El patrimonio arqueológico de Quintana Roo	16
1.2.1 Una visión general	16
1.2.2 El sitio arqueológico de Tulum y la problemática de la comprensión de su valor patrimonial.....	21
<i>Capítulo 2. Marco Teórico</i>	33
2.1 Innovación en la empresa pública.....	33
2.2 Didáctica lúdica para la educación patrimonial	36
2.3 Estudios de mercado y turismo	39
<i>Capítulo 3. Estudio de mercado: Juguetes innovadores para el conocimiento del Sitio Arqueológico de Tulum</i>	43
3.1. Metodología: la muestra y la encuesta	43
3. 2 Los resultados.....	44
<i>Conclusiones:</i>	57
<i>Referencias</i>	59
<i>Anexo</i>	63

Resumen ejecutivo

La presente tesis tuvo como objetivo elaborar una propuesta de juguetes didácticos innovadores para contribuir al conocimiento tanto del Patrimonio Arqueológico de Quintana Roo como de la cultura maya prehispánica. Para ello se realizó un estudio de mercado, que tuvo como base la encuesta aplicada a 608 turistas que visitaron la zona arqueológica de Tulum entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013. La encuesta se aplicó en francés, español, inglés y alemán.

Los resultados del estudio señalan que el juguete más atractivo para quienes respondieron la encuesta es un rompecabezas para niños de entre 6 y 9 años, que tenga como tema escenas de la vida cotidiana de los antiguos mayas, con un precio entre 16 y 20 dólares y que se venda en el sitio arqueológico.

Introducción

El objetivo general de esta investigación es determinar si a los visitantes del sitio arqueológico de Tulum les interesaría adquirir juguetes innovadores para el conocimiento de la antigua cultura maya dirigidos al público infantil.

Mi interés en el tema surge porque desde hace 17 años laboro como custodia del sitio arqueológico de Xcaret a cargo del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), y he tenido la oportunidad de ver el genuino interés de los turistas por este tipo de patrimonio, además de considerar que se requieren formas innovadoras para su difusión y comprensión, particularmente entre niños y jóvenes, por ser públicos generalmente no atendidos en los museos y sitios del INAH.

Numerosos especialistas han referido que el juego, desde una perspectiva educativa, se convierte en una forma relajada y agradable de abordar campos del conocimiento que los niños aún no dominan. Las actividades lúdicas dan al niño la oportunidad de practicar, elegir, dominar, adquirir nuevos conocimientos, explorar, observar, experimentar, moverse, sentir, y pensar (Sánchez-Romero Rodríguez, 2010:8). A pesar de lo anterior, se advierte que el INAH cuenta con muy poco material dirigido a este sector.

Como hipótesis de mi investigación considero que los juguetes didácticos para la difusión del patrimonio arqueológico entre los niños son un área de negocios no explorada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia y de gran interés para los visitantes de estos sitios.

Con la finalidad de determinar los tipos de juguetes, su material, el precio y el esquema de promoción más atractivo para los turistas que visitan el principal sitio arqueológico del estado, se aplicó una encuesta entre 608 hombres y mujeres, nacionales y extranjeros, que visitaron Tulum, y con base en su

respuesta se pudieron determinar las características demandadas para este tipo de productos.

La investigación fue de tipo mixto pues se utilizaron técnicas cualitativas (entrevistas semiestructuradas con informantes clave) y cuantitativas (estadística descriptiva).

La investigación está dividida en tres capítulos: en el primero de ellos titulado "Turismo cultural y patrimonio arqueológico en la Riviera Maya" se reflexiona sobre la importancia que tiene el turismo cultural para la Riviera Maya y se describe el patrimonio arqueológico de la entidad, enfatizando el sitio de Tulum por ser el más visitado en la entidad. En el segundo capítulo se hace referencia al marco teórico utilizado en la investigación, se destaca la importancia que tiene la innovación para la empresa pública; el papel de la didáctica lúdica como un mecanismo innovador para la adquisición de conocimiento, y de los estudios de mercado para detectar nuevas necesidades. En un tercer capítulo se presentan los resultados de la investigación, para finalizar con la sección de conclusiones

Capítulo 1. Turismo cultural y patrimonio arqueológico en la Riviera Maya

Maya

La Riviera Maya se encuentra ubicada en la parte norte del estado de Quintana Roo, cuenta con 120 kilómetros de litoral del Caribe Mexicano y abarca desde Puerto Morelos, hasta Punta Allen. Sin embargo, la Riviera Maya no es sólo un espacio geográfico, es también la principal marca turística mediante la cual el Gobierno federal y estatal atraen turistas a la entidad. Por ello, ambos niveles de gobierno están implementando constantemente acciones para fortalecer la infraestructura y equipamiento para este segmento de mercado. Principalmente, a través de la creación de alianzas estratégicas para el desarrollo de alternativas y diversificación de productos turísticos, que permitan el desarrollo económico y social de Quintana Roo y del país en general. (Bello de la Lanza Espino *et al.*, 2006)



Mapa Riviera Maya.

Fuente <http://blog.mexicodestinos.com/2013/04/que-es-la-riviera-maya/>

Al 2012, la Riviera Maya contaba con 386 hoteles y un total de 40,584 habitaciones, desde pequeñas palapas hasta cadenas de importantes hoteles nacionales y extranjeros (Secretaría de Turismo, 2012).-ver tabla 1-

Destino	Municipio	Hoteles	Cuartos
Riviera Maya	Solidaridad	253	34,556
	Tulum	133	6,028
Total		386	40,584

Fuente: Secretaría de Turismo – 2012.

La afluencia turística se incrementa cada año; prueba de ello es que en el 2011, arribaron un total de 3,610,367 visitantes, y en el 2012 la cantidad de 3,895,548; lo que representa un incremento de 7.9% entre un año y otro (SEDETUR 2011, 2012). A continuación, en la Tabla 2, se describe el origen de los turistas que visitaron la Riviera Maya entre 2008 y 2012.

País	2008	2009	2010	2011	2012
Canadá	53,402	ND	677,572	706,100	ND
Estados Unidos	1,333,608	1,109,597	1,250,922	1,192,499	ND
Alemania	ND	ND	124,114	133,720	106,197
Bélgica	ND	ND	ND	18,706	ND
España	ND	ND	216,189	202,447	ND
Francia	ND	ND	ND	69,584	ND
Gran Bretaña	ND	ND	160,877	211,801	ND
Holanda	ND	ND	ND	48,751	ND
Italia	ND	ND	80,269	88,816	ND
Rusia	ND	ND	ND	22,055	ND
Suiza	ND	ND	8,432	9,935	ND
Argentina	ND	ND	ND	86,409	ND
Brasil	ND	ND	ND	5,762	ND
Chile	ND	ND	ND	25,965	ND
China	ND	ND	ND	191	ND

Japón	ND	ND	ND	808	ND
Resto mundo	ND	ND	280,269	92,054	ND
México	ND	ND	574,013	694,764	ND
TOTAL TURISTAS¹	3,215,862	2.828.529	3.372.687	3,610,367	3, 895,548

Fuente: Elaboración propia con datos de Barómetro Turístico Riviera Maya y SIOM (Sistema integral de operación migratoria)
ND= No disponible

La tabla anterior indica que los mercados con mayor incidencia en este destino turístico son: Estados Unidos, Canadá, España, Gran Bretaña y Alemania, es decir, el 30 % de los turistas que llegan a esta zona provienen de alguno de los cuatro países referidos.

Como se advierte, la actividad más importante del Estado de Quintana Roo es el turismo, y la Riviera Maya ha tenido en estos años una participación importante y creciente en la derrama económica del estado a raíz del flujo de visitantes a la zona. Por ejemplo en el año 2008 la derrama fue de \$2,025 millones de dólares (MDD) de enero a diciembre. Los datos del 2009 al 2012 se presentan en la siguiente tabla, en donde se refleja que el incremento en dicho periodo en cuanto a la derrama económica generada por el turismo fue de 19.2% en total durante estos años.

Tabla 3. Diferencia de la derrama económica en MDD del 2009 al 2012					
Destino	Años				Diferencia en %
	2009	2010	2011	2012	
Riviera Maya	\$1,781	\$2,124	\$2,274	\$2,454	19.2%

Fuente: Elaboración propia con datos (SEDETUR 2009, 2010, 2011, 2012)

¹ El Barómetro Turístico Riviera Maya sólo tiene desagregados los datos de los turistas canadienses y estadounidenses, la diferencia en el total de cada columna obedece a que la cantidad sobrante representa el resto de los turistas.

Otro dato muy importante para comprender la dimensión de la actividad turística en la Riviera Maya es el gasto promedio del turista durante su estancia. En términos generales, entre 2008 y 2012, los turistas gastan 630.00 dólares, cifra muy superior a lo erogado por quienes viajan en cruceros, a penas 82.00 dólares (SEDETUR, 2008, 2012).

Dentro de las razones que motivan el viaje de los turistas a la Riviera Maya se encuentran: la belleza de sus playas; la gastronomía propia de la península de Yucatán; las cavernas con aguas cristalinas llamados cenotes; una flora y fauna propias del estado; el "Pueblo Mágico" de Bacalar con su "Laguna de los siete colores"; la Reserva de la Biósfera de Sian Ka'an, así como las grandes ciudades mayas como Tulum, Coba y el corredor arqueológico de Oxtankah, Kohunlich, Dzibanché, Kinichná y Chacchoben.



Fuente: *Playa pública DIF*, fotografía propia; *Zona arqueológica Tulum*, fotografía propia

A continuación se hará referencia a la importancia que tiene el turismo cultural para la Riviera Maya.

1.1 El turismo cultural en la Riviera Maya

El Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR) de la Secretaría de Turismo (SECTUR) define al turismo cultural como "aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" (SECTUR-CESTUR, 2002). Por su parte, la UNESCO refiere que el turismo cultural "no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, [además de ser] portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales" (UNESCO, 1982:129). De acuerdo con la UNESCO, el objetivo del turismo cultural debe ser lograr el desarrollo duradero de los pueblos a través de un modelo de desarrollo humano integral y sostenible, que por un lado conserve el patrimonio cultural, pero por el otro, que genere empleos relacionados con los servicios demandados por los turistas, que contribuyan al bienestar de la población (UNESCO, 1982:129).

En términos generales, el turismo cultural es muy significativo en nuestro país, porque a través de él se muestra, a todos los que deseen visitar nuestra nación, la riqueza de nuestro patrimonio natural, arqueológico e histórico. Pero también es un motivo de orgullo e identidad para los mexicanos, de ahí que su conservación sea fundamental.

En relación a la importancia del turismo cultural, la SECTUR señala que:

El Turismo Cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de nuestro país. Los efectos que genera el tratamiento adecuado del turismo cultural, desde una perspectiva de mercados, trae como consecuencia, la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos (Sitio Oficial SECTUR).

Antes de continuar con el tema de la importancia del turismo cultural para la entidad, se abrirá un paréntesis para definir los tipos de patrimonio relacionados con este turismo. De acuerdo con la UNESCO (1982:121), el patrimonio natural comprende tres tipos de formaciones de la naturaleza: los monumentos naturales, las formaciones geológicas y los lugares o zonas naturales. La entidad cuenta con numerosas riquezas de este tipo, que se mencionaron líneas arriba.

En cuanto al patrimonio arqueológico, éste incluye "los bienes muebles e inmuebles, producto de culturas anteriores al establecimiento de la hispánica en el territorio nacional, así como los restos humanos, de la flora y de la fauna, relacionados con esas culturas" (*Ley Federal de Monumentos y Zonas Arqueológicas* -LFMZA-, 1972:8). Mientras que el patrimonio histórico abarca "los bienes vinculados con la historia de la nación, a partir del establecimiento de la cultura hispánica en el país, en los términos de la declaratoria respectiva o por determinación de la Ley" (LFMZA, 1972:10). Los monumentos (históricos o arqueológicos) están protegidos por la *Ley Federal de Monumentos y Zonas Arqueológicas* (LFMZA) del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y su Reglamento (LFMZA, 1972:12).

Sin lugar a dudas, la riqueza natural, histórica y arqueológica de la entidad es única, y para su salvaguarda se requiere de la concientización de los visitantes para su cuidado, además de la protección jurídica a través de la LFMZA.

Regresando al tema de la importancia del turismo cultural en nuestro país, ésta se ve reflejada de manera continua en las numerosas acciones que emprende el gobierno -en sus tres niveles: federal, estatal y municipal-. Prueba de ello es el *Programa de Desarrollo de Turismo Cultural* de la SECTUR, que tiene por objetivo:

[...] coordinar esfuerzos encaminados a asegurar el desarrollo del segmento, fortaleciendo mecanismos e instrumentos para lograr el aprovechamiento a largo plazo de los recursos naturales y culturales, garantizando rentabilidad económica y social de sus proyecto (SECTUR, 2011).

La participación del estado en diferentes ferias de promoción turística a nivel nacional e internacional, tiene la intención de posicionar la imagen de los destinos de Quintana Roo en Europa y otros mercados. Sirva como ejemplo el hecho de que el Secretario Estatal de Turismo, Juan Carlos González Hernández, participó en la 32va edición de la BIT2012, catalogada como la feria de turismo más importante de Italia que se celebró el pasado febrero del 2012, con la intención de lograr importantes acuerdos y resultados en materia turística. (SEDETUR, 2012). O bien el hecho de que, en el mes de abril de 2013, la Dirección de Turismo del municipio promocionara en la Feria Internacional de Berlín la primera playa incluyente de la Riviera Maya, según lo comentó la titular de la Dirección de Turismo Municipal, Melisa López Guzmán. (SEDETUR, 2012) Más recientemente, del 6 al 9 de mayo se celebró en la ciudad de Cancún, el Tianguis Turístico de México 2014, en el cual se refirió que el segmento de turismo cultural cada día cobra más importancia (Tianguis Turístico, 2014).

Un análisis hecho por el INAH sobre los sitios turísticos más visitados en el país establece que la oferta cultural del Instituto que registra la mayor demanda nacional y extranjera se concentra en tres puntos de la República: el área maya, el Valle de México y Oaxaca (INAH, 2011). Es evidente que estos lugares tienen en común el que fueron cuna de grandes civilizaciones prehispánicas, lo que es un atractivo único para los turistas que nos visitan desde diferentes países del mundo.

Como se observa, dentro de las áreas más visitadas por turistas nacionales y extranjeros se encuentra el área maya, que comprende los estados de Campeche, Yucatán y Quintana Roo. Particularmente la Riviera Maya, tiene una posición privilegiada, pues los numerosos turistas que arriban a la zona son un mercado potencial para los sitios arqueológicos de la entidad.

Recientemente, el jefe del Ejecutivo del estado, el Gobernador Roberto Borge Angulo, dijo que la cultura es, además de un atractivo turístico, un valor agregado para nuestros destinos, que propicia promoción nacional e internacional,

diversifica la industria turística, genera empleos y derrama económica, señaló que “Quintana Roo tiene mucho que difundir. Tenemos cultura y tradiciones heredadas de nuestros ancestros mayas y otras que compartimos con países de Centroamérica y el Caribe” (Unidad del Vocero, 28 abril de 2013). El Gobernador Borge Angulo recordó que en coordinación con el INAH se trabaja en proyectos de innovación en zonas arqueológicas como Tulum y Muyil; asimismo, en Xcabal, ubicada en la parte Sur de Quintana Roo, se realizan trabajos para una apertura en corto plazo, sitio que podría convertirse en el atractivo turístico mexicano más importante de la Zona Maya en el estado (Unidad del Vocero, 28 abril de 2013).

A continuación, se describirá brevemente el patrimonio arqueológico del estado.

1.2 El patrimonio arqueológico de Quintana Roo

Como se refirió en el apartado anterior, Quintana Roo tiene una riqueza cultural invaluable, en este espacio se describe brevemente la importancia del patrimonio arqueológico de la entidad.

1.2.1 Una visión general

En Quintana Roo los vestigios y zonas arqueológicas son abundantes y ofrecen valiosos testimonios sobre la vida cotidiana de los mayas prehispánicos que habitaron en esta región entre los años 1250-1500 d.C. aproximadamente. En el estado contamos con veinte sitios arqueológicos abiertos al público, por mencionar algunos están Tulum, Coba, el Meco, el Rey, Chacabakán, Chacchoben, Dzibanché, Kinichná, Kohunlich, Muyil, Oxtankahy San Gervasio; además del patrimonio cultural sumergido. Cabe señalar que en la entidad existen dos museos sobre la cultura, por un lado el Museo de la Cultura Maya en Chetumal, y por el otro el Museo Maya de Cancún inaugurado el 2 de noviembre de 2012.



Mapa con los sitios arqueológicos de Quintana Roo

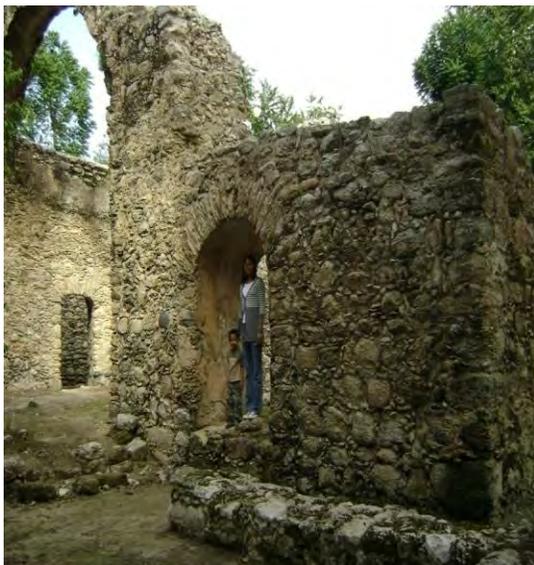
A continuación se presentan una serie de imágenes sobre algunos sitios arqueológicos en la entidad:



Fuente: *Estructura de piedra* Dzibanché en dos acercamientos.
Fotografía de Iddaly Puc Gutiérrez 2009.



Fuente: *Estructura de piedra Kohunlich*.
Fotografía de Iddaly Puc Gutiérrez 2009



Fuente: *Estructura de piedra Oxtankah*.
Fotografía de Genny Gutiérrez 2009.



Fuente: Edificio II, Kinichna.
Fotografía de Iddaly Puc Gutierrez 2009.



Una máscara de un dios del sol en Kohunlich. Fuente:
http://en.wikipedia.org/wiki/Kohunlich#mediaviewer/File:Kohunlich_Mask.JPG

El creciente interés por el patrimonio arqueológico, tanto de la población local como de los turistas, se ve reflejado en el importante flujo de visitantes a los sitios arqueológicos de la entidad, prueba de ello es que Tulum es el quinto lugar más visitado del país en la categoría de museos y sitios arqueológicos. Según datos del INAH, el pasado 2013 se obtuvo un récord histórico de 21 millones 67 mil 704 visitantes, de los cuales 9 millones 186 mil 988 corresponden a museos y 11 millones 880 mil 716 a zonas arqueológicas. Los sitios preferidos por los visitantes y que más afluencia tuvieron durante el año pasado fueron: Teotihuacán (2,323,658), Chichén Itzá (2,203,417), el Museo Nacional de Antropología (2,002,133), el Museo Nacional de Historia (1,677,915), Tulum (1,289,343) y Palenque (584,391) (Redacción Aristegui Noticias, febrero 7, 2014).²

A continuación se describen datos generales de los sitios arqueológicos de la entidad:

²Disponible en <http://aristeguinoticias.com/0702/kiosko/cifra-record-de-visitantes-en-museos-y-zonas-arqueologicas-inah/>, consultado el 16 de junio de 2014.

Tabla 4. Sitios arqueológicos y museos en Quintana Roo a cargo del INAH

Sitio arqueológico	Ubicación	Costo de acceso
Calica	Acceso a las instalaciones de Calica. La visita al sitio arqueológico mediante cita previa.	ND
Chacankabán	Se ubica a 90 kilómetros de Chetumal La visita al sitio arqueológico requiere cita previa	ND
Paseo virtual subacuático. Banco Chinchorro. Patrimonio Cultural Sumergido	Ubicado en la costa oriental de la Península de Yucatán, a una distancia de 30 kilómetros mar adentro del puerto de Mahahual.	ND
Paseo virtual subacuático. Laguna de Mandinga. Isla Cozumel	A cinco años de implementarse el programa de virtualización del Patrimonio Cultural, el Instituto Nacional de Antropología e Historia presenta un recorrido a distancia por un contexto arqueológico sumergido, primero en su tipo en América Latina.	ND
Coba	Se ubica en la porción oriental del poblado actual de Coba, en el municipio de Tulum.	57 pesos
Caracol-Punta Sur	Se localiza a 30 kilómetros del poblado de San Miguel de Cozumel y 1.3 kilómetros al noreste del faro de Punta Celarain, en el extremo sur de la isla de Cozumel	Entrada libre
Chacchoben	La zona arqueológica está a 85 kilómetros de la ciudad de Chetumal y a 3 kilómetros del poblado de Lázaro Cárdenas.	46 pesos
Dzibanché – Kinichná	Se localiza 81 kilómetros al noroeste de la ciudad de Chetumal, capital del estado.	46 pesos
El Meco	El Meco corresponde territorialmente a la porción continental del municipio de Isla Mujeres. Se ubica en el kilómetro 2.7 de la carretera Puerto Juárez – Punta Sam.	42 pesos
El Rey	El sitio se ubica en el kilómetro 18 del boulevard Kukulcán, en la zona hotelera de Cancún.	42 pesos
Kohunlich	Se localiza 69 kilómetros al oeste de la ciudad de Chetumal, capital del estado de Quintana Roo.	55 pesos
Muyil	Se ubica en la costa oriental de Yucatán, región central del estado de Quintana Roo perteneciente al municipio de Felipe Carrillo Puerto. Se encuentra dentro del perímetro del área natural de la Reserva de la Biósfera de Sian Ka'an, decretada como tal en 1986.	35 pesos
Oxtankah	Se encuentra a 16 kilómetros al norte de la capital del Estado de Quintana Roo.	42 pesos
San Gervasio	Se localiza 7 kilómetros al este del actual poblado de San Miguel de Cozumel.	46 pesos

San Miguelito y Museo Maya de Cancún	La zona arqueológica se localiza en el kilómetro 16.5 del Boulevard Kukulkán, en la ciudad de Cancún, Quintana Roo.	57 pesos (Incluye la entrada al Museo Maya de Cancún)
Tulum	Se localiza a 128 kilómetros al sur de Cancún y es fácilmente accesible a través de la carretera federal 370.	59 pesos
Xelhá	Se localiza a 115 kilómetros al sur de la ciudad de Cancún y 16 kilómetros al norte de Tulum. No debe confundirse con el Parque Xelhá, cuyo acceso se ubica en el sector este de la carretera mencionada.	42 pesos
Xcaret	Se ubica a 5 kilómetros al sur de Playa del Carmen, en un área de fácil acceso por la carretera federal 307. El acceso del INAH es exclusivo para la zona arqueológica y se ubica a un costado de la entrada principal.	42 pesos

Fuente: Elaboración propia con datos *RED DE ZONAS ARQUEOLÓGICAS*.
<http://www.inah.gob.mx/zonas-arqueologicas>

Cabe señalar que en los museos y los sitios arqueológicos referidos en la Tabla 3 se generan numerosas investigaciones, análisis y estudios de los aspectos generales y particulares sobre las diferentes piezas que se han encontrado en cada sitio arqueológico (RED DE ZONAS ARQUEOLÓGICAS)³. Desde los inicios de la década de los setenta, diversos especialistas como la Arqueóloga María José Con Uribe, la Restauradora Mónica López Portillo, el Arqueólogo Enrique Nalda Hernández, entre otros destacados investigadores del INAH, han trabajado en el mantenimiento, conservación, restauración, exploración, salvamento, inspección y registro cartográfico de los diferentes sitios arqueológicos en Quintana Roo (Informe de trabajo de la Arqueóloga. María Elena Barba Meinecke, Folio 277 QROO).

A continuación describiré el sitio arqueológico de Tulum y la problemática de la comprensión del valor patrimonial.

1.2.2 El sitio arqueológico de Tulum y la problemática de la comprensión de su valor patrimonial.

³ Disponible en: <http://www.inah.gob.mx/zonas-arqueologicas>

El sitio arqueológico de Tulum se encuentra ubicado en el municipio del mismo nombre, aproximadamente a 115 kms. de Cancún y a 60 kms. al sur de la ciudad de Playa del Carmen. Los visitantes interesados pueden acceder a él por la carretera 307 que cruza al estado, o bien, por la contratación de viajes ofertados por los tour-operadores locales.



Mapa ubicación de Tulum

Fuente: <http://www.funsumexico.com/riviera-maya-maps.php>

a) Breve historia de Tulum

En el siglo XVI Tulum era conocido como "Zamá". Es probable que la palabra maya signifique "mañana", debido a que se encuentra en la parte más alta de la costa oriental, en la cual se observa un maravilloso amanecer. El actual nombre de Tulum, pudiera ser relativamente nuevo, y probablemente signifique "muralla" o "palizada" debido a la muralla que rodea al sitio arqueológico (CONACULTA-INAH, s.f.).

El sitio fue "redescubierto" en el siglo XIX, cuando Stephens y Catherwood lo encontraron completamente abandonado, justo antes del inicio de la rebelión indígena conocida como la "Guerra de Castas" en 1847 (CONACULTA-INAH, s.f.). Las actuales edificaciones que se encuentran en lo que hoy se conoce como la Zona Arqueológica de Tulum, dan cuenta del estilo arquitectónico que imperó entre los mayas que habitaron la Costa Oriental de la Península de Yucatán, entre los años 1200 y 1550. Años que corresponden al último periodo de

ocupación prehispánica de la península de Yucatán, y se conoce como postclásico medio-tardío. Aunque en el lugar también se encuentran algunos elementos que remiten a periodos anteriores, como la *Estela 1* construida en el año 564 de nuestra era; o la *Estructura 59* que tiene elementos arquitectónicos presentes en el lugar entre el año 600 a 900 (periodo clásico tardío). (CONACULTA-INAH, s.f.).

Existen evidencias científicas que señalan que Tulum fue uno de los principales asentamientos mayas entre los siglos XII y XIV. Se dice que probablemente funcionó gubernamentalmente como un lugar (*batabil*) autónomo de mando de otras demarcaciones, hasta prácticamente el arribo de los españoles en el siglo XVI, cuando fue finalmente desmantelado. (CONACULTA-INAH, s.f.).

El investigador Ernesto Vargas subraya la importancia del asentamiento entre las comarcas (*kuchkabalooob*) de Cochuah y Cozumel, dada su ubicación y capacidad de defensa o resguardo. Además de que era un punto de referencia dentro de la ruta mercantil de la región, que incluía el aprovechamiento de los numerosos y ricos recursos marítimos de la costa de Quintana Roo. (CONACULTA-INAH, *La zona arqueológica de Tulum*).⁴

A continuación se describe el sitio arqueológico, el cual estaba rodeado por una gran muralla y fuera de ella había numerosas casas edificadas de madera y de palma donde vivía la mayor parte de la población, de éstas hoy se conservan muy pocas evidencias.

⁴ Disponible en <http://www.inah.gob.mx/component/content/article/265-red-zonas-arqueologicas/5491-zona-arqueologica-de-tulum>, consultada el 16 de junio de 2014.

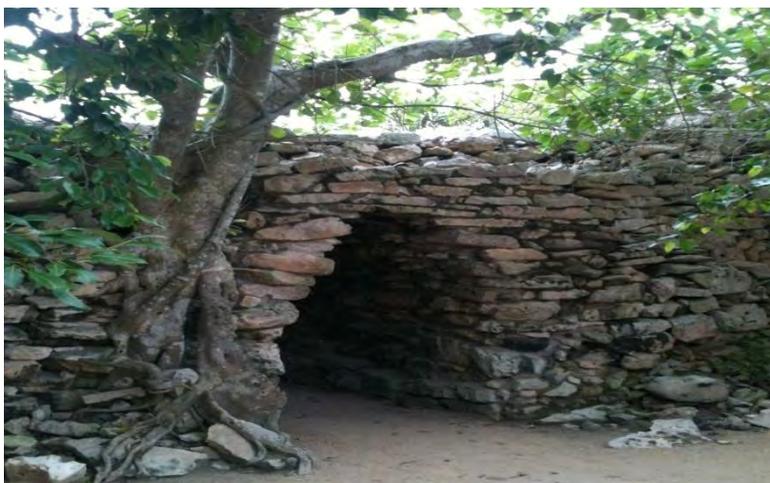


Mapa de la muralla del sitio arqueológico de Tulum
<http://blog.mexicodestinos.com/wp-content/uploads/2012/07/mapa-de-tulum-e1341263799180.jpg>

La muralla de Tulum delimita al conjunto principal por sus lados norte, sur y oeste, ya que el sector oriental mira directamente al mar Caribe. Cuenta con cinco accesos y dos torres de observación, que dan cuenta del grado de control que en su momento se ejerció sobre quienes pretendieron entrar a esta zona (CONACULTA-INAH, s.f.). A continuación se muestra una imagen del lado sur de la muralla, y otra de la puerta de acceso en el lado norte.



Fuente: *La muralla de Tulum*, lado Sur, fotografía de Genny Gutiérrez Dzul, 2014



Fuente: *Puerta de acceso de la muralla de Tulum*, lado norte, fotografía de Genny Gutiérrez Dzul, 2014

En el área central del sitio se encuentran los edificios principales, delimitados por una segunda muralla interior; la mayor parte de estas edificaciones tuvo funciones de tipo ceremonial. El edificio conocido como *el Castillo* es el más sobresaliente por su tamaño, ubicación y la singular fachada de su templo superior, con tres accesos ornamentados con columnas serpentinadas, complementados con una deidad descendente y dos mascarones zoomorfos en las esquinas. Cabe mencionar que la imagen actual de *El Castillo* es producto de diversas etapas constructivas, la más reciente de las cuales está representada por dos pequeños templos ubicados a ambos lados de la escalera principal. Al frente hay una plataforma, posiblemente para danzantes, y a los costados otros edificios que complementan el arreglo del conjunto, entre los más relevantes figura el Templo de la Serie Inicial, donde se encontró la fecha más temprana documentada en Tulum: 564 d.C. (CONACULTA-INAH, s.f.).



Fuente: *El Castillo de Tulum*, fotografía de Genny Gutiérrez Dzul, 2014

Al norte se encuentra el Templo del Dios Descendente, conformado por un pequeño basamento sobre el que se construyó un edificio ornamentado con la imagen de esa deidad, principal elemento iconográfico de la ciudad.



Fuente: *Templo del Dios Descendente*, fotografía de Genny Gutiérrez Dzul, 2014

Frente al conjunto antes descrito se encuentra la calzada principal: una calle sobre la que se ubicaron diversos edificios residenciales, el más importante de los cuales fue el *Templo de los Frescos*, construcción originalmente conformada por una habitación rodeada por un pórtico en tres de sus lados. Las pinturas murales que se conservan en sus paredes retratan, según el investigador

Arthur Miller, a una serie de seres sobrenaturales residentes en el inframundo, que por un momento aparecen retratados entre la oscuridad y la luz, y constituyen uno de los más importantes testimonios de la pintura mural maya prehispánica. Las esquinas del edificio están ornamentadas por mascarones con elementos serpentinos que posiblemente simbolizan su asociación con *Kukulcán*. (CONACULTA-INAH, s.f.).

La *Casa de las Columnas* y la *Casa del Halach Uinik*, ubicadas en el área de la calzada, constituyen interesantes ejemplos de la arquitectura residencial de Tulum, en tanto que la *Casa del Cenote* ubicada en el sector norte del conjunto amurallado, documenta la importancia que los mayas habrían dado al culto acuático, especialmente al vinculado a los cenotes y a la oscura liquidez que albergaban. (CONACULTA-INAH, s.f.).

El *Grupo Kukulcán*, ubicado justo al norte de *El Castillo*, comprende diversas estructuras menores, siendo la más notable el *Templo del Dios del Viento*, nombrado así por la redondez de su basamento, tradicionalmente relacionado con *Kukulcán* como dios de los vientos, o con *Ehecatl*, la deidad equivalente en el centro de México. (CONACULTA-INAH, s.f.). El área de la caleta era una pequeña entrada del mar entre las rocas, suficiente para que atracaran las naves mayas dedicadas al comercio en torno a la península. Hoy esta área se encuentra cerrada a la visita, pues es una zona dedicada a la conservación y anidación de tortugas marinas.

Los visitantes interesados en nadar en la playa de Tulum pueden bajar la escalinata de madera construida junto al acantilado, que permite el acceso a la playa sur del sitio prehispánico y que constituye un atractivo más de la visita al sitio.



Mapa del mirador de la zona arqueológica de Tulum
http://www.travelbymexico.com/blog/imgBase/2008/06/IMG_21461.jpg

Este sitio se ha estudiado desde el punto de vista etnohistórico y arqueológico, por lo que una visita a Tulum es esencial para la comprensión de la vida y costumbres que existieron durante el periodo Postclásico en el estado.

b) Los servicios disponibles en la Zona Arqueológica de Tulum

La zona arqueológica se encuentra resguardada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) perteneciente a CONACULTA. No cuenta con estacionamiento propio, aunque existe uno en el centro comercial que cobra una tarifa módica, no controlada por el INAH. El trayecto de cerca de un kilómetro ubicado entre el estacionamiento y la entrada a la zona puede hacerse a pie o a bordo de un pequeño tren (tampoco relacionado con el INAH), cuya tarifa es de 20 pesos (recorrido redondo). Los días de visita son de lunes a domingo de 8 a 17 hrs.



Tienda Educal de la zona arqueológica de Tulum. Fotografía de Genny Gutiérrez Dzul, 2014

Dentro de la zona arqueológica hay una librería EDUCAL, su responsable, el señor Juan Pablo Hidalgo, refirió el tipo de productos que se ofertan "[...] se pueden encontrar diversos artículos desde libros del sitio y de otras zonas arqueológicas como Chichen Itza y Coba, hasta artesanías de la región y recuerdos como tazas y pequeños separadores con dioses y glifos mayas" (Entrevista realizada a Juan Pablo Hidalgo, responsable de la Librería Educal del Sitio arqueológico de Tulum, realizada por Genny Gutiérrez Dzul, el 23 de agosto de 2014, en las instalaciones de la librería). Al preguntársele por la existencia de material lúdico (juegos) infantil, comentó que hay muy poco, tan sólo unas pequeñas guías de algunas zonas arqueológicas del estado. En lo que se refiere a los ingresos de la librería, éstos oscilan entre \$ 200,000.00 y \$250,000.00 mensuales, que son destinados para la difusión de la cultura. (Entrevista a Juan Pablo Hidalgo).

En la Tabla 4 se señalan las tarifas que pagan los diversos tipos de usuarios:

Tabla 4. de precios de la entrada a la zona arqueológica de Tulum		
Edad	Precio	Condiciones
Adultos	\$ 59.00	Los domingos estarán exentos del pago los visitantes nacionales y extranjeros residentes en México.
Niños	Exentos de pago	Menores de 13 años no pagan.
Maestros, estudiantes e Insen	Exentos de pago	Con credencial vigente exentos de pago todos los días del año.

Fuente: Elaboración propia, con datos de: RED DE ZONAS ARQUEOLOGICAS,
<http://www.inah.gob.mx/zonas-arqueologicas>.

Dentro de las instalaciones de la unidad de servicio de la zona arqueológica de Tulum se cuenta con sanitarios y guías certificados que ofrecen recorridos, el guía Armando Kantún Kinil señala algunos datos sobre estos recorridos:

El monto mínimo de la tarifa es de \$560.00 pesos, incluye de una a cuatro personas, y el máximo es de \$810.00 pesos en la que incluye de diecisiete a veinticinco personas. Es la misma tarifa para mexicanos y extranjeros, los temas que contienen los recorridos son historia en general, civilización maya en general y posteriormente de ahí se enfoca hacia la zona arqueológica de Tulum en específico. ¿Porque su construcción en frente del mar?, su esplendor, ¿por qué su abandono o su colapso?, también se habla acerca de la astronomía, de la matemática, agricultura. En lo general este recorrido se lleva en un tiempo aproximado de una a tres horas, depende mucho del interés que tenga el visitante (Entrevista realizada a Armando Kantún Kinil, guía del Sitio arqueológico de Tulum, realizada por Genny Gutiérrez Dzul, el 23 de agosto de 2014, en el sitio).

Por lo que concierne a los recorridos de los niños, Kantún Kinil señaló que sí existen, y se proporcionan sólo cuando el visitante lo solicita. Se cuenta con guías específicos para dar estos recorridos a los menores, en los que se les explica de una manera más creativa y participativa la cultura maya. En general, se les brinda la misma información, sólo que en una versión adecuada a su edad: "como por ejemplo a los adultos se les habla más de las estructuras [refiriéndose a los edificios], pero a los niños se le dice estas pequeñas casitas o estos palacios;

aquí vivía el rey y no se les [habla] del gobierno, este lenguaje se usa para que ellos comprendan toda la información que se les brinda y a la vez que se interesen más por la cultura" (Entrev. a Kantún Kinil). Agrega que los precios son los mismos, aunque se hacen excepciones cuando se trata de escuelas de gobierno, o cuando se nos pide un apoyo directamente de la escuela, entonces el grupo de guías se encarga de proporcionar una cortesía. Los recorridos se imparten en los idiomas español, inglés, francés, alemán, italiano y portugués, el horario en el que se encuentran para brindar sus servicios es de las nueve a las quince horas todos los días del año. Los Guías son certificados por la Universidad La Salle de Cancún.

Cabe señalar que en el poblado y en la periferia de la zona existen instalaciones hoteleras y restaurantes, así como diversos establecimientos dedicados a la venta de artesanías de la región.

c) Las problemáticas del patrimonio arqueológico en Quintana Roo

Sobre la situación general del patrimonio arqueológico de la entidad, la Arqueóloga María José Con Uribe -investigadora del INAH en la Zona Norte- considera que los intereses económicos, el turismo de masas -con los consecuentes efectos que producen en el patrimonio- y la falta de atención a los monumentos por parte de las autoridades aceleran su deterioro. Refiere que:

El patrimonio arqueológico de Quintana Roo así como el medio ambiente, sufren su destrucción por la total falta de interés de las autoridades para su protección. Siempre se privilegian los intereses económicos y políticos por encima de lo que debería ser la protección no sólo de los restos culturales sino también del entorno natural. Mientras esta indiferencia a veces por ignorancia y otras principalmente por interés económico y político subsista, no tenemos esperanza de ver un país sano ni que avance (Entrevista a María José Con Uribe, Arqueóloga adscrita al Centro INAH-Quintana Roo en la Zona Norte, realizada por Genny Gutiérrez Dzul, vía correo electrónico, en agosto de 2014).

Por lo señalado, se advierte que es muy necesaria la concientización y educación patrimonial de los gobernantes, visitantes y ciudadanía en general para que sean agentes activos de su conservación.

Al preguntársele a la Arqueóloga María José Con su opinión sobre la forma en cómo se comunica al público infantil el contenido de los sitios arqueológicos, considera que "tal vez se podrían hacer trípticos para niños o vistas guiadas especiales, ya que no debemos bajar demasiado el nivel de información de las cédulas" (Entrevista Con Uribe). La opinión de la arqueóloga refleja que es necesario incluir un "discurso" infantil en los sitios arqueológicos de la entidad. En este sentido, apostarle a la educación patrimonial de los niños y jóvenes parece ser una alternativa innovadora que les proporcionaría los elementos necesarios para comprender y valorar el patrimonio cultural. A continuación se referirán los principales conceptos utilizados en la investigación.

Capítulo 2. Marco Teórico

En el presente capítulo se explican los conceptos utilizados en la investigación y que sustentan el planteamiento del problema en estudio. Cabe señalar que la metodología utilizada se describe en el siguiente capítulo.

2.1 Innovación en la empresa pública

El concepto principal de mi trabajo es el de innovación, en este caso en una empresa pública, entendida ésta como una unidad de producción de bienes, prestación de servicios, que poseen una contrapartida patrimonial directa, formada por decisión inmediata del Estado, con recursos que éste o sus conductos paraestatales reciben y sujeta al cumplimiento forzoso y directo de los planes y programas gubernamentales y a un régimen específico de control autoritario. (Sergio García Ramírez, s.f.).⁵ De acuerdo con Moore, se entiende por innovación “cualquier cambio razonablemente significativo en la forma en que una organización opera, se administra o define su misión básica” (Moore *et al.*, 1997:12). La innovación es un fenómeno complejo, sistémico, que depende de la confluencia de muchos factores y protagonistas, de las relaciones que se dan entre ellos y de las capacidades e infraestructura que en conjunto facilitan el proceso (CNIC, 2010, citado en Ramírez-Alujas, 2012:8).

Geoff Mulgan (2007:13) señala que la innovación en el sector público “apela a que las nuevas ideas funcionen en la creación de valor público. Las ideas tienen que ser, por lo menos en parte, nuevas (en lugar de sólo mejoras), tomadas en cuenta (en lugar de ser sólo buenas ideas) y útiles. Esta definición por lo tanto, requiere que las innovaciones deben ser nuevas, estar implementadas y tener un impacto positivo en la creación de valor público”.

⁵ Ver también definición empresa pública referida en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/4/1683/4.pdf>

Por su parte Publin, Koch y Hauknes (2006:12) refieren que “la innovación en el sector público radica en hacer algo diferente y deliberadamente con el fin de lograr ciertos objetivos o bien, cambios deliberados en el repertorio de acciones o comportamientos con un objetivo específico en mente”.

Según CEPREDE (2006) la innovación en el sector público, “debería ser definida en un sentido más amplio, como todo proceso de generación y aplicación de nuevas ideas capaces de mejorar la operatividad de las instituciones y elevar el nivel de vida de una sociedad”.

Numerosos estudios hablan sobre la importancia que tiene la innovación en la empresa pública. Al respecto y con base en lo señalado por Pollit (2008), se advierte que es importante innovar, debido a la necesidad del impulso de una sociedad activa en la que podamos hacer uso de los recursos de una manera efectiva. El mismo autor señala que la innovación en el sector público no es nada nuevo (Christopher Pollitt, 2008 citado en Ramírez-Alujas, 2012:10).

Sobre el particular, Eggers y Singh (2009) y Nambisan (2008), refieren que la innovación gubernamental debería ser abierta o colaborativa, para posibilitar el uso de recursos y la creatividad de redes externas y de la comunidad para amplificar el alcance, velocidad, calidad y adecuación de los esfuerzos por entregar mejores servicios (citados en Ramírez-Alujas, 2012:38).

Con base en lo leído me pregunto ¿de qué manera se puede innovar en una empresa pública como el INAH, en relación a la mejor comprensión del patrimonio arqueológico entre el público infantil? Recuérdese que el INAH investiga, conserva y difunde el patrimonio arqueológico, antropológico, histórico y paleontológico de la nación para el fortalecimiento de la identidad y memoria de la sociedad que lo detenta. En este sentido, el INAH ha desarrollado diversos programas innovadores para la valorización y comprensión del patrimonio cultural, dentro de los cuales podemos mencionar algunos como *Échale un Ojo a tus*

Monumentos de la Coordinación Nacional de Monumentos Históricos⁶ que tiene por objetivos:

- Favorecer el encuentro de la comunidad con las manifestaciones históricas de su localidad.
- Generar estrategias de formación para jóvenes y adultos como principales promotores culturales del patrimonio histórico edificado.
- Fomentar el conocimiento de la Ley Federal de Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas.
- Colaborar y participar en la construcción de la identidad de la joven ciudadanía sobre el patrimonio histórico edificado de la nación.

El programa referido tiene como propósito difundir los valores del patrimonio histórico edificado entre adolescentes y jóvenes para contribuir en la formación de una conciencia histórica-estética que promueva su participación activa. Así mismo cuentan con sesiones escolares para primaria y secundaria; participación en jornadas y ferias culturales; charlas a la comunidad; conferencias académicas; cursos-taller para profesores interesados en aplicar el programa en sus clases. El programa consta de cuatro módulos: 1) Sensibilizaciones sobre Monumentos Históricos y Patrimonio Cultural Mexicano; 2) La ciencia y los monumentos, 3) Los monumentos dentro de las humanidades, y 4) Una nueva manera de ver tus monumentos. También cuenta con materiales y herramientas de apoyo (fichas explicativas, material didáctico, juegos y juguetes patrimoniales). Dicho programa es una clara muestra dentro de esta institución de cómo innovar utilizando tecnología y las redes sociales.

Otro programa implementado por el Instituto es el de *Turismo Cultural INAH*, cuyo objetivo es: fortalecer la identidad nacional, coadyuvando a la

⁶ La información del programa desarrollado y coordinado por la Lic. Claudia Morales Vázquez, se encuentra disponible en: <http://echaleun ojo.wordpress.com/%C2%BFquienes-somos/>

promoción y difusión de nuestro patrimonio cultural por medio del Turismo,⁷ en el que también, como en el ejemplo anterior, se hace uso de las tecnologías de la información para la difusión patrimonial. Ambos programas son un evidente cambio de paradigma en materia de difusión patrimonial, que al mismo tiempo involucra a un público infantil que tradicionalmente no ha sido una prioridad para el Instituto. De ahí la novedad de continuar fortaleciendo esta área, además de que los niños que reciben educación patrimonial generan actitudes y valores que fomentan el aprecio y la conservación del patrimonio cultural.

A continuación se desarrollará el tema de la didáctica lúdica para la educación patrimonial.

2.2 Didáctica lúdica para la educación patrimonial

En la vida cotidiana y en la educación nos damos cuenta de la importancia y utilidad del juego en la vida de los niños, tal como lo citan Sánchez-Romero y Rodríguez:

El juego es una actividad natural en los niños, y a través de ellos se favorece el desarrollo físico, psíquico e intelectual, y es una actividad imprescindible para que el niño crezca feliz. El juego es una actividad que ocupa tiempo, favorece la socialización, la creatividad, perfecciona habilidades, aporta nuevos conocimientos, ayuda a representar y evadir la realidad, además va evolucionando con los niños según cambian sus intereses, y perdura lo largo de toda su vida. (Sánchez-Romero Rodríguez, 2010:1)

El juego, desde una perspectiva educativa, se convierte en una forma relajada y agradable de abordar campos del conocimiento que los niños aun no dominan, y por lo tanto el principal recurso metodológico para los centros de educación infantil. Las actividades lúdicas dan al niño la oportunidad de: practicar,

⁷ Información disponible en: <http://tci.inah.gob.mx/index.php>

elegir, dominar, adquirir nuevos conocimientos, explorar, observar, experimentar, moverse, sentir, y pensar (Sánchez-Romero Rodríguez, 2010:8).

Para Bautista Vallejo (s.f:3) el juego es autoexpresión, descubrimiento del mundo exterior y de sí mismo. En el juego el/la niño(a) expresa su personalidad integral, pero no sólo es una oportunidad de autoexpresión para él, también es una actividad significativa de las posibilidades de descubrimiento, de exploración y experimentación con las sensaciones, con los movimientos, con las relaciones, a través de las cuales el niño descubre y se descubre a sí mismo.

Según Ortega (1990), la riqueza de estrategias que permite desarrollar hace del juego una excelente ocasión de aprendizaje y de comunicación, entendiéndose como aprendizaje un cambio significativo y estable que se realiza a través de la experiencia. Luego entonces, el juego puede considerarse como un mecanismo muy útil de la enseñanza patrimonial.

Cabe señalar que hoy en día, las tecnologías de la información también tienen un uso lúdico y son la plataforma de numerosos juegos; incluso de algunos relacionados con el aprendizaje del patrimonio y la arqueología. Como en el Museo de Arte e Historia de Zarautz, que se alberga dentro del Conjunto arqueológico-monumental de Santa María la Real de Zarautz, España, donde se desarrolló un contexto de aprendizaje virtual en línea que permite la integración significativa de las nuevas tecnologías y en especial del *m-learning* (*mobile-learning* o aprendizaje móvil) en el aprendizaje del patrimonio y arqueología, que complementa las visitas al sitio (Correa Gorospe & Ibáñez Etxeberria, 2005:3). Por supuesto que también hay que destacar los valiosos esfuerzos del INAH en esta materia y como ejemplo claro vemos lo que tiene preparado para los pequeños, una serie de materiales para recrearlos, desde audiocuentos, exposiciones virtuales, también diversos tipos de juegos para aprender sobre historia universal y de nuestro país, para conocer sitios Patrimonio Mundial, zonas arqueológicas y museos que el INAH tiene bajo su resguardo, así como exposiciones, los cuales pueden consultarse desde la página institucional (www.inah.gob.mx).

Hoy en día, parece estar claro que la comprensión de un bien patrimonial, ya sea un monumento, un sitio arqueológico o más claramente todavía en los casos de patrimonio inmaterial, no es posible sin la interpretación del entorno del que forma parte. De la misma manera, la interpretación de los fragmentos de patrimonio contenidos en un museo, tampoco puede ser disociada de su hábitat original (Correa Gorospe & Ibáñez Etxeberria, 2005:5).

En la actualidad, como dice Hernández (1999:83):

[...] tras la quiebra de los criterios de la museología tradicional basada en la presentación discriminada o indiscriminada de objetos sin elementos intermediarios que permitan su interpretación, el museo (tradicional o al aire libre) ha dejado de ser contemplado como un contenedor de materiales expositivos o de fragmentos significativos de una realidad externa. La nueva museografía reivindica la presencia de elementos de intermediación que permitan contextualizar y hacer comprensible el objeto de estudio, a un amplio horizonte de destinatarios.

En suma, en los espacios patrimoniales se debe dar a conocer, comunicar y hacer comprensibles los diferentes objetos de estudio, mediante diferentes medios, inclusive los lúdico-didácticos.

Por su parte Padró (2002) considera que los museos y los sitios patrimoniales son "dinamizadores culturales", que por un lado tratan de preservar el patrimonio a la vez que lo protegen, lo investigan y lo difunden, y por otro, consiguen convertirse en un aspecto muy importante de una estrategia de promoción local, sustentada en la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, cuyos objetivos principales son la preservación de culturas, monumentos (históricos y arqueológicos) y entornos, y el desencadenamiento de efectos sobre el territorio, como puede ser el crecimiento del sector terciario o la creación de empleo (Padró, 2002 citado Correa Gorospe & Ibáñez Etxeberria, 2005:5).

Tanto los museos como el patrimonio son un terreno ideal para la innovación educativa y para la experimentación de otros productos culturales o educativos con oportunidades de éxito y de negocio (Correa Gorospe & Ibáñez Etxeberria,

2005:5-9), particularmente si se utiliza el internet de una manera más amplia y no solo para la reproducción virtual de los museos reales. (Correa Gorospe & Ibáñez Etxeberria, 2005:5-9)

2.3 Estudios de mercado y turismo

En este apartado se resalta de manera general la importancia que tienen los estudios de mercado para identificar la posible demanda de un bien, producto o servicio. De manera particular, para la presente investigación el estudio de mercado es la herramienta utilizada para determinar el tipo de juguetes didácticos que interesarían a los turistas para fomentar el conocimiento de algunos rasgos de la cultura maya y del sitio arqueológico de Tulum.

La finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción –de bienes o servicios- en un cierto periodo (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social -ILPES-, 2006). Cabe advertir que el estudio de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aunque sean ajenas a éste. Entre ellas se pueden mencionar factores tales como el grado de necesidad o la cuantía de la demanda de los bienes o servicios que se quieren producir, las formas en que estas necesidades o demandas se han venido atendiendo; la influencia que en estos aspectos tienen instrumentos tales como los precios o las tarifas (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social -ILPES-, 2006).

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de

clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado (ILPES, 2006).

Diagrama 1.- PRINCIPALES COMPONENTES DE UN ESTUDIO DE MERCADO



Fuente: Diagrama del estudio de mercado,
Instituto Nacional del emprendedor, disponible en

<http://books.google.com.mx/books?id=344NPac94TsC&pg=PA73&dq=definicion++%2B++estudio+de+mercado&hl=es&sa=X&ei=lf0QV OGNBcLlsASum4DwDQ&ved=0CCcQ6wEwAg#v=onepage&q=definicion%20%20%2B%20%20estudio%20de%20mercado&f=false>

El diagrama nos indica los componentes de un estudio de mercado, estos son una herramienta para el análisis hacia una perspectiva más clara del mercado y conocer los elementos preferentes en cuanto a las cuatro P's: el producto, indica las características particulares del bien o servicio que se ofertará a los clientes; el precio, nos indica cuánto estaría el cliente dispuesto a pagar por el bien o servicio; la plaza, nos indica cuáles son los lugares de preferencia para hacer llegar el producto a los demandantes, consumidores o usuarios y la promoción, será la forma en que se dará a conocer el producto, bien o servicio.

Por su parte Rowley señala que un estudio de mercado:

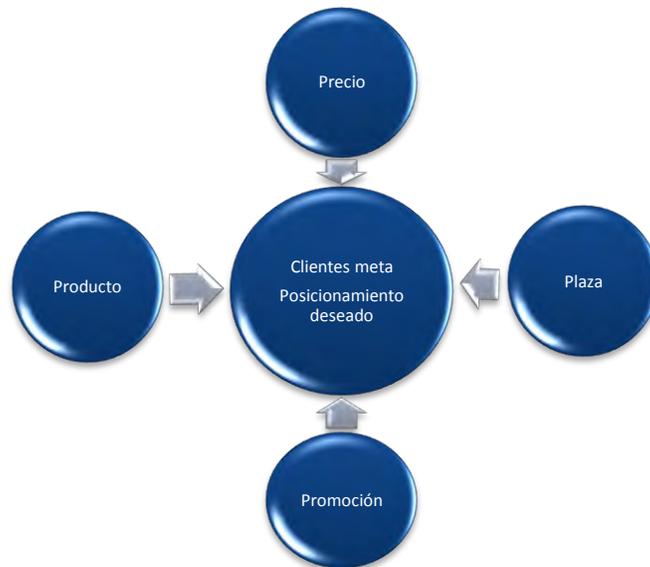
[...] debe responder a las siguientes preguntas fundamentales: ¿Quién(es) son o pueden ser los servicios nuevos pueden ser desarrollados o ya existen?, ¿Dónde deben ser desarrollados o distribuidos? o ¿Dónde están nuestros consumidores o competidores?, ¿Cuándo deben lanzarse los nuevos productos o servicios?,

¿Cómo promocionar, distribuir y competir con nuestros productos o servicios?,
¿Por qué deben los consumidores comprar nuestros productos o servicios, o por
qué desarrollar nuevos productos o servicios? (Citado en Bautista Flores, 2000).

En otras palabras un estudio de esta naturaleza nos dirá qué tipo de producto interesa a un determinado mercado, su precio, la plaza en donde se ofrecerá el producto y el esquema de promoción a utilizar, lo que en el argot de la mercadotecnia se conoce como las cuatro P's.

Según Peñaloza, el elemento Precio es un potente argumento para determinar la compra; además, se constituye en un orientador de la calidad de los bienes y servicios cuando no existen otros aspectos que ayuden al consumidor a valorar tales atributos, por lo que se le considera un componente de importancia en el acto de facilitar los procesos de decisión del comprador (2005:79). En cuanto al Producto, se refiere a todo aquello que satisface una necesidad, un deseo o una demanda, un aspecto interesante del producto es su ciclo de vida, el cual pasa por diferentes etapas, de acuerdo a los distintos niveles de aceptación de los clientes. Por Plaza se entiende los mecanismos de distribución de un determinado producto. Mientras que la Promoción es la fase de comunicación que tiene como meta informar a los mercados, así como aumentar el interés y el deseo por un determinado producto (Bautista, 2000:110).

Diagrama 2. Las cuatro P's de la Mercadotecnia



Fuente: (Armstrong & Kotler, 2013:53). Elaboración propia.)

Es importante acotar que este conjunto de variables, las cuatro P's, resulta válido no solamente para las empresas dedicadas a los negocios lucrativos, sino también para las organizaciones sin fines de lucro, como la Iglesia, aquellas al servicio del Estado y las no gubernamentales (Peñaloza, 2005:74).

Según Arroyo y Giuliani, "dado que el *marketing* debe procurar atender su mercado meta con mayor eficiencia, el *cibermarketing* o *marketing* electrónico facilita la segmentación a través de bases de datos donde son contactados los clientes más dispuestos a comprar" (2008:50). Refieren que "las empresas que utilicen la presencia en línea para desarrollar una ventaja competitiva, no necesariamente tienen que vender por Internet, sino que pueden contar con una plataforma electrónica para conseguir informaciones en tiempo real, dirigir electrónicamente los pedidos y certificarse de que sean atendidos y facturados" (Cavazos Arroyo & Carlos Giuliani, 2008).

A continuación referiré cómo se conformó la muestra utilizada sobre la cual se aplicó la encuesta para determinar las cuatro P's de los juguetes patrimoniales, motivo de la presente investigación; además describiré el contenido de la encuesta y los resultados del estudio.

Capítulo 3. Estudio de mercado: Juguetes innovadores para el conocimiento del Sitio Arqueológico de Tulum

3.1. Metodología: la muestra y la encuesta

Para la presente investigación se realizó un estudio de mercado como mecanismo para responder a las preguntas de investigación. Para ello se aplicó una encuesta entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013, una semana en cada periodo vacacional, a 608 turistas que visitaron el sitio arqueológico de Tulum. El instrumento de investigación se aplicó en cuatro idiomas español, inglés, francés y alemán. La conformación de la muestra fue de tipo no probabilístico, en este tipo de muestreo las unidades muestrales no se seleccionan al azar, sino que son elegidas por el responsable de realizar el muestreo (Grande & Abascal, 2005).

La encuesta se aplicó en el sitio arqueológico y su contenido se definió de acuerdo a la mezcla de mercadotecnia o 4ps: producto, plaza, precio y promoción (Kotler,2009). Consta de 13 preguntas, abiertas y cerradas, para saber si existe un mercado de juguetes didácticos innovadores que contribuyan al conocimiento del Patrimonio Arqueológico de Tulum; así mismo interpretar los gustos, preferencias y necesidades de los consumidores potenciales. Las preguntas responden a temas de nacionalidad de los visitantes del sitio Arqueológico, preferencias de edad de los niños quienes se les compraría un juguete didáctico, materiales con los que se pudiese elaborar los juguetes, tipo de información del contenido del juguete, punto de venta preferido, tipo de juguete e interés por recibir información periódica sobre éstos. -Ver la encuesta en anexo-.

Cabe señalar que antes de aplicar el cuestionario se realizó una prueba a 20 para identificar posibles preguntas confusas, o sugerencias de mejora del instrumento.

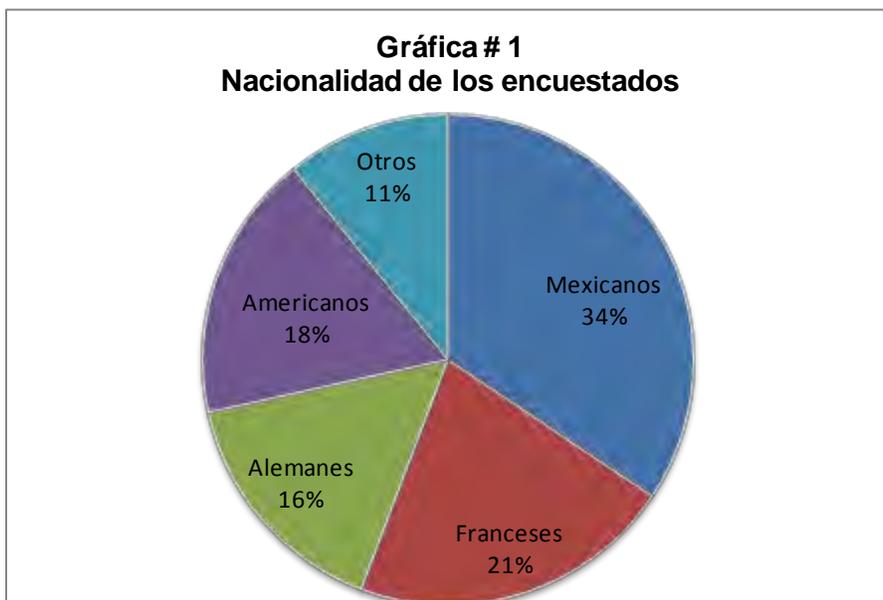
Particularmente los guías oficiales que hacen los recorridos en francés y alemán, se mostraron muy interesados por el proyecto y permitieron acercarse a sus grupos de visitantes para solicitar su colaboración. La mayoría de los turistas participaron de manera voluntaria y con mucho entusiasmo en la encuesta. A continuación se presentan los resultados obtenidos.

3.2 Los resultados

Los hallazgos de la investigación se presentan de la siguiente manera: primero refiero el perfil socio-demográfico de los encuestados; y posteriormente se describen las características deseadas en los juguetes.

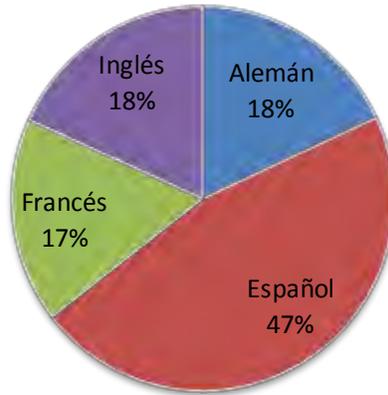
a) Perfil socio-demográfico

En primer lugar, referiré la **nacionalidad** de los encuestados -ver gráfica 1-, sobresalen los mexicanos en un 34%; seguido por franceses con un 21%, americanos con un 18% y personas provenientes de Alemania con un 16%. La gráfica número 2 nos muestra los idiomas de los encuestados. Cabe señalar que la opción otros incluye a los entrevistados que representan un porcentaje pequeño dentro de la muestra - menor a 1%-, como los españoles, argentinos, por mencionar algunos.



Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum.

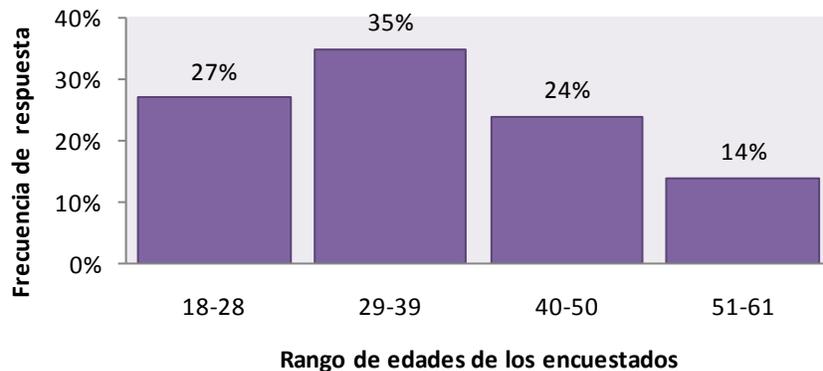
Gráfica # 2
Idiomas de los encuestados



Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum.

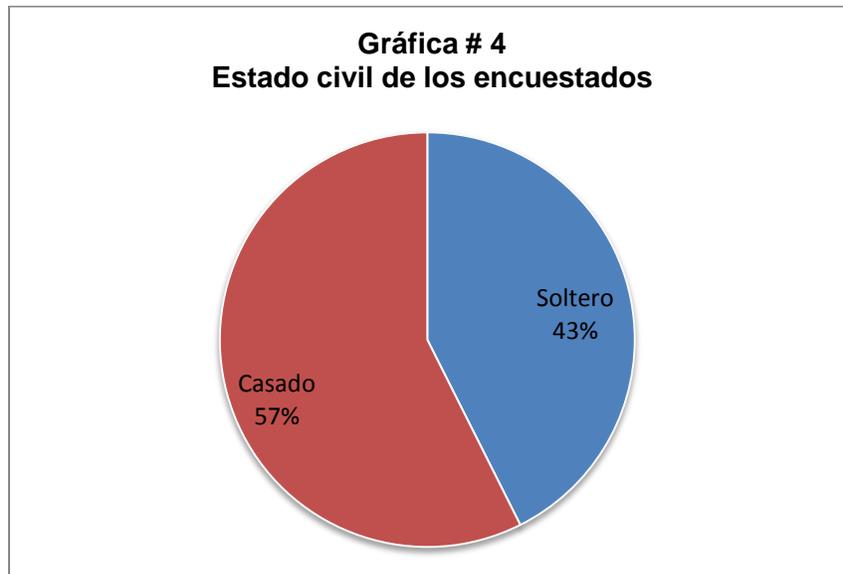
En relación a la **edad**, la gráfica # 3 muestra que un 35% de los encuestados tienen entre 29 y 39 años.

Gráfica # 3
Edades de los encuestados



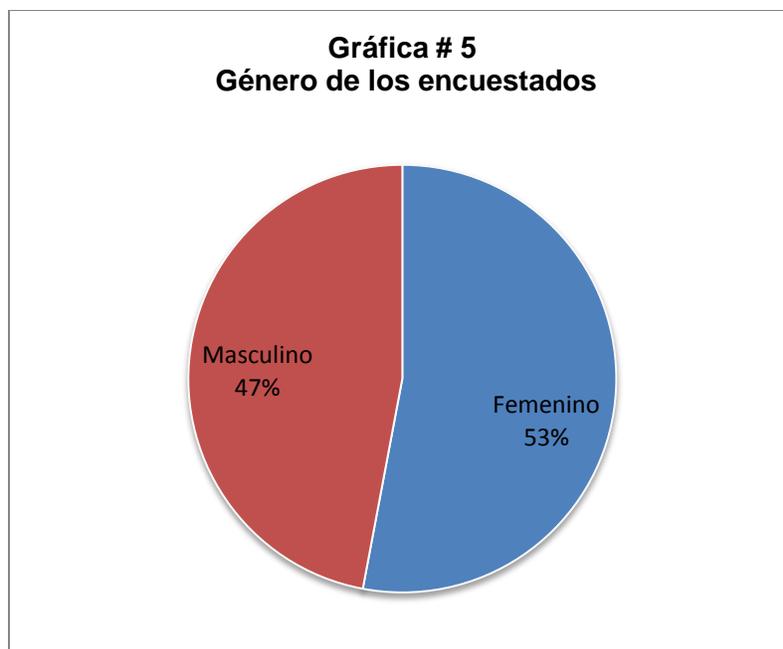
Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum.

Con respecto al **Estado civil**, la gráfica # 4 muestra que de las 608 personas entrevistadas, 259 eran solteros es decir un 43%, y 349 casados que nos da 57%. Hay un mayor número de personas casadas que visitan el sitio arqueológico, las cuales o ya tienen hijos o es posible que eventualmente los tengan, por lo tanto pudiese ser que se interesen en la compra de juguetes didácticos.



Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum.

En relación al **género** un 53% son mujeres y el restante 47% hombres, como se refiere en la gráfica número 5.



Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum.

Al cruzar la variable género y estado civil, como se advierte en la Tabla 5, se tienen proporciones similares en el número de mujeres y hombres casados o solteros.

Tabla # 5					
Análisis de estado civil y género					
	Estado civil		TOTAL	Porcentajes Casado/a Soltero/a	
	Casado	Soltero			
Femenino	208	114	322	65%	35%
Masculino	179	107	286	63%	37%
Total	387	221	608		

Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum.

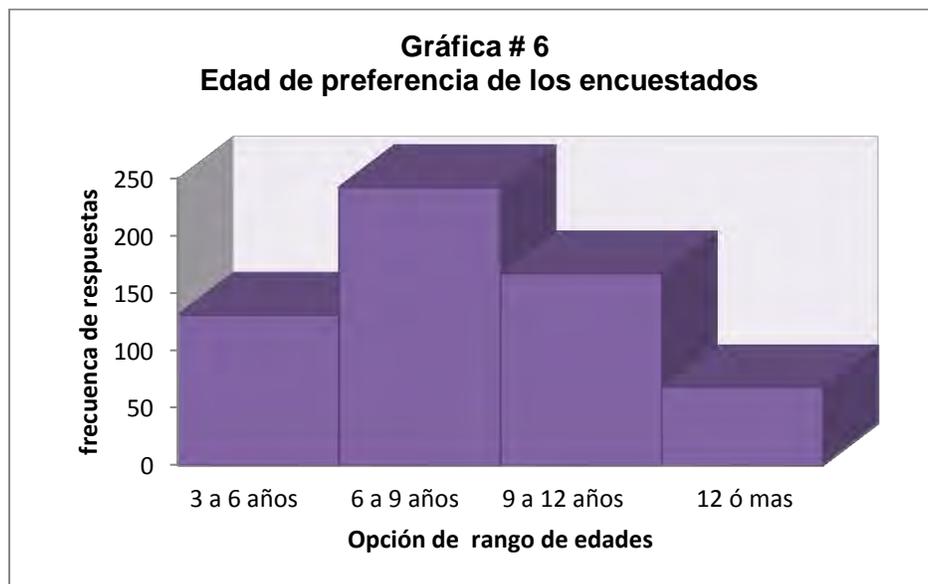
Los resultados nos muestran que los mexicanos son los que más visitan el sitio arqueológico, así mismo resalta que el 35% de los encuestados tienen ~~están~~ entre 29 y 39 años, lo que hace pensar que probablemente tengan hijos, en su mayoría son personas casadas quienes visitan este lugar, principalmente mujeres.

b) Producto

Al preguntar a los encuestados **si estaría interesado en adquirir juguetes didácticos, para que los niños aprendan sobre la Zona Arqueológica de Tulum**, el 100% dijo que sí. Esta pregunta nos da una visión muy interesante, con la cual nos damos cuenta que es una muy buena oportunidad de negocio para el INAH o para algún emprendedor, elaborar juguetes didácticos relacionados con la zona arqueológica de Tulum, por lo cual vemos que existe una aceptación completa hacia este tipo de productos.

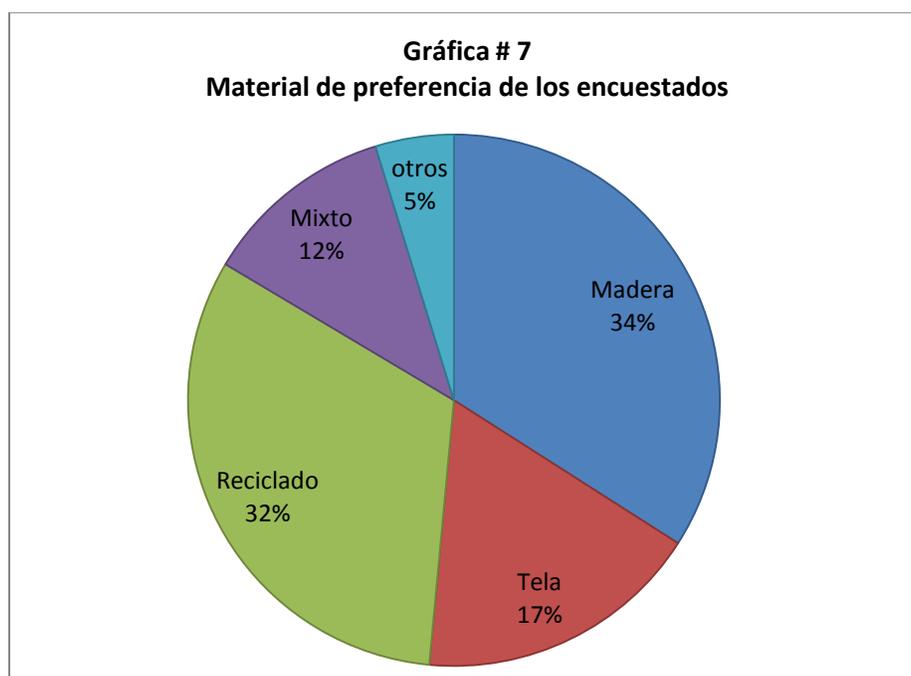
En relación al **rango de edad al que irían dirigido los juguetes didácticos**, de un total de 608 personas, el 40%, es decir, 242 encuestados, opinaron que les gustaría comprar juguetes para niños que tienen entre 6 y 9 años, seguido por el rango de 9 a 12 años con un 27%.

Se puede decir que hay un interés total de parte de los visitantes de Tulum, así como la aceptación de un producto con esas características, que nos proporcione esa conexión con el sitio a través de estos juguetes.



Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum

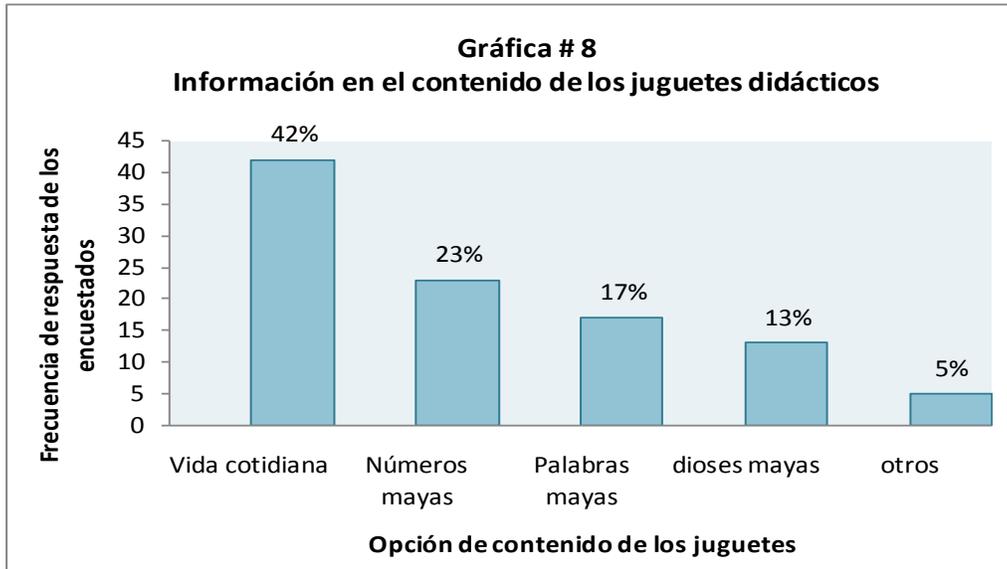
Respecto del **tipo de materiales que les gustaría fueran elaborados los juguetes didácticos**, la mayoría de los encuestados prefirió la madera dentro de las cinco opciones presentadas, lo que representa un 34%, es decir, 207 personas; en el estado de Quintana Roo tenemos poblaciones mayas madereras, por ejemplo Noh Bec, las cuales se podrían beneficiar si se convierten en los proveedores de este tipo de material; le sigue el material reciclado con 195 respuestas a favor dando esto un 32%, es muy importante la conciencia ecológica sobre todo en estos destinos para la mejor conservación de nuestro hábitat natural; 106 personas señalaron tela lo que equivale al 17%; 12% prefirieron materiales mixtos (madera, tela, reciclado), lo que equivale a 71 respuestas, y por último 5% señaló otro material sin especificarlo, es decir, 29 encuestados.



Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum

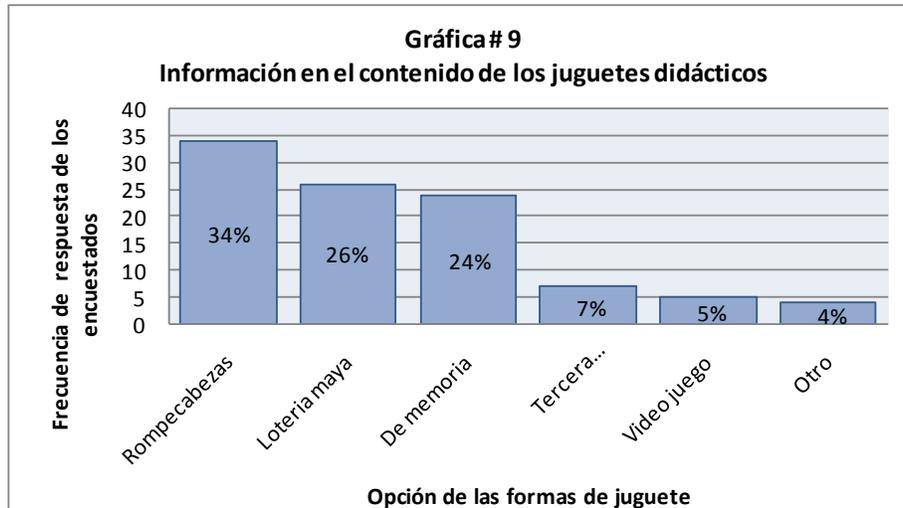
Sobre el **contenido de la información de los juguetes didácticos**, en la -
- grafica 8- sobresale el hecho de que del total de las 608 personas encuestadas, 256 se inclinaron por información de la vida cotidiana esto es un 42%; esto nos da una idea de que los turistas les parece muy interesante el acontecer diario de los antiguos mayas, mientras que un 23%, es decir, 138 visitantes, prefirieron los

números mayas; un 17% (106 encuestados) palabras mayas; el 13% prefirió a los dioses mayas (80) y el restante 5% otros (28).



Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum

Al preguntárseles sobre el **tipo de juguete preferido**, predomina entre los encuestados el rompecabezas con un 34%, es decir, 208 personas, los visitantes prefieren el juguete tradicional en contraste con los juguetes modernos como nos muestra la gráfica 9; 161 encuestados prefieren la lotería maya, lo que equivale al 27%; un 24% se inclinó por juegos de memoria, es decir 147 personas; 7% refirió juegos en tercera dimensión (45 personas); y por último video juegos y otros con un 5% (31 personas) y un 3% (16 personas) respectivamente.



Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum

Podemos concluir que los juguetes didácticos que estimulen el aprendizaje de los niños tienen muy buena oportunidad de negocio en este mercado, lo que se podría traducir a una excelente oportunidad de negocio dada la poca competencia en el tema. Se evidencia congruencia para crear una empresa que oferte producción de este tipo de juguetes didácticos.

c) Precio

Con la intención de conocer el precio más aceptado para este tipo de juguetes se preguntó a los entrevistados **¿cuánto estaría dispuesto a pagar en dólares por un juguete didáctico?** El 36% de los encuestados prefirió entre \$16 y \$20 dólares; seguido de un 29% que considera que estaría dispuesto a pagar entre \$11 y 15 dólares; mientras que un 22% eligió la opción de entre \$16 a \$20 dólares, y por último un 13 % refirió que menos de \$5 dólares.

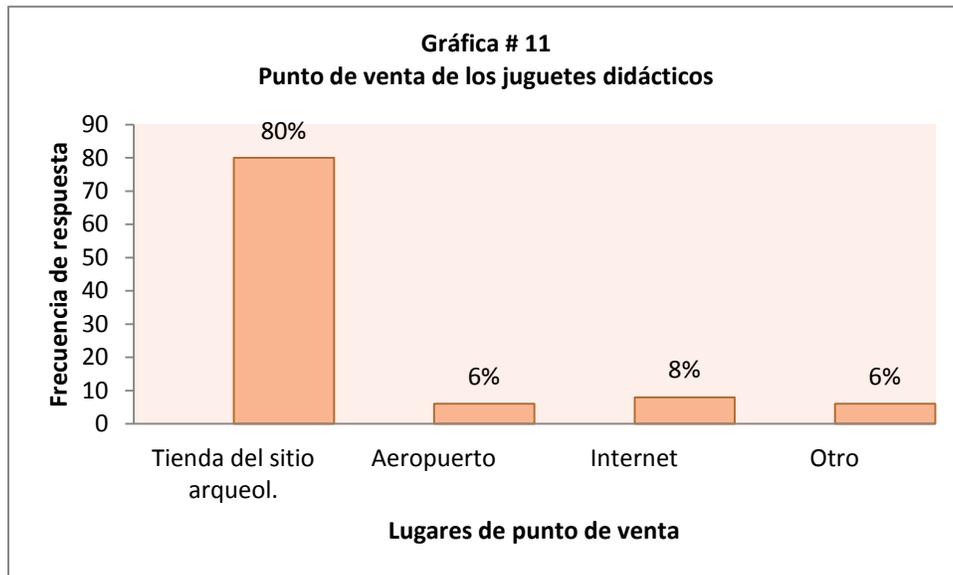


Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum.

Al realizar esta pregunta a los encuestados se encuentra que la mayoría de ellos, representada en un 36% considera estar dispuesto a pagar por el juguete de \$16 a \$20 dólares.

d) Plaza

Con la finalidad de conocer la distribución para la compra de los juguetes didácticos se consultó a los encuestados sobre **dónde les gustaría que estuvieran a la venta**. La gráfica 11 muestra que el punto de venta preferido es el sitio arqueológico, ya que de un total de 608 encuestados 490 respondieron a favor de esta opción, es decir un 81%; seguido de 37 respuestas, equivalentes al 7%, que prefirieron comprar el juguete en línea, por último un 6% prefirió el aeropuerto. Sin duda, el hecho de que el punto preferido sea la tienda en el sitio arqueológico de Tulum nos lleva a establecer que, por un lado, existe una excelente oportunidad de negocio para el INAH, y por el otro se difunde la cultura maya a través de estos productos.

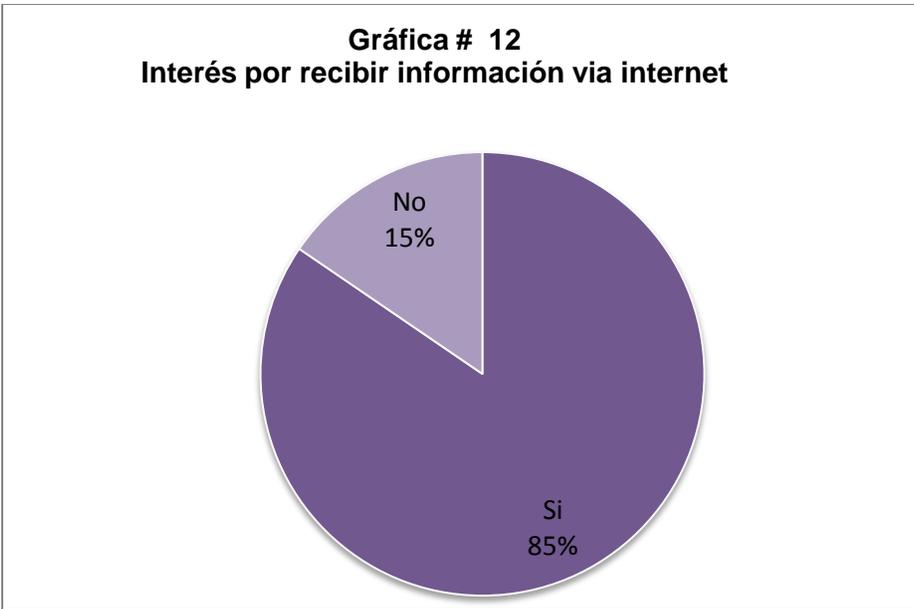


Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum

Con base en estos resultados se reafirma la importancia de contar con tiendas dedicadas a la venta de juguetes didácticos que brinden mayor aprendizaje de la cultura maya, mismas que preferentemente estén a la entrada del sitio.

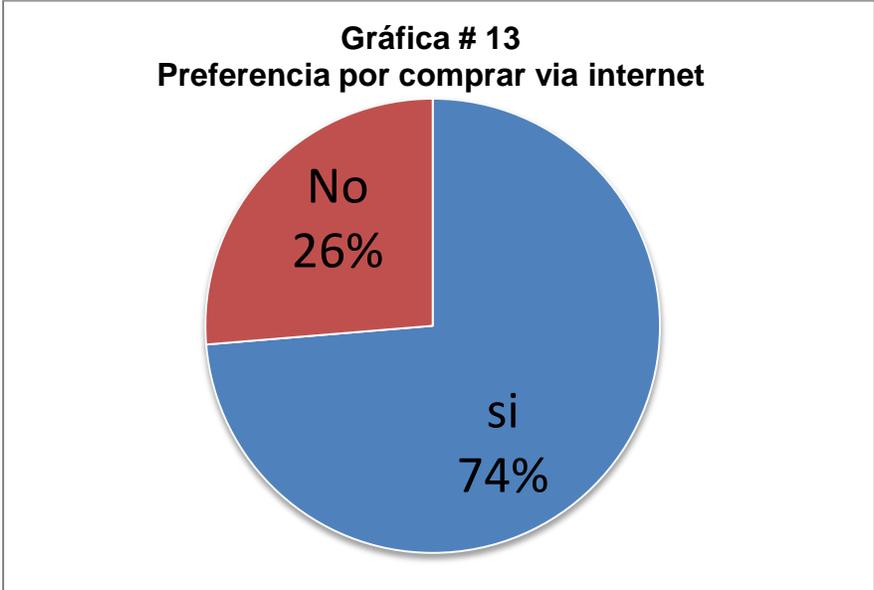
e) Promoción

En el gráfico 12, se puede determinar que a la mayoría de los encuestados les gustaría comprar en línea. De nuestro universo de 608 personas 448 respondieron positivamente, esto es un 74% y el resto 160 un 26% de los encuestados asegura que no está interesado en comprar por internet.



Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum

Para determinar el tipo de promoción y para dar a conocer nuestra oferta de productos se les preguntó a los encuestados si **les gustaría recibir información vía internet sobre los juguetes didácticos**, un 85% dijo que sí está interesado en recibir información como se muestra en la gráfica 13.



Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum

Tabla # 6							
Matris cruzada de posibilidades y probabilidades de compra y promoción por internet							
MATRIZ DE POSIBILIDADES				MATRIZ DE PROBABILIDADES			
Compras	Promoción		TOTAL	Compras	Promoción		TOTAL
	SI	NO			SI	NO	
SI	389	85	474	SI	64%	14%	78%
NO	91	43	134	NO	15%	7%	22%
TOTAL	480	128	608	TOTAL	79%	21%	100%

Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum.

Como se puede observar en la tabla # 6 se muestran las matrices cruzadas de posibilidades y de probabilidades de los eventos “REALIZAR COMPRAS” y “RECIBIR PROMOCIONES” por la vía del Internet.

Tabla # 7					
Análisis compra y promoción por internet					
COMPRA por Internet	PROMOCIÓN por Internet		TOTAL	Si	No
	SI	No			
Si	389	85	474	82%	18%
No	91	43	134	68%	32%
Total	480	128	608		

Fuente: Elaboración propia con base en las 608 encuestas aplicadas entre diciembre de 2012 y diciembre de 2013 en el sitio arqueológico de Tulum

De esta manera se observa que de un total de 608 personas entrevistadas 474 prefieren comprar por internet, lo que representa el 78%; de los cuales, 389 también se interesan por recibir la promoción de los productos por Internet, lo que representa el 64%, y 85 prefieren solo comprar y no recibir promociones por esta vía lo que representa el 14%.

Así pues en el segundo renglón se observa que, del total de la muestra, 134 entrevistados señalaron que no comprarán por internet, lo que representa el 22%.

Se aprecia además que 480 personas desean recibir promociones de los productos por Internet, de los cuales 91 personas prefieren solo recibir las promociones y no comprar, lo que constituye el 15% de la muestra, y 43 personas, que representan el 7% de 608, no desean ni comprar, ni recibir promociones por Internet.

En síntesis podemos ver que la mayoría de visitantes al sitio arqueológico de Tulum en las fechas en que se realizó el estudio de mercado tuvimos (34%) de turistas mexicanos, seguido de los franceses en un 21%, así como un 18% de turistas provenientes de Estados Unidos y finalmente alemanes en un 16%. Las edades de mayor incidencia entre los entrevistados son de 29 a 39 años con un 35%. Cabe recalcar que la aceptación para responder las encuestas fue de un 100% evidenciando un genuino interés hacia el proyecto. En cuanto a la edad preferida el 40% manifestó un rango de edad entre 6 a 9 años; en lo que se refiere a los materiales del juguete, tenemos un 34% de encuestados que prefirió madera y un 32% que escogió material reciclado. Por lo que respecta a los contenidos, las personas encuestadas respondieron con un 42% de preferencia hacia temas de la vida cotidiana, un 23% los números mayas, y un 17% palabras mayas. En lo que al precio se refiere, los encuestados respondieron en un 36% que prefieren el rango de \$16 a \$20 dólares. Por lo que se refiere al punto de venta, el 81% coincidió en la preferencia de la tienda del sitio arqueológico. En cuanto al interés hacia la compra de los juguetes didácticos en línea, el 74% dio

una respuesta clara y muy positiva para este punto; y por último vemos con una aceptación del 85% la disposición de recibir información por internet de los juguetes didácticos.

Conclusiones:

El juguete didáctico preferido es un rompecabezas para niños de entre 6 y 9 años, que tenga como tema escenas de la vida cotidiana de los antiguos mayas, con un precio entre 16 y 20 dólares que se venda en el sitio arqueológico.

En relación a la hipótesis planteada al inicio de la investigación que refería que los juguetes didácticos para la difusión del patrimonio arqueológico entre los niños son un área de negocios no explorada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia y de gran interés para los visitantes de estos sitios, una vez concluido el trabajo puedo señalar que esta se comprueba o se acepta, pues el 100% de los visitantes encuestados dijo estar interesado en este tipo de productos, lo que habla de un mercado potencial importante que demandaría juguetes innovadores para el conocimiento patrimonial de los sitios arqueológicos de nuestro país.

Una línea de productos como los descritos, por un lado permitiría obtener mayores ingresos que contribuirían a la salvaguarda del patrimonio -conservación, investigación, difusión-, y por el otro, ayudarían a difundir entre los niños el interés por la cultura maya.

Cabe señalar que en mi trabajo como custodia especializada de zona arqueológica, veo las necesidades y demandas de los visitantes en cuanto a información se refiere, lo que me motivó a realizar una investigación como esta. Me queda claro que primero como custodia y ahora como futura Ingeniera Empresarial, la innovación en un empresa pública, como el INAH, dedicada en este caso a la salvaguarda del patrimonio cultural de nuestro país, es fundamental para acercarse a nuevos públicos, obtener nuevas fuentes de ingresos, y sobre

todo dejar huella en las nuevas generaciones sobre la importancia de la antigua cultura maya que asombra y enorgullece a los mexicanos y a los extranjeros.

Referencias:

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. México D. F.: Pearson.

Bautista Flores, E.(2000). La mercadotecnia de la información en las bibliotecas universitarias. *Biblioteca Universitaria*.

Bautista-Vallejo, José Manuel, (s.f.). El juego didáctico como estrategia de atención a la diversidad. Universidad de Huelva.

Barba Meinecke María Elena, (s.f.), "Informe de trabajo #277 QROO", disponible en: [https://www.google.com.mx/?gws_rd=cr&ei=jEXcUvSLKo6gkQenyYDwCA#q=\(Informe+de+trabajo+de+la+ArqIga.+Mar%C3%ADa+Elena+Barba+Meinecke%2C+,+consultado+el:+14+de+mayo+de+2014](https://www.google.com.mx/?gws_rd=cr&ei=jEXcUvSLKo6gkQenyYDwCA#q=(Informe+de+trabajo+de+la+ArqIga.+Mar%C3%ADa+Elena+Barba+Meinecke%2C+,+consultado+el:+14+de+mayo+de+2014)

Barómetro Turístico Riviera Maya (2012), disponible en: http://www.acticonsultores.com/acti_indicadores.html, consultado el: 14 de mayo 2014

Bello, M. J., de la Lanza Espino, G., Y Pérez de la Fuente, G. 2006. Revista de medio ambiente, Turismo y sustentabilidad. *Conocimiento y cultura para el desarrollo humano*, 160.

Cavazos Arroyo, J., & Carlos Giuliani, A. (2008). El concepto de marketing bajo el paradigma relacional. *Invenio*, 41-52.

CONACULTA-INAH (s.f.) Ley Federal Sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, México, disponible en: http://www.inah.gob.mx/Transparencia/Archivos/207_regla_ley_fed_mntos_zon_arq.pdf, consultada él : 14 de mayo 2014.

CONACULTA-INAH, *La zona arqueológica de Tulum*. Disponible en <http://www.inah.gob.mx/component/content/article/265-red-zonas-arqueologicas/5491-zona-arqueologica-de-tulum>, consultada el 16 de junio de 2014.

Correa Gorospe, J. M., & Ibáñez Etxeberria, A. (2005). MUSEOS, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EDUCATIVA:. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 14.

Definición de *empresa pública*. Disponible en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/4/1683/4.pdf>, consultado el 06 de septiembre de 2014.

Diagrama estudio de mercado, Instituto Nacional del emprendedor. Disponible en <http://books.google.com.mx/books?id=344NPac94TsC&pg=PA73&dq=definicion+%2B++estudio+de+mercado&hl=es&sa=X&ei=lf0QVOGNBcLIsASum4DwDQ&ved=0CCcQ6wEwAg#v=onepage&q=definicion%20%20%2B%20%20estudio%20de%20mercado&f=false>

Échale un Ojo a tus Monumentos de la Coordinación Nacional de Monumentos Históricos. Disponible en: <http://echaleun ojo.wordpress.com/%C2%BFquienes-somos/>, consultado 14 septiembre de 2014.

Entrevistas propia, Tulum, 2014. Al Señor Juan Pablo Hidalgo, responsable de la tienda CONACULTA de la zona arqueológica de Tulum.

Entrevista propia, Tulum, 2014. Al Señor Armando Kinil, guía del Sitio arqueológico de Tulum.

Entrevista propia, Arqueóloga María José Con Uribe de la zona norte del CINTAH Quintana Roo.

ILPES, Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. Disponible en: <http://books.google.com.mx/books?id=344NPac94TsC&pg=PA73&dq=definicion+%2B++estudio+de+mercado&hl=es&sa=X&ei=lf0QVOGNBcLIsASum4DwDQ&ved=0CCcQ6wEwAg#v=onepage&q=definicion%20%20%2B%20%20estudio%20de%20mercado&f=false>, consultado en 14 septiembre de 2014.

INAH página oficial. Disponible en: www.inah.gob.mx, consultado el 14 de septiembre de 2014.

Informe de trabajo de la Arqlga. María Elena Barba Meinecke, Folio 277 QROO. Disponible en <http://consejoarqueologia.inah.gob.mx/wp-content/uploads/quintanaroo.pdf>, consultado el 14 de mayo de 2014.

Ley Federal de Monumentos y Zonas Arqueológicas. Disponible en: http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/mexico/mexique_ley_federal%20_monumentos_1972_esp_orof.pdf, consultado el 11 de julio del 2014.

Mapa del mirador de la zona arqueológica de Tulum. Disponible en: http://www.travelbymexico.com/blog/imgBase/2008/06/IMG_21461.jpg, consultado el 18 de agosto 2014.

Mapa de la muralla del sitio arqueológico de Tulum. Disponible en: <http://blog.mexicodestinos.com/wp-content/uploads/2012/07/mapa-de-tulum-e134126379980.jpg>, consultado el 12 de agosto 2014.

Mapa Riviera Maya. Disponible en <http://blog.mexicodestinos.com/2013/04/ques-la-riviera-maya/>, consultado el: 14 julio 2014

Mapa con los sitios arqueológicos de Quintana Roo: Disponible en <http://representaciondf.qroo.gob.mx/portal/ZonasArqueologicas.php>, consultado el 22 de julio 2014.

Mapa ubicación de Tulum. Disponible en:
<http://www.funsumexico.com/riviera-maya-maps.php>

Máscara de un dios del sol en Kohunlich. Disponible en:
http://en.wikipedia.org/wiki/Kohunlich#mediaviewer/File:Kohunlich_Mask.JPG, consultado el 22 de agosto del 2014.

Muestreo no probabilístico: Grande, I., & Abascal, E. (2005). Análisis de encuestas. Madrid: ESIC.

Peñaloza, P. (2005). El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente. Actualidad Contable Faces , 71-81.

Portal Riviera Maya (s.f.), disponible en <http://rivieramaya.caribemexicano.com/historia/> consultado el: 14 de junio de 2014.

Ramírez-Alujas, Á. V. (2012). Innovación en las organizaciones y servicios. Revista Chilena de Administración Pública, 50.

RED DE ZONAS ARQUEOLÓGICAS. Disponible en:
<http://www.inah.gob.mx/zonas-arqueologicas>, consultados el junio de 2014.

Redacción Aristegui Noticias, febrero 7. Disponible en:
<http://aristeginoticias.com/0702/kiosko/cifra-record-de-visitantes-en-museos-y-zonas-arqueologicas-inah/>, Consultado el: 16 de mayo del 2014.

Sánchez-Romero Rodríguez, Ma. Rosario (2010). Innovación y experiencias educativas. C/Recogidas N° 45-6° A 18005 Granada.

Secretaría de Turismo, 2012. Disponible:
<http://sedetur.qroo.gob.mx/index.php/estadisticas/indicadores-turisticos>, consultado el: 16 de mayo 2014.

SECTUR, Sitio oficial,. Disponible en:
http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud, consultado el: 12 de octubre del 2013.

SECTUR, Sitio Oficial,. Disponible en:
http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud, consultado el 16 de junio de 2014.

SECTUR-CESTUR (2002), "Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural", disponible en http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud, consultado el

SEDETUR (s.f.), "Indicadores turísticos 2008, 2009, 2010, 2011, 2012". Disponible en: http://www.inah.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=5491, consultados el: 12 de junio del 2013.

SEDETUR, 2012, Tianguis Turístico,. Disponible en: <http://www.tianguisturisticomexico.com.mx/es/informacion-general>, consultado el: 13 de abril de 2013.

Tianguis Turístico de México (2014), Sitio oficial. Disponible en <http://www.tianguisturisticomexico.com.mx/es/informacion-general>.

Turismo Cultural INAH. Disponible en: <http://tci.inah.gob.mx/index.php>, consultado el 12 de septiembre de 2014.

UNESCO, (1982), Guía metodológica de turismo cultural, UNESCO. Disponible en: <http://www.portalpatrimonio.cl/media/docs/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf> consultada el 12 de octubre de 2013.

Unidad del vocero 28 abril de 2013, sitio oficial. Disponible en: http://vocero.qroo.gob.mx/uv/index.php?option=com_content&view=article&id=11836:la-cultura-un-valor-agregado-para-los-destinos-turisticos-de-quintana-roo-dice-el-gobernador&catid=63:gobernador&Itemid=122, consultado 13 de mayo del 2014.

Anexo

Anexo 1: ENCUESTAS EN ESPAÑOL, INGLÉS FRANCÉS Y ALEMÁN

Encuesta Español.

Encuesta

Instrucciones: Estamos realizando un estudio de mercado, para detectar la posible demanda de una línea de juguetes didácticos que ayuden a los niños a conocer mejor la Zona Arqueológica de Tulum. Por favor, tómese unos minutos para contestar las siguientes preguntas. Su opinión es muy importante para nosotros. El tiempo total para completar la encuesta es de 2 -3 minutos.

Fecha _____

1.- Nacionalidad	2.-Edad
3.- Estado civil:	4.-Sexo F M
5.- ¿Estaría interesado en adquirir juguetes didácticos, para que los niños aprendan sobre las Zona Arqueológica de Tulum? a) Si b) No	
6.- ¿Para qué rango de edad preferiría comprar un juguete (s) didáctico (s)? a) De 3 a 6 años b) De 6 a 9 años c) De 9 a 12 años d) más de 12 años	
7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en dólares por un juguete didáctico? a) menos de \$5 b) \$6 a \$10 c) \$11 a \$15 d) \$16 a \$20	
8.- ¿De qué tipo de material le gustaría que fueran elaborados los juguetes didácticos? a) Madera b) Tela c) De Materiales reciclados d) Mixto e) Otros _____	
9.- ¿Qué tipo de información preferiría que tuviera el juguete didáctico? a) Vida cotidiana de los antiguos Mayas b) Números Mayas c) Palabras Mayas d) Dioses Mayas e) Otros _____	
10.- ¿Dónde le gustaría que estén a la venta? a) Tienda del sitio de la Zona Arqueológica b) Aeropuerto c) Internet d) Otro: _____	
11.- ¿Dentro de estos tipos de juguetes didácticos ¿Cual prefiere? a) Rompecabezas b) Juego de memoria c) Lotería Maya d) Videojuego e) Cuento en tercera dimensión f) Otro: _____	
12.- ¿Compraría por internet juguetes didácticos de las zonas arqueológicas? a) Si b) No	
13.- ¿Le gustaría recibir información vía internet sobre los juguetes didácticos? a) Si b) No	

Observaciones:

Muchas gracias por su tiempo

Encuesta en Francés

Nous réalisons une étude de marché pour vérifier la possible demande d'une ligne de jouets éducatifs qui aideraient les enfants à mieux connaître la zone archéologique de Tulum.

Date _____

1.- Nationalité	2.-Age
3.- Etat civil	4.-Sexe
5.- Seriez-vous intéressé par l'achat de jouets éducatifs pour que vos enfants apprennent et comprennent les sites archéologiques de Xcaret et Tulum ? a) Oui b) Non	
6.- A quelle tranche d'âge destineriez-vous votre achat de jouets éducatifs ? a) De 3 a 6 ans b) De 6 a 9 ans c) De 9 a 12 ans d) plus de 12 ans	
7.- ¿Combien seriez-vous prêt à payer en dollars pour acheter un jouet éducatif? a) moins de \$5 b) \$6 a \$ 10 c) \$11 a \$15 d) \$16 a \$20 e) Plus de \$20	
8.- ¿De quelle matière préféreriez-vous l'élaboration de ces jouets? a) Bois b) Tissu c) Matières recyclées d) Autre _____	
9.- ¿Quelle information souhaiteriez-vous que le jouet délivre? a) La Vie quotidienne des Mayas b) Les chiffres Mayas c) Les mots Mayas d) Les Dieux Mayas e) Autre _____	
10.- ¿Ou aimeriez-vous les voir à la vente? a) Magasin du site archéologique b) Aéroport c) Internet d) Autre _____	
11.- Parmi ces jeux, lesquels préférez-vous? a) Puzzles b) Jeux de mémorisation c) Loterie Maya d) Jeux vidéos e) Contes en trois dimensions f) Autre _____	
12.- Achèteriez-vous ce type de jouets sur internet? a) Oui b) Non	
13.- ¿Aimeriez-vous recevoir des informations via internet sur les jouets de l'INAH? a) Oui b) Non	
Observations _____	

