

La Gastronomía como Factor de Impulso en Santiago de Anaya, Hidalgo

Gastronomy as a Factor of Economic Impulse in Santiago de Anaya, Hidalgo

Martin Saúl Olivera Cruz^a, Cristina Flores Amador^b, Ernesto Bolaños Rodríguez^c

Abstract:

The purpose of this research is to analyze the impacts generated by the Gastronomic Festival of Santiago de Anaya in the State of Hidalgo with respect to local economic development, as well as the perception of visitors on the importance of this annual celebration based on their culinary experience and their contact with the local people of this annual celebration based on their culinary experience and their contact with the natural and cultural tourist sites in the area, to consider the areas of opportunity that could be viable for improvement, seeking to favour the satisfaction of the tourist affluence and the socioeconomic impact of the population. The methodology used is based on a quantitative approach, with a documentary quantitative approach, with exploratory and explanatory documentary support, by means of a non-experimental design, with simple random probabilistic sampling, using the survey and observation as instruments for data collection, oriented from a transversal and deductive approach. A simple random sampling was applied, with a sample of one hundred people. The main conclusions obtained indicate that the local actors have increased their participation and active contribution to implement changes and adjustments in this event that every year they are committed to improve; likewise, the economic benefit and positioning of the place as a tourist destination has been consolidated in a growing way; on the other hand, tourists highlight that it is an event that covers their expectations and satisfies their experience.

Keywords:

Gastronomic tourism, local development, economic impulse.

Resumen:

La presente investigación tiene como propósito analizar los impactos que genera la muestra Gastronómica de Santiago de Anaya en el Estado de Hidalgo respecto al desarrollo económico local, así como la percepción de los visitantes sobre la importancia de esta celebración anual a partir de su experiencia culinaria y su contacto con los sitios turísticos naturales y culturales de la zona, para considerar las áreas de oportunidad que puedan ser viables por mejorar, procurando favorecer la satisfacción de la afluencia turística y el impacto socioeconómico de la población. La metodología empleada es a partir de un enfoque cuantitativo, con sustento documental exploratorio y explicativo, por medio de un diseño no experimental, con muestreo probabilístico aleatorio simple, empleando la encuesta y observación como instrumentos de recogida de datos, orientado desde un abordaje de tipo transversal y deductivo. Se aplico un muestreo aleatorio simple, con una muestra de cien personas. Las principales conclusiones obtenidas señalan que los actores locales han aumentado su participación y contribución activa para implementar cambios y adecuaciones en este evento que cada año se comprometen a perfeccionar, igualmente la derrama económica y posicionamiento del lugar como destino turístico se ha consolidado de manera creciente, por otra parte, los turistas destacan que es un evento que cubre sus expectativas y satisface su vivencia.

Palabras Clave:

Turismo gastronómico, Desarrollo local, impulso económico.

Introducción

El turismo como impulsor socioeconómico en el contexto global tiende a generar múltiples beneficios que se

reflejan en la apertura de nuevas formas en la práctica de esta actividad, lo que propicia modalidades distintas en la oferta y gama de opciones que pueden disfrutar los visitantes que eligen sitios con características y productos

^{a,b,c} Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior de Tizayuca | Tizayuca, Hidalgo | México, <https://orcid.org/0000-0009-0007-6918-2518>, Email: ol357429@uaeh.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0001-8122-3094>, Email: floresa@uaeh.edu.mx; <http://orcid.org/0000-0002-1432-7720>, Email: ebolanos@uaeh.edu.mx

variados, entre esos destacan en los últimos años, lugares que incorporan la gastronomía como un factor clave en la motivación para llamar la atención de los más exigentes paladares y de aquellos que buscan combinar sus viajes disfrutando de los atractivos naturales y culturales combinados con el aprendizaje de una experiencia culinaria significativa.

En ese sentido, México ocupa un lugar prioritario en la elección de la corriente turística para llegar a localidades que se caracterizan por la riqueza del patrimonio turístico, bienes y servicios que permiten una estancia cómoda y con un sentido distinto al tradicional en la manera de viajar, ya que, este país posee una amplia aceptación en los intereses de los paseantes, prioritariamente por ser reconocido a nivel nacional internacional por los múltiples ingredientes endémicos, sabores, colores y herencia ancestral que guardan los platillos y la cocina mexicana, desde el más apartado poblado hasta los sitios más concurridos y destacados que se pueden conocer.

De ahí que, por su originalidad y ubicación geográfica destaca el Estado de Hidalgo, tanto por la multiplicidad de rutas turísticas que tiene, conformadas por disímiles atractivos desde lo cultura, histórico, arqueológico, artesanal, natural, tomando importancia particular la cocina y condimentos que identifican a cada una de las regiones de la entidad, sobresaliendo el ingenio y técnicas de elaboración de platillos que aplican los actores locales al aprovechar ingredientes típicos para transformar los más sencillos guisos en succulentos manjares, procurando marcar una diferencia en el arte de cocinar, ocupando la flora y fauna silvestre que conservan.

A ese respecto, uno de los municipios más importantes que en los años recientes ha formulado una dinámica distinta de situarse en las predilecciones de los segmentos de mercado es Santiago de Anaya, rodeado de escenarios dignos de apreciarse por su belleza natural y peculiaridad al encontrarse en la Sierra Madre Oriental, cobijado de llanuras y cerros que enmarcan su majestuosidad.

Empero, no solo ello le brinda su valor, dado que la ruta turística que ha considerado como producto esencial es una causa que invita a este lugar formado por las Grutas de Xoxafi en donde se llevan a cabo actividades extremas, así como monumentos arquitectónicos, entre los que se puede mencionar al templo del Señor de Santiago, las capillas dedicadas al Señor de la Agonía y nuestra Señora de Guadalupe; y el templo de Yolotepec.

Aunado a la reciente festividad anual que ha tomado una enorme importancia como un evento digno de agendar en el mes de abril de cada año, que a partir del año 1980 comenzó, y, a la fecha cumple su 43ª edición, en donde los habitantes apostando a su emprendimiento implementaron sus conocimientos y habilidades para que hoy en día sean ya aproximadamente 1600 cocineras que participan con su sazón, ingredientes y saberes heredados en la muestra gastronómica dando la razón al por qué se denomina como un pueblo con sabor, designación que le fue otorgada por la Secretaría de Turismo durante el año 2021, con lo que se reconoció la importancia que merece la gastronomía de este lugar, sumado a potencializar y promover a los establecimientos y servicios turísticos del municipio y de zonas aledañas con viabilidad de ser aprovechados con el fin de fortalecer la economía local y mejorar las condiciones de vida que predomina en la zona, dado que es una región en el Valle del Mezquital que por décadas ha sufrido de pobreza, abandono, rezago y pocas oportunidades de desarrollo.

Es entonces, que precisamente la muestra gastronómica brinda la oportunidad de crear nuevas formas de obtener ingresos económicos, forjar al poblado como una elección en las preferencias de los visitantes y acrecentar la fuente de empleo en esa temporada y durante fines de semana y periodos vacacionales, esto derivado de que las personas que asisten a la muestra gastronómica suelen retornar a conocer los atractivos y paisajes del municipio.

Por ende, se fortifica la economía del lugar y de las familias, encaminando al desarrollo de los pobladores a partir de un evento que desencadena beneficios múltiples en el aspecto socioeconómico prioritariamente y dejando una imagen que perdura en la mente de quienes acuden a la celebración y el interés de aquellos que aún no presencian los eventos culturales del programa de esas fechas y degustan la exquisitez de los platillos.

A ese respecto, se puede afirmar que la muestra gastronómica de este emblemático lugar que forma parte de la cultura hñahñu es un referente a nivel nacional pues ha abierto espacios para que el desarrollo económico de la región se vea favorecido, ya que, acertadamente los actores locales han tenido la visión de integrar en su programación a grupos de artesanos que son en su mayoría indígenas que su economía depende de la venta de lo que ellos crean, también involucran a prestadores de servicios relacionados al sector turístico, a productores de bebidas artesanales, a grupo musicales del lugar, artículos de piel de conejo y de otros animales que se consumen, por lo tanto, esa estructura de organización

proyecta un sólido crecimiento en los resultados que se alcanzan.

Bajo ese panorama es evidente el incremento de beneficios que consiguen todas las personas que colaboran en esta muestra gastronómica, cabe destacar, que también tienen cabida comerciantes de otras entidades federativas de México, siendo así empáticos los pobladores de Santiago de Anaya al abrir las puertas para que personas ajenas a la localidad también puedan apoyarse y vender sus productos en estas fechas, lo que es un ejemplo claro de la dimensión que abarca este evento permite apoyar a grupos indígenas de otros pueblos con características similares.

De esa manera, se confirma que el evento por la dimensión masiva en la que se ha posicionado proporciona entradas económicas importantes para todos, en esquemas de economía colaborativa, todo se reduce a buscar y lograr el desarrollo socioeconómico, puesto que toda vez que reciben ganancias significativas, sobre todo tomando en cuenta la derrama económica que se registra por la asistencia de más de 10,000 personas a este magno evento anual.

Situándose como un referente no solo del estado de Hidalgo y el país, siendo el acontecimiento de su tipo más antiguo a nivel nacional, representado por mujeres y hombres del Valle del Mezquital. Este acontecimiento ha trascendido y ha pasado fronteras, logrando sea reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado de Hidalgo.

Además, es ejemplar otro aspecto en el que recae una función notable para penetrar en las preferencias de los visitantes, y haber conseguido perfilado esta muestra gastronómica en el lugar que se encuentra y que las ventas y derrama económica sea cada año más sólido, refiriéndose a la difusión y mecanismos de promoción empleados en medios de comunicación nacionales, invitaciones directas, periódicos, comunicados en redes sociales, apoyándose de las instancias gubernamentales para masificar la información, sumando en la narrativa a los atractivos de la región de alto impacto para satisfacer a los turistas, concentrando la ruta turística de este municipio como otra alternativa para maximizar la derrama económica e impactar en los ingresos familiares, dando con ello, un mayor impulso socioeconómico como base de progreso para esta región.

Con base a este esquema de planificación es básico considerar que la puesta en marcha de la muestra

gastronómica combinada con la ruta turística se entiende como un motor de desarrollo integral, para eso se sostiene que, un corredor turístico no solo enlaza diferentes destinos geográficos, sino que también integra una variedad de experiencias y actividades, desde paisajes naturales hasta sitios históricos, eventos culturales y opciones gastronómicas.

Al ofrecer esta diversidad de innovaciones dentro de una misma ruta, los corredores turísticos amplían el atractivo de una región y facilitan la planificación de viajes para los turistas, quienes pueden explorar múltiples lugares de interés en un mismo recorrido. (Martínez, 2017).

Antes esa conceptualización es visible que la efectividad que se prepondera en Santiago de Anaya es ampliar las fronteras del evento y sus beneficios económicos, para lo cual, adicionalmente se han encauzado inversiones del gobierno municipal y estatal para mejorar y concentrar proyectos de infraestructura que sumen a la existente con mayor calidad sobre todo, en lo que facilita el arribo de los visitantes, como las vías de acceso, seguridad, servicios de apoyo, lo que es consecuencia de la gestión que han efectuado los habitantes del lugar.

Aunado a lo anterior, se conjuga la participación de prestadores de servicios turísticos de los recursos naturales y culturales vecinos, dado que vislumbran a la actividad turística como un promotor de desarrollo certero con el que pueden dar a conocer sitios que no tiene demanda, y, de esa forma es posible encuadrar recorridos que abarcan itinerarios de uno a cuatro días de estancia, creando una cadena de valor, con una capacidad de carga suficiente para atender con alto grado de compromiso. Cabe destacar, que desde una óptica de emprendimiento los pobladores junto con la Secretaría de Turismo de la entidad y la Asociación de Agencias de Viajes de Hidalgo, de modo coordinado fomentan los paquetes turísticos que incluyen rutas en las que los turistas tienen la experiencia de disfrutar la riqueza histórica y natural de la región de Ixmiquilpan como oferta complementaria a la feria gastronómica, contando con servicios agrupados, dando una imagen de mayor profesionalización a la feria gastronómica y maximizando las ganancias de todos los servidores turísticos.

Es por ello, que el objetivo de esta investigación es analizar los impactos que genera la muestra Gastronómica de Santiago de Anaya en el Estado de Hidalgo respecto al desarrollo económico local, así como la percepción de los visitantes sobre la importancia de esta celebración anual a partir de su experiencia culinaria

y su contacto con los sitios turísticos naturales y culturales de la zona, para considerar las áreas de oportunidad que puedan ser viables por mejorar, procurando favorecer la satisfacción de la afluencia turística y el impacto socioeconómico de la población.

Por tal razón, se emplea una búsqueda de información documental exhaustiva que respalda la evolución y trascendencia de este magno evento, así también, se emplea un enfoque cuantitativo, con instrumentos de recogida de datos, con los que se validó la experiencia que los turistas viven por primera o vez o aquellos que han repetido su visita por varios años como una costumbre gratificante para su paladar. Concluyendo que esta celebración es una estrategia que nació de una idea local que ha crecido estrepitosamente reflejando resultados favorables en el aspecto económico regional, en beneficios de infraestructura y, dando la oportunidad de mejoras para las familias indígenas de este lugar, dejando una huella inolvidable en los múltiples visitantes que arriban a Santiago de Anaya con amplio interés que en su mayoría regresan a sus lugares de origen con un buen sabor de boca, rebasando positivamente las expectativas que pretenden.

Santiago de Anaya. Donde todo lo que corre y vuela a la cazuela.

Santiago de Anaya es un municipio reconocido que surgió en la misma época que Actopan, y se encuentra ubicado en el Estado de Hidalgo, limitando con los municipios de Actopan, San Salvador e Ixmiquilpan. Con una población de 18,329 habitantes, la demografía se distribuye en un 51.2% de mujeres y un 48.8% de hombres. Aunque es un municipio de tamaño reducido, se destaca por su rica gastronomía. (DATA México, 2020)

Santiago de Anaya, a pesar de ser un municipio pequeño, ha destacado a lo largo del tiempo gracias a su rica gastronomía, la cual se distingue por platillos como el escamol, los chinicuiles, los esquites, entre otros. Cabe mencionar que también ofrece platillos exóticos que se presentan en una muestra gastronómica anual celebrada durante el mes de abril. (Batista, 2020)

Además de su oferta culinaria, Santiago de Anaya cuenta con varios lugares turísticos, siendo las Grutas de Xoxafi el principal atractivo. Estas grutas albergan pinturas rupestres y ofrecen diversas actividades como gotcha, tirolesa, exploración de grutas y recorridos en bicicleta (Batista, 2020).

En cuanto a la economía, se basa principalmente en la agricultura y la ganadería. Se cultivan diversos productos agrícolas como maíz, frijol, cebada, así como algunas frutas y hortalizas. La ganadería también desempeña un

papel importante en la economía local. (Batista,2020). Aunque la producción artesanal, especialmente de textiles y alfarería, también es relevante, el turismo ha cobrado cada vez más importancia en el crecimiento del municipio.

La muestra gastronómica, las Grutas de Xoxafi y la feria anual del municipio son los principales atractivos que atraen visitantes de otras regiones año tras año, contribuyendo así al desarrollo económico y cultural de Santiago de Anaya. (Batista, 2020)

Santiago de Anaya ha ido consolidando gradualmente un pequeño pero atractivo corredor turístico que destaca por sus distintivos puntos de interés. Este corredor podría incluir visitas a las impresionantes Grutas de Xoxafi, un espectáculo natural que cautiva a los visitantes con sus formaciones rocosas y pinturas rupestres.

Además, se puede explorar la emblemática iglesia del Señor Santiago, una pieza arquitectónica de gran relevancia histórica y cultural para la comunidad. Otro punto destacado es el templo de Yolotepec, que ofrece a los visitantes una experiencia espiritual única en un entorno tranquilo y pintoresco. (Instituto Nacional de lo Pueblos Indígenas, 2019).

Para completar la experiencia, durante el primer fin de semana de abril, se lleva a cabo la famosa muestra gastronómica, donde los visitantes pueden deleitarse con una variedad de platillos tradicionales y exóticos que resaltan la riqueza culinaria de la región. Esta muestra gastronómica no solo es un festín para el paladar, sino también una oportunidad para sumergirse en la cultura y las tradiciones locales. (Instituto Nacional de lo Pueblos Indígenas, 2019).

Con la inclusión de estos puntos de interés en un itinerario turístico, Santiago de Anaya ofrece a los visitantes una experiencia completa que combina naturaleza, historia, espiritualidad y gastronomía. Este pequeño corredor turístico promete ser una joya oculta que espera ser descubierta y apreciada por quienes buscan experiencias auténticas y enriquecedoras. (Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas, 2019).

Dentro de las principales actividades destaca el primer fin de semana del mes de abril la Muestra Gastronómica de Santiago de Anaya con una exhibición de más de 500 platillos típicos de la región como a comida de tradición más arraigada y popular de Santiago de Anaya son los gusanos de maguey, escamoles, chinicuiles, esquites; dulces como pepitorias de piloncillo y acitrone, sin faltar bebidas de pulque blanco y curado de fruta, el corazón de maguey a la mexicana, tortas o tamales de xamues, conejo relleno de escamoles, ardilla en albóndigas o flores silvestres al vapor.

22 –25 de octubre de 2024

De modo que se ha innovado en los platillos para atraer la atención de nuevos comensales, entre esos, se encuentra la preparación de la fauna de Santiago de Anaya que crea una diferencia en la cocina, que atraerla a un sector turístico amplio, exponiendo manjares como tlacuache con escamoles, ardilla asada con escamoles, zorrillo asado, escamoles a la mexicana, pastes de escamoles, tacos de xauíes, conejo en chile verde, sopa de carraco, entre otros.

Uno de los factores que determinan su riqueza y singularidad es el clima del Valle del Mezquital en donde se ubica Santiago de Anaya, y, se caracteriza por ser semidesértico: muy caliente por el día y con bajas temperaturas por las noches. Debido a ello, su flora está compuesta por plantas xerófilas que engloban al grupo de las cactáceas, como maguey, mezquites, nopal y distintos agaves.

Entre la fauna representativa de la zona se encuentra el conejo, coyote, liebre, zorro, armadillo, tlacuache, ardilla, víbora de cascabel y lagartija; aves como el halcón, águila, y la paloma, e insectos como escamoles, gusanos de maguey y chinicuiles, lo que como ya se mencionó son aprovechados por las manos artesanales de las cocineras de este magnífico lugar (Contreras, 2002). Su economía se basa en la agricultura y los oficios de cada comunidad. Sus principales cultivos de riego son el maíz, avena, frijol, chile verde, lechuga, jitomate y cebada para forraje. En las zonas más secas se cosecha maguey, tuna, nopal y xoconostle debido a que no necesitan grandes cantidades de agua.

Desde el siglo pasado funciona un sistema de riego que utiliza aguas residuales, esto obviamente produce problemas de salud pública, pero permite la producción de autoconsumo. Ha habido restricción expresa por parte de la Secretaría de Salud para cultivar jitomate, rábanos, cebolla y tubérculos. En cuanto a los oficios se destaca la carpintería, la pirotecnia, la fabricación de suéteres de lana y la elaboración de productos artesanales de ixtle (derivado del maguey).

Cabe mencionar que, Santiago de Anaya tiene pocas fuentes de empleo que ha orillado a sus pobladores a migrar a la ciudad de México, pero principalmente a Chicago, Estados Unidos (Moreno, 2006).

De particular importancia son las fiestas patronales. Significan la identificación de la comunidad con el santo patrono - quien protege - y se ha tomado su nombre para el pueblo. Las Fiestas se organizan mediante las mayordomías.

La organización política del municipio está conformada de la siguiente manera: presidencia municipal, suplente, secretaría municipal y colaboradores, así como la H. Asamblea, cuyos cargos se obtienen por elección popular cada tres años. También se considera un comisario ejidal.

A partir de 1961 el gobierno municipal se comenzó a elegir mediante elección popular.

Cada comunidad cuenta además con un delegado municipal, un comité seccional del PRI, un comité de padres de familia y en las escuelas un comité promocional del DIF igualmente está integrado de por el Consejo Supremo Hñahñu (CSH) ha sido desde su creación un interlocutor entre el grupo étnico y el gobierno federal, recibe "fondos cruzados" de diputados locales y federales. Cabe recordar, para contextualizar, que la población de Santiago de Anaya se caracteriza por ser en gran medida una comunidad otomí, la cual basa su economía en el comercio, la agricultura, caza y recolección de flores e insectos.

Además, familia se entiende como aquel grupo de personas que están directamente relacionadas por nexos de parentesco, considerándola como la célula de la sociedad. Existen diferentes tipos de familias en Santiago de Anaya, se distinguen ocho tipos de grupos: nuclear (cónyuges y progenie), desprovisto (falta de un cónyuge), extenso (cónyuges de los hijos y padres), más que extenso (parientes primarios y no primarios), pareja sola, individuo solo y otras formaciones (Moreno, 2006).

Metodología

La metodología empleada en la presente investigación tuvo un abordaje a partir de un enfoque cuantitativo, desde un estudio deductivo, con un sustento documental en fuentes de literatura científica, con orientación explicativa, exploratoria y descriptiva, siendo de tipo transversal, empleando instrumentos de recogida de datos como la encuesta semiestructurada, una guía de observación, que permitieron obtener información relevante y concisa.

Cálculo de Muestra para Población Finita Población, Muestra, Muestreo

La población (N) objeto de estudio, la constituyen los turistas nacionales que arribaron a la Muestra Gastronómica de Santiago de Anaya en el año 2023 en el periodo de la primera semana santa. N= 30,000 turistas nacionales (Santiago de Anaya, 2023).

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

n= muestra

N= Tamaño de la población o universo

e= Límite aceptable de error muestral, valor que varía entre 1% y el 9%

p= Probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

Z= nivel de confianza

Teniendo como resultado de la muestra a 100 turistas, a los cuales se le aplica el instrumento de recogida de datos (cuestionario diseñado).

En una investigación cuantitativa, se emplean diversas estrategias y herramientas para recolectar datos numéricos sobre variables específicas objeto de estudio. Estas técnicas son fundamentales para garantizar la obtención de resultados confiables y válidos mediante un proceso sistemático y objetivo de recopilación de información. (McGraw-Hill, 2019)

Una muestra en el contexto de la investigación cuantitativa es un subconjunto seleccionado de una población más amplia que se estudia para obtener conclusiones sobre esa población en su conjunto, siendo un grupo representativo de individuos, elementos o unidades que se eligen deliberadamente para ser estudiados en lugar de investigar a todos los miembros de la población completa. (McGraw-Hill, 2019)

Dentro del proceso de recolección de datos, una práctica común es la utilización de encuestas. Estas consisten en cuestionarios estructurados que se administran a una muestra representativa de participantes. Las encuestas pueden llevarse a cabo de manera presencial, telefónica, por correo electrónico o en línea, ofreciendo flexibilidad en su aplicación. Las preguntas pueden ser de tipo abierta, donde los participantes expresan sus respuestas, o cerradas, ofreciendo opciones de respuesta preestablecidas. Este método resulta útil para obtener datos relacionados con actitudes, opiniones, comportamientos y características demográficas. (McGraw-Hill, 2019). El diseño de investigación empleado es de tipo No experimental transversal debido a que se estudia el fenómeno investigado tal cual sucede en la realidad, en su contexto natural, sin manipular las variables independientes, además la aplicación del cuestionario se lleva a cabo en un momento único. (McGraw-Hill, 2019)

En el diseño de este instrumento de recolección de datos se han tomado como referencias los estudios de (Fernández, 2019) y (Matovelle, 2018), los cuales aportan preguntas relevantes sobre la vivencia y la personalización en el ámbito turístico. Cada interrogante aborda diversas dimensiones de investigación, ofreciendo una amplia variedad de opciones que van desde preferencias personales hasta perspectivas basadas en la experiencia y sobre los servicios de hospedaje y del corredor turístico de Santiago de Anaya.

Dentro de la investigación, se toma en cuenta el muestreo probabilístico aleatorio simple sin reemplazo, el cual implica la recopilación de datos de una muestra en un solo punto en el tiempo. Este diseño se utiliza para describir características de una población o para explorar relaciones entre variables en un momento específico, sin

manipular ninguna variable independiente. (McGraw-Hill, 2019).

Marco teórico-conceptual.

En el marco teórico conceptual, se abordan los fundamentos teóricos que sustentan la investigación, proporcionando una base para comprender los conceptos clave y las relaciones entre ellos. Este marco se estructura en torno a los conceptos que se interrelacionan en el contexto de Santiago de Anaya.

Turismo gastronómico

El Comité de Turismo y Competitividad (2024), describe al turismo gastronómico como una actividad turística en la que la experiencia del visitante está directamente relacionada con la gastronomía, así como con productos y actividades asociadas a la comida. Tomando en cuenta la anterior definición podemos decir que la gastronomía es una participante clave en el Turismo porque forma parte de las experiencias que viven todos los turistas a la hora de visitar algún sitio por ello es que el propósito de esta modalidad de turismo es descubrir las especialidades culinarias de una región o lugar en particular. Por esta razón, en diferentes partes del mundo se han establecido diversas rutas gastronómicas, como la ruta del vino en Mendoza, Argentina; la ruta del café en Colombia; y la ruta del taco en México, entre otras.

Por ello se ha visto una evolución significativa tomando en cuenta técnicas que utilizaban los antepasados, especias e ingredientes que ellos llegaron a usar para lograr grandes resultados, aunque eso se ha visto alrededor del mundo, pero en este caso se enfoca en la gastronomía mexicana que tiene sus raíces en las antiguas culturas mesoamericanas, incluyendo a los olmecas, mayas, aztecas y zapotecas. Estas civilizaciones otorgaban gran importancia a la agricultura y cultivaban una amplia variedad de ingredientes, como maíz, frijoles, calabazas, chiles, tomates, cacao, aguacates y vainilla. Estos elementos básicos formaron la base de la cocina mexicana y continúan siendo esenciales en la actualidad.

Desarrollo económico

El desarrollo económico es un término que se refiere a la habilidad de un país para generar riqueza, la cual debería traducirse en una mejor calidad de vida para sus habitantes. Conociendo el concepto, se puede complementar con la importancia del turismo para Santiago de Anaya, ya que la calidad de vida de los pobladores, comerciantes, artesanos, que participan en la muestra gastronómica se benefician por la venta de alimentos preparados por ellos mismos con ingredientes endémicos y de la fauna silvestre, usando la identidad cultural convirtiéndose en un lugar con valor significativo

22 –25 de octubre de 2024

diferente y competitiva ubicándolo como un posible patrimonio que consolida la oferta turística de la entidad con nuevas técnicas y sabores.

El desarrollo económico, por otro lado, se centra más en el desarrollo sostenible y democrático. Se basa en la idea de reformar las estructuras económicas para beneficiar a las personas y atender sus necesidades futuras. Al mismo tiempo los prestadores de servicios, en este caso, enfocados a la gastronomía se vieron favorecidos en el Desarrollo local y fortalecimiento en las familias

Corredor turístico

Un corredor turístico es un espacio biofísico con características geográficas especiales donde se encuentran una serie de atractivos naturales, culturales y de servicios turísticos, interconectados para el beneficio de la comunidad. (Vásquez Bernal et al., 2008).

Planificación turística

La planificación estratégica turística de destinos es el instrumento para alcanzar objetivos, identificar retos, gestionar los recursos y plantear soluciones, pensando siempre en la sostenibilidad de la actividad turística y de la sociedad en la que se desarrolla. (GEOCYL, 2024). La planificación turística es un proceso integral y multidisciplinario que busca guiar el desarrollo del turismo de manera planificada, coordinada y sostenible, con el objetivo de maximizar los beneficios y minimizar los impactos negativos en el destino y sus comunidades.

La planificación turística tiene 4 enfoques; desarrollista, económico, físico y comunitario. El desarrollista, es la tradición dominante de la planificación turística y se caracteriza por tener una posición favorable y ofrece previsiones de demanda turística con fines fundamentalmente promocionales. El económico, ve al turismo como actividad exportadora, para el crecimiento económico, el desarrollo regional y la reestructuración productiva; otorga prioridad a los fines económicos por sobre los ambientales y sociales sin analizar cómo se distribuyen socialmente los beneficios del turismo.

El físico incorpora la dimensión territorial para alcanzar una adecuada distribución de las actividades turísticas en el espacio y lograr usos racionales del suelo; examina los aspectos ambientales, aunque ha desatendido los sociales y culturales. El enfoque comunitario busca fomentar un control local del desarrollo turístico con el objetivo de que la población local sea la principal beneficiaria, priorizando iniciativas aprovechando los recursos locales con los que se cuenta.

La Gestión de destinos

La gestión de destinos implica coordinar y gestionar todos los aspectos de un destino, incluidas atracciones,

comodidades y servicios, para mejorar la experiencia del visitante, es un factor importante en la planificación turística para garantizar que los destinos sigan siendo atractivos, competitivos y económicamente viables, preservando al mismo tiempo los recursos naturales y culturales. (ONU Turismo, 2024).

Desarrollo y diversificación de productos turísticos

El desarrollo y diversificación de productos turísticos se refiere al proceso de identificar, diseñar y crear nuevas experiencias y servicios turísticos para satisfacer las necesidades y preferencias de los visitantes, así como para ampliar la oferta turística de un destino. Este proceso implica la creación y mejora de una variedad de productos turísticos que pueden incluir desde actividades al aire libre, eventos culturales, rutas gastronómicas, hasta experiencias de turismo de aventura o turismo rural.

Marketing turístico y promoción. El marketing turístico y la promoción de la Muestra Gastronómica de Santiago de Anaya son aspectos fundamentales para atraer a visitantes y promover el evento a nivel regional. Aquí hay algunas estrategias específicas que podrían utilizarse para el mejoramiento del Santiago de Anaya como un destino potencial en crecimiento.

Uso de las Redes Sociales: Aprovechar las plataformas de redes sociales para promocionar la Muestra Gastronómica, compartir contenido visual atractivo, interactuar con seguidores y promover ofertas especiales o concursos.

Creación de Contenido de Calidad: Desarrollar contenido relevante y atractivo que destaque los platos típicos, ingredientes locales, tradiciones culinarias y participantes destacados del evento. Esto puede incluir vídeos, imágenes de alta calidad y artículos informativos sobre la gastronomía de la región.

Análisis e interpretación

A continuación, se presentarán las interpretaciones derivadas de las encuestas aplicadas a los 100 visitantes. Esta herramienta se compone de 11 preguntas con respuestas de opción múltiple con el propósito de respaldar la formulación de criterios y obtener resultados más objetivos. La interpretación del gráfico de la pregunta "¿Con qué frecuencia ha visitado Santiago de Anaya durante el período de semana santa (Grutas de Xoxafi, Muestra Gastronómica y la iglesia del Sr. Santiago de Anaya),"

Se indica que la mayoría de los encuestados, el 56% considera que han visitado una vez al año Santiago de Anaya, cabe mencionar que el 18% han visitado el lugar y el 26% nunca han visitado esta localidad, es importante destacar que las personas encuestadas nunca han visitado el municipio, ya que solo se enfocan en visitar un

22 –25 de octubre de 2024

solo lugar, por lo tanto no es algo positivo, ya que no se llegan a visitar los distintos lugares. Dentro del aspecto de las visitas a estos lugares, la pregunta "¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos de Santiago de Anaya ha visitado?" Se menciona que las Grutas Xoxafi encabezan la lista como el atractivo más visitado, con un 46.2% de las personas encuestadas indicando que las han visitado. Esto sugiere una alta popularidad entre los turistas que visitan la región.

La Muestra Gastronómica sigue de cerca como la segunda opción más popular, con un 44.3% de visitantes, lo que resalta la importancia de la gastronomía local para los turistas. Aunque menos popular que las grutas y la muestra gastronómica, el Templo de Yolotepec también atrae a algunos turistas, con un 21.3% de visitantes, lo que sugiere que el aspecto cultural y religioso también es atractivo.

La Iglesia de El Sr. de Santiago de Anaya también es un punto de interés para muchos turistas, con un 37.7% de visitantes, lo que indica que la arquitectura religiosa y la historia son factores importantes para algunos visitantes. Por último, solo el 1.6% indicó que no han visitado ninguno de los atractivos mencionados, lo que sugiere que la gran mayoría de los encuestados han visitado al menos uno de los sitios turísticos mencionados en el gráfico. En resumen, el gráfico muestra que las Grutas Xoxafi son el atractivo más popular, seguido de cerca por la muestra gastronómica, mientras que otros sitios como el Templo de Yolotepec y la Iglesia de El Sr. de Santiago de Anaya también atraen a una cantidad significativa de visitantes.

Dentro de la infraestructura, destaca la pregunta "¿Cómo calificaría la infraestructura turística (hoteles, restaurantes y transporte) en Santiago de Anaya?" Se menciona que el 27.9% de las personas encuestadas calificaron la infraestructura como "excelente", mientras que el 44.3% la calificaron como "buena". El 24.6% la consideraron "regular", y el 3.3% la calificaron como "pésima". Esto indica que la mayoría de las personas encuestadas tienen una opinión positiva sobre la infraestructura turística en Santiago de Anaya, con una gran proporción calificándola como "buena", seguida de "excelente". Sin embargo, existe una minoría que la considera "regular" o "pésima".

En la gastronomía de la zona, se cuestionó "¿Cómo consideraría a la gastronomía de Santiago de Anaya respecto a su calidad?" Se menciona que el 44.3% de los encuestados consideraron la gastronomía como "excelente", mientras que el 52.5% la calificaron como "buena". Solo el 3.3% de los encuestados la consideran "regular", y no hubo ningún encuestado que la califica como "pésima". Esto sugiere que la gran mayoría de los encuestados tienen una percepción muy positiva sobre la calidad gastronómica del Corredor Turístico de Santiago de Anaya, con la mayoría calificándola como "excelente"

o "buena". Solo una pequeña proporción la considera "regular", y nadie la califica como "pésima".

Es por ello que en la promoción "¿Considera que la promoción de Santiago de Anaya es adecuada y efectiva?" Se menciona que el 45.9% de los encuestados respondieron que sí, consideran que la promoción es adecuada y efectiva, mientras que el 29.7% indicaron que no, no consideran que la promoción sea adecuada y efectiva.

Por otro lado, el 26.2% de los encuestados respondieron que tal vez, mostrando una indecisión respecto a la efectividad de la promoción. Estos resultados sugieren que hay una proporción considerable de encuestados que tienen una percepción positiva sobre la promoción del Corredor Turístico de Santiago de Anaya, aunque una parte significativa también tiene dudas o considera que la promoción no es adecuada y efectiva.

Para las recomendaciones dentro del corredor, la pregunta "¿Recomendaría el Corredor Turístico de Santiago de Anaya como destino turístico?" Se menciona que el 78.7% de los encuestados recomendarían el Corredor Turístico de Santiago de Anaya como destino turístico, mientras que el 21.3% no lo harían. Esto sugiere que la mayoría tiene una percepción positiva del corredor y estaría dispuesta a recomendarlo. Sin embargo, la minoría que no lo recomendaría podría indicar áreas de mejora o aspectos que no satisfacen a todos los potenciales visitantes.

Dentro de la publicidad del destino "¿Cómo se enteró de la muestra y de las grutas?" Se menciona que el 32.8% de los encuestados se enteraron a través de amigos, otro 32.8% lo hicieron por medio de publicidad en internet, y el 29.5% indicaron que fue por redes sociales. Solamente el 4.9% se enteraron a través de medios tradicionales como televisión o radio.

Esto sugiere que una proporción significativa de personas se enteraron de la muestra y las grutas a través de medios digitales, como internet y redes sociales, lo que indica la importancia de la presencia en línea para la promoción turística. Además, la recomendación de boca en boca, representada por los amigos, también es un canal relevante de información. Por otro lado, los medios tradicionales tienen una presencia más limitada en la difusión de esta información.

En el modo de viaje de los visitantes "¿Usualmente con quien viaja?" Se dice que el 16.4% de los encuestados indicaron que usualmente viajan solos, el 31.1% viajan con su pareja, el 24.6% viajan con amigos, el 6.6% viajan con compañeros de clase o trabajo, y el 21.3% viajan con su familia.

Esto sugiere una diversidad en los compañeros de viaje de los encuestados. Aunque una parte significativa

22 –25 de octubre de 2024

prefiere viajar en pareja, también hay un porcentaje considerable que prefiere viajar con amigos o en familia. Además, un pequeño porcentaje viaja con compañeros de clase o trabajo, y otro porcentaje viaja solo. En el estatus de una persona hace referencia a la pregunta "¿Cuál es su estado civil?" Se menciona que el 63.9% de los encuestados que son solteros, el 29.5% están casados, y el 6.6% están en unión libre. Esto indica que la mayoría de los encuestados están solteros, seguido por un porcentaje considerable de personas casadas. La unión libre representa un porcentaje más pequeño en comparación con los otros estados civiles.

En la proveniencia y estado de origen, la pregunta "¿De dónde proviene?" Se menciona que el 42.6% de los encuestados proviene de Hidalgo, el 18% proviene de la Ciudad de México, y el 27.9% proviene del Estado de México. Además, el 4.9% proviene de Querétaro, el 3.3% proviene de Tlaxcala, y el 1.6% proviene de Morelos. Un 1.6% restante proviene de otras ubicaciones. Esto muestra la distribución geográfica de los encuestados, destacando que la mayoría proviene del estado de Hidalgo, seguido por el Estado de México y la Ciudad de México. Las demás ubicaciones tienen una representación más pequeña en comparación.

Y por último en la pregunta relacionada a la experiencia del visitante "¿Cuál ha sido su experiencia en Santiago de Anaya respecto a los lugares que ha visitado (Grutas de Xoxafi, Muestra Gastronómica y la iglesia del Sr. Santiago de Anaya)?" nos dice que el 57.4% de los encuestados calificaron su experiencia como "excelente", el 36.1% la calificaron como "buena", el 4.9% la calificaron como "regular", y el 1.6% la calificaron como "pésima".

Esto indica que la gran mayoría de los encuestados tuvieron una experiencia positiva en los lugares que visitaron en Santiago de Anaya, con una mayoría destacada calificándola como "excelente". Sin embargo, una pequeña proporción calificó su experiencia como "regular" o "pésima", lo que sugiere que hay aspectos que podrían mejorar para algunos visitantes.

Por otra parte, de acuerdo a resultados obtenidos por la Secretaría de Cultura del Estado de Hidalgo en coordinación con el Ayuntamiento de Santiago de Anaya, y con apoyo del Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Hidalgo (CECyTEH) Plantel Santiago de Anaya, realizó un ejercicio estadístico que consistió en la aplicación y procesamiento de resultados mediante tres encuestas principales: cocineras tradicionales; artesanos; y visitantes, esto durante la celebración del año 2024 y, entre los principales resultados de la encuesta de cocineros tradicionales, se registró la participación de 1600 personas, de las cuales fueron encuestadas 363 provenientes de Santiago de Anaya, San Salvador, Ixmiquilpan, Actopan,

El Arenal, Francisco I. Madero, Mixquiahuala de Juárez y Tulancingo de Bravo principalmente. En este contexto, el 90% de las cocineras y cocineros entrevistados pertenecen o se identifican dentro de los tres grupos étnicos que prevalecen en el Estado de Hidalgo, y el 67% manifestó hablar una lengua indígena. Se estima una mayor participación de mujeres con un 84%, comparado con el 16% de hombres. Con base a la convocatoria emitida para esta muestra se presentaron 329 platillos tradicionales de los cuales, 140 se registraron en la categoría de platillos, 59 en la categoría de postres, 33 en la categoría de bebidas y 43 pulques. Además de este conjunto de categorías, 34 platillos fueron considerados por el participante como de nueva creación.

En la muestra, destacaron los siguientes platillos: brochetas con gualumbos, flor de maguey, xoconostle, pollo de rancho, así como flores silvestres, hierbas de olor y escamoles empanizados de harina de mezquite, zacatamal y pollo de rancho en salsa de escamol y chile tostado, ximbó de carnero con chinicuiles y salsa de chile cascabel, pollo de rancho relleno de escamoles, ensalada de nopales con caracoles, guisado de escamoles, entre otros.

Por otra parte, dentro de la categoría de postres, destacaron las presentaciones del dulce de calabaza, gelatina de anís con escamoles y mora, xoconostle en almidón y gelatina de mezquite con flor de garambullo. En la categoría de bebidas, resultó significativo el agua de pirul, agua de moras con chilitos, agua flor de bungabilia, nopal y limón. Asimismo, en la categoría de pulque, se presentaron distintas variantes como el de salsa de xoconostle con chinicuiles, curado de Gualumbos con canela, curado de cacahuete tostado, curado de nuez con piloncillo y curado de garambullo como finalistas. Los ingredientes principales utilizados en esta muestra gastronómica fueron: Chiles, Nopal, Xoconostle, Piloncillo, Masa, Gualumbos, Otro, Flor de garambullo, Calabaza y Pulque.

Con respecto a la encuesta de visitantes, se encuestaron a 79 personas, originarias de los estados de Hidalgo, México y Ciudad de México y Querétaro de Arteaga principalmente. En cuanto al estado de Hidalgo, se registró asistencia de personas provenientes de los municipios de: Santiago de Anaya, Ixmiquilpan, Actopan, Tasquillo, Tulancingo de Bravo, La Misión, Progreso de Obregón, San Salvador, Mixquiahuala de Juárez y Pachuca de Soto; de los cuales, el 46% fueron mujeres y el 54% hombres.

Por otra parte, el 44% asistieron por primera vez a la muestra en tanto que el 15% han asistido de 2 a 3 veces; 15% de 4 a 7; el 9% de 8 a 10 y sólo el 17% ha asistido más de 10 veces a esta tradicional muestra gastronómica. Asimismo, se identificó que los visitantes asisten con grupos de 2 a 5 Acompañantes, de los cuales el 80% asiste con sus familiares en tanto que un 28% con

sus amigos y otro 8% por cuestiones de trabajo o tareas de investigación. Con respecto al consumo se observó que el 30% de los visitantes encuestados gastaron en promedio de \$251 a \$500 pesos durante su visita, principalmente en alimentos, bebidas, artesanías; mientras que un 5% invirtió en alojamiento, pernoctando así en los municipios.

También, en el estudio realizado a artesanos, se identificó que el 69% de las artesanías comercializadas se elaboran de manera tradicional, las cuales eran en su mayoría productos de textiles, fibras vegetales, joyería; elaboradas por artesanos de los estados de Hidalgo, México, Tamaulipas, Puebla y Oaxaca; En cuanto a los artículos producidos en el estado de Hidalgo, los municipios de origen más representativos de los artesanos fueron Chilcuautla, Ixmiquilpan, Actopan, Tulancingo de Bravo, Pachuca de Soto, Pacula, Mineral de la Reforma, Acaxochitlán, Tecozautla y Tenango de Doria de los cuales el 57% dijo pertenecer o identificarse con alguna etnia, en tanto que el 29% de este grupo de población habla una lengua indígena.

Las y los cocineros participantes de la 43 Muestra Gastronómica de Santiago de Anaya, proceden de distintas regiones del país y la entidad hidalguense, sin embargo, los resultados de las encuestas realizadas nos muestran que los participantes provienen principalmente de los Municipios de Santiago de Anaya 76.86% San Salvador 10.19% Ixmiquilpan 6.89% Actopan 3.86% El Arenal 0.83% Francisco I. Madero 0.55% Mixquiahuala de Juárez 0.55% Tulancingo de Bravo 0.28%

En cuanto a la distribución de cocineros por sexo se puede observar una mayor participación de mujeres con el 84% del total, comparado con el 16% de hombres Viaducto Río de las Avenidas no. 200, En cuanto a la distribución de cocineros por sexo se puede observar una mayor participación de mujeres con el 84% del total, comparado con el 16% de hombres. De los 363 participantes el 90% se identifica como miembro de algún grupo indígena.

Cabe mencionar que en el estado de Hidalgo prevalecen 3 grupos indígenas de los cuales, durante esta actividad, se tuvo una mayor participación de Otomíes con 86.59%, seguido de Nahuas con el 10.67% y Tepehuas con apenas el 0%. La convocatoria del concurso gastronómico divide los platillos para su registro y evaluación en dos grandes categorías según su elaboración: tradicional y de nueva creación. De acuerdo con esta división y con base a los resultados de la encuesta aplicada, de los 363 platillos registrados, el 91% se ubicó en la categoría de platillos tradicionales y el 9% en la de nueva creación. Asimismo, los platillos se dividen en 4 tipos: platillos, postres, bebidas y pulques de los cuales, el 42% se definió como plato fuerte, seguido de un 21% como bebidas, 12% como pulque y finalmente un 10% de postres.

De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada a los participantes se puede identificar que los 10 ingredientes más utilizados son: Chiles 15% Nopal 14% Xoconoxtle 13% Piloncillo 11% Masa 9% Gualumbos 9% Otro 8% Flor de garambullo 7% Calabaza 7% Pulque 7%. Respecto al perfil sociodemográfico de los asistentes a la 43 Muestra Gastronómica de Santiago de Anaya, los resultados nos reflejan una mayor asistencia de mujeres, con el 46%, comparado con el 54% de hombres. En esta edición, la muestra gastronómica se caracterizó por tener un mayor porcentaje de visitantes nacionales con el 96.2% y apenas el 3.8% de extranjeros

Si bien es cierto que la muestra gastronómica lleva 38 años celebrándose, la cantidad de visitantes va en aumento año con año, prueba de ello es que el 44% de los visitantes de este año acudieron por primera vez. De estas 12 ramas artesanales que prevalecen en la entidad hidalguense, durante la muestra gastronómica se ofertaron principalmente artesanías elaboradas a partir de, textiles con el 34%, fibras vegetales con el 17% y joyería con el 14%. Del 100% de artesanías ofertadas en la muestra gastronómica el 69% fueron de tipo tradicional, el 20% son tradicionales con innovación y el 11% representaron creaciones propias del artesano.

Con referencia al origen étnico de los artesanos se registró que el 29% de ellos hablan alguna lengua indígena, en tanto que 71% no habla ni entiende ninguna lengua indígena. De acuerdo con el grupo étnico de origen de los artesanos tenemos que el 65% se identifica como otomíes, el 5% como nahuas y el 0% como tepehuas. Es importante resaltar que, en el pabellón cultural, se tuvo la representación a artesanos de la Sierra de Tenango y sus alrededores como asistentes a esta muestra.

Es importante destacar que se contó con la participación de un 14% de artesanos extranjeros y un 86% de artesanos nacionales.

Se destaca la asistencia y participación de 21 artesanos originarios del estado de Hidalgo, 4 artesanos del estado de México, 2 artesanos del estado de Tamaulipas, 2 artesanos del estado de Puebla y 1 artesanos del estado de Oaxaca. En cuanto al municipio de origen de los artesanos participantes en la expo venta artesanal desarrollada en la muestra gastronómica se observa que provienen principalmente de los municipios de Chilcuautla con el 29%, Ixmiquilpan con el 19%, Actopan con el 19%, Tulancingo de Bravo con el 5%, Pachuca de Soto con el 5%, Pacula con el 5%, Mineral de la Reforma con el 5%, Acaxochitlán con el 5%, Tecozautla con el 5% y el municipio de Tenango de Doria con el 5%.

Conclusiones

Se puede aseverar que el Desarrollo económico que ha conseguido la localidad de Santiago de Anaya a partir de

22 –25 de octubre de 2024

la celebración anual de la Muestra Gastronómica se ha consolidado de manera significativa, dado que cada año se aumenta el número de visitantes y con ello la derrama y gasto económico de estos, por otra parte, la satisfacción de los visitantes a este evento es de una grata experiencia culinaria y de vivencias particulares por conocer los diferentes sitios turísticos y atractivos naturales y culturales que enmarcan este lugar y la zona del Valle del Mezquital.

Aunado a lo anterior, se puede mencionar que el desarrollo local implica resultados conjuntos entre la población, los organismos gubernamentales y los visitantes, para ello, es conveniente destacar que, los resultados que indican que de los visitantes que pernoctan que el 0% de los visitantes se hospedaron en el municipio de Ixmiquilpan, 0% en el municipio de Actopan, 0% en el municipio de Santiago de Anaya, 0% en el municipio de Pachuca. Con respecto al gasto realizado por los asistentes, los resultados reflejaron que el 20.25% de los visitantes gastan de \$0.00 a \$250.00 pesos en promedio; el 30.38% de \$251.00 a \$500.00; el 20.25% de \$501.00 a \$1,000.00; el 21.52% de \$1,001.00 a \$2,000.00; el 6.33% de \$2,001.00 a \$5,000.00; el 0% de \$5,001.00 a 7,500.00; el 0% de \$7,501.00 a \$10,000.00 y el 1.27% más de \$10,000.00 pesos.

En cuanto al rubro de gasto de los visitantes, destaca que el 95% de sus gastos lo destinan a la compra de alimentos, el 67% lo utilizan para la adquisición de bebidas, el 58% lo usan para la adquisición de artesanías y el 5% lo destinó a gastos de hospedaje. Dentro de las actividades de mayor interés para los visitantes se observa que el 30% están interesados por el pabellón artesanal, el 22% por motivos académicos y/o investigación, el 20% por la muestra gastronómica, el 20% por el pabellón gastronómico y el 6% por otro tipo de interés.

Aunque las Grutas de Xoxafi y la Muestra Gastronómica son atractivos populares, es evidente que muchos visitantes se centran en un solo punto de interés en lugar de explorar todos los lugares disponibles en el corredor, por lo que se pueden implementar programas de promoción que resalten la variedad de atracciones disponibles y fomenten la exploración de múltiples destinos dentro del corredor, la infraestructura turística, hay un porcentaje considerable que la considera "regular". Se deben realizar esfuerzos para mejorar la calidad de los servicios turísticos, como la atención al cliente, la señalización adecuada, la limpieza y el mantenimiento de los sitios turísticos.

Aunque una proporción significativa de encuestados considera que la promoción del corredor es adecuada, aún hay un porcentaje notable que no está convencido de su efectividad. Se pueden desarrollar estrategias de marketing más efectivas, tanto en línea como fuera de línea, que lleguen a un público más amplio y aumenten la

conciencia sobre los atractivos turísticos disponibles en Santiago de Anaya.

Finalmente, es importante seguir recopilando datos y retroalimentación de los visitantes para identificar áreas de mejora y adaptar continuamente las estrategias de gestión y promoción del corredor turístico. Esto puede lograrse mediante encuestas periódicas, análisis de comentarios en línea y reuniones con stakeholders (grupos de interés) locales para discutir posibles mejoras y nuevas iniciativas.

Referencias

- [1] Batista, S. (2020, 9 enero). El turismo gastronómico de Santiago de Anaya. Hoy Digital. <https://hoy.com.do/el-turismo-gastronomico-de-santiago-de-anaya/>
- [2] Contreras, Jesús. Alimentación y cultura. Necesidades, gustos y costumbres. Ed. Alfaomega. México.2002.
- [3] GEOCyL Consultoría. (2021, 17 junio). Planificación estratégica y desarrollo de destinos turísticos sostenibles. <https://www.geocyl.com/consultoria-planificacion-y-desarrollo-turistico/planificacion-estrategica-desarrollo-destinos-turisticos-sostenibles/>
- [4] Gobierno de México, (2023). Santiago de Anaya. DATA México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/santiago-de-anaya>
- [5] Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas. (2019, 29 julio). Grutas de Xoxafi en el Palmar, Santiago de Anaya, Hidalgo. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/inpi/articulos/grutas-de-xoxafi-en-el-palmar-santiago-de-anaya-hidalgo>
- [6] Ivars, Jo seph A., 2003: Planificación Turística, España: Síntesis. Municipio de Santiago de Anaya. (s. f.-b). Santiago de Anaya Gobierno. <https://santiagodeanaya.gob.mx/historia-de-la-muestra-gastronomica>.
- [7] Moreno Alcántara, Beatriz et al, Otomíes del Valle del Mezquital, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, México, 2006
- [8] Martínez, G. A. V., & Solís, V. V. (2017). Evaluación de recursos naturales y culturales para la creación de un corredor turístico en el altiplano de San Luis Potosí, México. Investigaciones Geográficas/Investigaciones Geográficas - Instituto de Geografía. Universidad Nacional Autónoma de México, 94. <https://doi.org/10.14350/ig.56575>
- [9] Osorio García, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Redalyc, 8. <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>
- [10] Políticas y gestión de destinos. (s. f.). <https://www.unwto.org/es/politicas-y-gestion-de-destinos#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20destinos%20consiste,una%20mejor%20gesti%C3%B3n%20del%20destino.>
- [11] Secretaría de Cultura del Estado de Hidalgo. Reporte_de_Resultados_Muestra_Gastronomica_Santiago_2024. https://muestragastronomica.culturalhidalgo.gob.mx/sistema/Reporte_de_Resultados_Muestra_Gastronomica_Santiago_2024.pdf
- [12] Vázquez Bernal, J. A., Posada Arrubla, A., Salazar Alonso, M., Emilia Guerrero, D., Zambrano, W. R., Lamprea Delgado, Á., & Sandoval Torres,

22 –25 de octubre de 2024

J. (2008, mayo). Vista de diseño de un corredor turístico entre los municipios de La Calera y Sopó, Cundinamarca, Colombia.
<https://revistas.udca.edu.co/index.php/ruadc/article/view/613/578>

[13] Velasco Álvarez, L. V. (2023). Los Corredores Turísticos en el Estado de Hidalgo y los Grados de Rezago Social. Boletín Científico INVESTIGIUM De La Escuela Superior De Tizayuca, 8(16), 47-61.
<https://doi.org/10.29057/est.v8i16.9506>