

Zempoala, Hidalgo, Pueblo con Sabor. Un destino Gastronómico Zempoala, Hidalgo, Town with Flavor. A Gastronomic Destination

Kimberly Fabiola Pérez Morales ^a Cristina Flores Amador ^b Ernesto Bolaños Rodríguez ^c

Abstract

The objective of the research is to analyze the results obtained from the tourism activity in the locality through the collection of field information from tourism service providers, local population and visitors of the municipality of Zempoala, Hidalgo with the purpose of promoting the gastronomic destination and its impact on local and sustainable development through the use of surveys and the mathematical-statistical method. The methodology used is quantitative, with a transversal non-experimental research design, based on the theory of Soft Systems and the way in which they are interrelated with the Zempoalteca identity and the conservation of its culinary practices, favoring the increase in the number of visits and contributing to the positioning and recognition of this destination. The main conclusions obtained show that gastronomic tourism is an innovative and alternative way to preserve cultural identity, as well as its traditions and customs in the preparation of endemic dishes, creating new tourist experiences linked to local gastronomy, rooting the meaning of its cultural expressions in the population and visitors, to be taken into account in the actions and strategies that are oriented to the sustainable tourism context and local development.

Keywords:

Gastronomic Tourism, Local Development, Cultural Heritage, Sustainable, Town with Flavor.

Resumen

El objetivo de la investigación es analizar los resultados obtenidos de la actividad turística en la localidad mediante la recopilación de información de campo hacia los prestadores de servicios turísticos, población local y visitantes del municipio de Zempoala, Hidalgo con el propósito de promocionar el destino gastronómico y su impacto en el desarrollo local y sostenible a través del uso de encuestas y del método matemático-estadístico. La metodología que se emplea es cuantitativa, con diseño de investigación No experimental de tipo transversal, apoyada en la teoría de Sistemas Blandos y la forma en que se interrelacionan con la identidad Zempoalteca y la conservación de sus prácticas culinarias, favoreciendo el aumento en el número de visitas y coadyuvando al posicionamiento y reconocimiento de este destino. Las principales conclusiones obtenidas muestran que el turismo gastronómico es una forma innovadora y alterna para preservar la identidad cultural, así también sus tradiciones y costumbres en la preparación de platillos endémicos creando nuevas experiencias turísticas vinculadas a la gastronomía local, arraigando el significado de sus expresiones culturales en la población y en los visitantes, para tomar en cuenta en las acciones y estrategias que se orienten al contexto turístico sustentable y al desarrollo local.

Palabras Clave:

Turismo gastronómico, Desarrollo local, Patrimonio Cultural, Sostenible, Pueblo con Sabor.

Introducción

El turismo es una actividad reconocida a nivel global por el gran crecimiento económico que efectúa, pues su contribución con diferentes destinos turísticos fortifica su reconocimiento, así como la oportunidad de mejora en los recursos de difusión para aquellos sitios que actualmente comienzan con su impulso y participación en el sector turístico, por lo que, se puede aseverar que se desempeña como un motor de desarrollo con el que se

permite generar empleos, fomentar estrategias que fortalezcan la sustentabilidad y la inclusión.

Además, se orienta desde distintos enfoques para ampliar la oferta y diversificación de productos, con ello, atender las necesidades de los distintos segmentos de mercado. En ese sentido, también es importante destacar que es una fuente de ingresos constituida a partir de una perspectiva multidisciplinaria

^{a,b,c} Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior de Tizayuca | Tizayuca, Hidalgo | México, <https://orcid.org/0009-0003-0844-1337> Email: pe441159@uaeh.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0001-8122-3094> Email: floresa@uaeh.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0002-1432-7720> Email: ebolanos@uaeh.edu.mx

encaminada a mejorar las condiciones de las localidades en donde se implementa como alternativa de desarrollo.

Por consiguiente, el turismo también opera como una industria que requiere control y medidas de planificación holísticas que conduzcan hacia una vía de desarrollo centrado en los actores locales y los modelos de respuestas de los anfitriones al turismo deben complementarse con estudios de casos detallados etnográficamente, que permitan el análisis de la comunidad sobre un proyecto turístico, su valor local y contribución al desarrollo; de esta manera, el turismo podría demostrar que va más allá de una responsabilidad social corporativa (Saarinen, Rogerson y Hall 2017; Cornet, 2015; Higham y Miller 2018).

En la actualidad, México es uno de los países con mayor reconocimiento y desarrollo turístico en toda Latinoamérica, debido a que la mayoría de sus visitantes proceden de otros lugares del mundo, considerado como la principal sede de impacto receptor. En ese sentido, se estima que, en este último año, se cuenta con la llegada de 39.4 millones de turistas internacionales, esto es 2.7% más que en 2022 y a solo 12.6% para alcanzar las metas planteadas desde el 2019 (SECTUR, 2023).

Por otra parte, la industria representa una fuente económica verdaderamente importante dado que la afluencia dentro del territorio mexicano se expande día con día, inclusive a pesar de las afectaciones por la pandemia COVID-19, esto ha ayudado implementar nuevas estrategias para poder continuar con el desarrollo turístico, entre las que se considera principalmente, poder impulsar a las localidades de regiones que se encuentren en condiciones de rezago o con oportunidades de mejora, considerando que dispongan de los recursos o elementos necesarios y que se identifiquen por su potencial cultural, natural, gastronómico y su vocación turística para la ejecución de esta actividad.

Por lo cual, es relevante expresar que precisamente, la gastronomía se define como una de las actividades que da lugar a favorecer el desplazamiento de los visitantes a un sitio que cuente con oferta y diversidad gastronómica, dando con ello, identidad al lugar, ya que logra despertar el interés de los paseantes, y al degustar la gama de platillos y recetas culinarias locales, se logra capturar la esencia del lugar donde se prepara, entendiendo que la comida local nos da a conocer las actividades culturales de la zona o de una población en específico (Navarrete & Muñoz, 2018).

Es por ello, que se entiende como turismo gastronómico la actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Así también, de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también

otras actividades afines, tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina (ONU Turismo, 2023).

Desde ese contexto, México incide en el diseño de políticas públicas para la preservación de la cultura local y el desarrollo comunitario, contribuye al impulso del patrimonio culinario mexicano, para que éste, a su vez, favorezca a que el país sea más competitivo a nivel internacional en materia de turismo (Reyes, Guerra, & Quintero, 2017). En el mismo contexto, el patrimonio cultural se percibe como el conjunto de tradiciones o expresiones vivas, las cuales, son herencia de los antepasados pasando de generación en generación, por ejemplo, las tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas con enfoque en la cosmovisión, y saberes y técnicas vinculados en la artesanía tradicional.

Es entonces que, desde ese punto de vista, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en el año 2010 declara como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad a la gastronomía mexicana en conmemoración a los valores culturales y la riqueza natural con la que cuenta el país, proporcionando así, ciertos conocimientos y técnicas como una remembranza a la identidad comunitaria y permitiendo consolidar los vínculos sociales y el sentimiento de pertenencia a la identidad a nivel nacional, regional y local (SECTUR, 2020).

La amplia diversidad de la gastronomía con la que cuenta México se extiende alrededor de los 32 estados de la República Mexicana que conforman el país, considerando principalmente sus productos endémicos e ingredientes que se emplean seguido de sus diferentes técnicas tradicionales en la preparación de los platillos típicos, aseverando la oferta turística gastronómica por su originalidad y denote la identidad ancestral que combina la cultura, tradiciones y creatividad, llena de sabores, colores y formas.

Por otro lado, es importante señalar que, una de las entidades que destaca por su riqueza cultural, por el patrimonio histórico y las características singulares de los sabores, esencias y disímiles prácticas culinarias es el Estado de Hidalgo, que se encuentra con una ubicación privilegiada en la zona centro del país, acentuando primordialmente por tener 84 municipios que lo constituyen actualmente.

Los Pueblos Mágicos Hidalguenses brindan mayor atracción y motivación a los visitantes tanto nacionales como extranjeros, dado que cumplen con condiciones específicas en la infraestructura, la calidad de los servicios a ofertar, sus atributos simbólicos, leyendas, una vasta historia, y el encanto que deriva de las múltiples manifestaciones socio-culturales, puntualizando en las distintas opciones culinarias en cada región del Estado, siendo reconocido desde el otorgamiento de las denominaciones con el distintivo “Pueblos con Sabor” que la Secretaría de

Turismo ha concedido a los municipios como Zempoala, Tulancingo de Bravo, Omitlán de Juárez, Acaxochitlán, Actopan, Calnali, Huejutla de Reyes, Santiago de Anaya, Metztlán, Tlahuelilpan, con la finalidad de conferir mayor prestigio a los platillos típicos de cada lugar, favoreciendo la actividad turística mediante la promoción y difusión de la gastronomía en el contexto estatal.

A ese respecto, el turismo gastronómico en el Estado de Hidalgo ha tenido un gran auge en estos últimos años, aún más, a partir de la pandemia del SARS-COVID 2019, adoptando nuevas estrategias para que los turistas tengan la oportunidad y de seguir degustando y satisfaciendo su paladar, aunado a la incorporación y participación en otras alternativas que se suman en la oferta turística con las que cuenta estas localidades.

Cabe mencionar, que en cada uno de los destinos turísticos que conforman el Estado de Hidalgo, predominan los recursos y patrimonio necesarios para diversificar esta industria en donde la gastronomía es fundamental como elemento de motivación, es decir, las materias primas originarias, las técnicas, tradicionales para la elaboración de platillos y el significado que representan para cada persona, esto caracteriza a cada lugar, otorgando singularidad que marca la diferencia entre ellas, generando un posicionamiento particular en el interés de quienes se trasladan a la entidad para probar la reconocida y diversa gastronomía.

En el mismo tenor, Hidalgo cuenta con una gran variedad de raíces de autenticidad, lo cual ha impulsado al desarrollo de rutas gastronómicas para así difundir los platillos más emblemáticos de las zonas que los conforman, entre ellos destaca “La cultura del maguey” que se sitúa a lo largo de todo el Estado de Hidalgo, siendo el pulque y la cerveza las bebidas más emblemáticas de identidad a nivel nacional, al igual que, la barbacoa, los pastes, la pesca de trucha y la comida prehispánica que son sobresalientes en las zonas de Tepeapulco, Zempoala, Ixmiquilpan, Actopan, Mineral El Chico, Mineral del Monte y Huasca de Ocampo (SECTUR & CANIRAC).

Por lo que resulta atractivo visitar estos sitios de interés encaminado en el segmento de mercado orientados en vivir estas experiencias. Al mismo tiempo, el Gobierno del Estado de Hidalgo ha creado contenido digital, donde se puede consultar con más certeza sobre todos los apartados con énfasis en turismo, pues la gastronomía proporciona una experiencia de sabor e historia en cada bocado, puede expresar de forma indirecta las costumbres, el aprovechamiento de los recursos locales y el estilo de vida de los habitantes.

Dentro de los municipios que a la fecha tienen el mencionado distintivo de “Pueblo con Sabor” destaca el municipio de Zempoala, Hidalgo, el cual, forma parte de la Zona Metropolitana de Pachuca (ZMP), actualmente ocupa una superficie de 119 mil 559.82 hectáreas, es decir, 1 mil 195 mil 59

km². De acuerdo con el Sistema Nacional de Información Municipal (SNIM, 2023), posee una superficie de 305.80 km², ubicándose así en el lugar 27 entre los municipios más grandes de la entidad. Por otra parte, en el año 2020 durante el último censo realizado por la INEGI, se calculó que la población total del municipio es de 57,906 habitantes, de los cuales 30,000 habitantes son mujeres y 27,906 hombres (Gobierno Municipal Zempoala, Hidalgo 2020-2024).

A su vez, la comunidad local es un punto importante en el sector turístico por ende la mayoría de las personas optan por realizar nuevas actividades centradas al turismo, convirtiéndose en prestadores de servicios locales, y así favorecer su estatus, siendo un factor fundamental de cohesión social y desarrollo comunitario. También en ese mismo año, Zempoala es nombrado el séptimo “Pueblo Mágico Hidalguense”, en el año 2017, en el cual predomina la cultura y su gastronomía representando la expresión única y auténtica de la identidad Zempoalteca, con el propósito de revitalizar su economía y garantizar su actividad turística en el sector.

De esta manera, el municipio de Zempoala, Hidalgo es reconocido por su gran variedad de haciendas pulqueras. Le confieren a Zempoala la distinción de Pueblo con Sabor debido a su particular gastronomía típica, entre los que destaca el maravilloso ximbote de caracol y escamol, el pollo en pulque, la barbacoa, el ceviche de hongo seta, el mixiote de pollo, la salsa de quelites y xoconostle y panes artesanales como los cocoles y las burras Zempoaltecas.

En esta diversidad de platillos tradicionales se puede identificar aspectos como el mestizaje, que logró unir a las culturas prehispánicas con la española (SECTUR, 2023). Es por este motivo que el desarrollo local en el municipio de Zempoala, Hidalgo es un detonante para el crecimiento de la actividad turística derivado de la gastronomía tradicional que se tiene. Por lo que, se trata de preservar y difundir esta actividad y cada uno de los recursos que se poseen para lograr un alcance máximo en el sector turístico, sin olvidar las tradiciones y costumbres de este, pero teniendo un enorme impacto en el ámbito nacional y buscando trascender el contexto internacional.

Desde este punto, se observa la necesidad de reconocimiento, continuidad y consolidación del destino turístico de Zempoala, no solo por estar descrito como un “Pueblo Mágico” sino por la riqueza cultural y la preservación gastronómica tradicional en la localidad, por lo que, es sumamente sustancial brindar estrategias innovadoras para contribuir y favorecer la actividad turística como un factor de desarrollo.

Con el propósito de conseguir beneficios a nivel local, conjuntando la variedad en su oferta turística, aunado a su gastronomía como elemento primordial que da cabida a una mayor difusión y fomento que procure posicionarse en ese rubro,

a partir de reuniones colectivas en el municipio, sin llegar afectar la identidad y los valores de sus habitantes, dando esa facilidad de desarrollo mediante un equilibrio entre la sociedad y potencializar el lugar.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, el objetivo de la investigación es: Analizar los resultados obtenidos de la actividad turística en la localidad mediante la recopilación de información de campo hacia los prestadores de servicios turísticos, población local y visitantes del municipio de Zempoala, Hidalgo con el propósito de promocionar el destino gastronómico y su impacto en el desarrollo local y sostenible a través del uso de encuestas y del método matemático- estadístico.

Enfoque Teórico desde la Metodología Sistemas Suaves (SSM)

De acuerdo con el tema base de investigación, es oportuno establecer variables de estudio y un futuro hipotético que permitan analizar e interpretar fundamentos teóricos que desde diversos aspectos brinden validez y certeza, mediante una orientación objetiva y factible para sustentar reflexivamente el objeto de estudio, a partir de los métodos investigativos.

De este modo, se puede argumentar que se emplea la SSM creada por el profesor Peter Checkland, dónde se maneja sobre situaciones con algún problema real en el entorno, en la cual se abordan aspectos sociales, políticos y humanos, principalmente a nivel cultural, donde participan elementos relacionados entre sí con el tema base, y así lograr comprender e interpretar la información recabada del objeto de estudio, brindando posibles soluciones a los problemas involucrados y posteriormente elaborar un modelo apropiado para la toma de decisiones.

De igual modo, esta metodología permite identificar las variables específicas dentro de la situación a investigar, construyendo una visión completamente prospectiva, con el fin de elaborar diagramas que ayuden dar solución a la problemática de forma precisa y veraz, donde se vean involucrados los individuos como un principal factor de cambio, siendo un acercamiento a las situaciones con una complejidad más alta (Peña & Bory, 2015).

Etapa 1: Situación del problema no estructurado

En la primera etapa, el pensador de sistemas realiza la percepción de la situación en la que se encuentra una parte de la realidad social afectada, se trata de determinar el mayor número de percepciones del problema. Durante el proceso, la observación de los sucesos se ve liberada a través de las interrelaciones existentes entre los elementos que son partícipes de la realidad percibida, dejando como función del investigador percibir elementos y hechos no relacionados pero que son relevantes de tal percepción.

Actualmente, el municipio de Zempoala vive una situación bastante interesante, puesto que, el desarrollo de la actividad turística y la gastronomía son variables de estudio que se correlacionan entre sí con las experiencias de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos de los negocios locales tras las visitas de los turistas desde su nombramiento como el séptimo Pueblo Mágico Hidalguense y como “Pueblo con Sabor”, mediante la observación de los aspectos resaltantes en el Plan Municipal de Desarrollo Municipal con relación en el sector turístico, dicho esto, se menciona que la localidad ofrece experiencias excepcionales para sus turistas, fomentando la difusión de los diferentes conocimientos culturales que destacan a la población Zempoalteca.

Por ejemplo, la gastronomía típica resalta como el principal factor de visita por parte los turistas debido a la degustación de los platillos más representativos como el “ximbote” y las prácticas de preparación tradicionales. Por ende, la gastronomía en Hidalgo fue declarada Patrimonio Cultural Intangible para formar parte esencial de las expresiones culturales que preservan las tradiciones y costumbres de su pueblo.

Etapa 2: Situación del problema expresado

Una vez clasificada la información, se da una cierta descripción de la situación del problema, es decir, en este apartado se encuentra una situación más estructurada, en la que se describe lo pasado, el presente y las posibles consecuencias en el futuro; se ven las aspiraciones, intereses y necesidades del problema, interpretadas mediante gráficas enriquecidas de información que expongan límites, para así demostrar al ser humano detrás de la actividad, la cual será relevante en la definición del problema.

Esta fase, facilita ver sucesos acontecidos en la realidad del problema como mayor claridad, precisión y con la mayor neutralidad, mostrando las interrelaciones entre los elementos en función de lo que hacen, las propiedades emergentes que implican su relación entre estos y su entorno, las comunicaciones o intercambio de información.

La situación de Zempoala con el transcurso de los años ha presenciado un proceso evolutivo en cuestión la actividad turística, por ejemplo, el propósito siempre ha sido potencializar el turismo en fomento con los indicadores económico y social englobando el ámbito cultural con ayuda de los recursos y servicios que oferta la población Zempoalteca hacia los turistas que van con la idea de desenvolverse en actividades recreativas que promuevan el conocimiento de la gastronómica típica de la comunidad.

Desde su nombramiento como “Pueblo con Sabor”, una de las actividades que ayuda al desarrollo del sector turístico dentro del municipio de Zempoala es el conocimiento de su gastronomía típica siendo uno de los principales problemas la falta de

valoración del arte culinario, la preservación del uso de los ingredientes que caracterizan a cada uno de los platillos como los utensilios tradicionales que emplean en la elaboración, y la manera en que se transmite esa sensación y sentimiento hacia la comunidad Zempoalteca y a los turistas, quienes visitan este lugar por su patrimonio cultural y su identidad local.

Etapa 3: Seleccionar una visión de la situación y poder hacer una definición de raíz

La definición de raíz tiene por objeto expresar la función central de un cierto sistema de actividad, se expresa como un proceso de transformación que toma una entidad como entrada de información, cambia o transforma a la misma, produciendo una nueva forma de entidad, donde se elaboran definiciones según los diferentes weltanschauung involucrados.

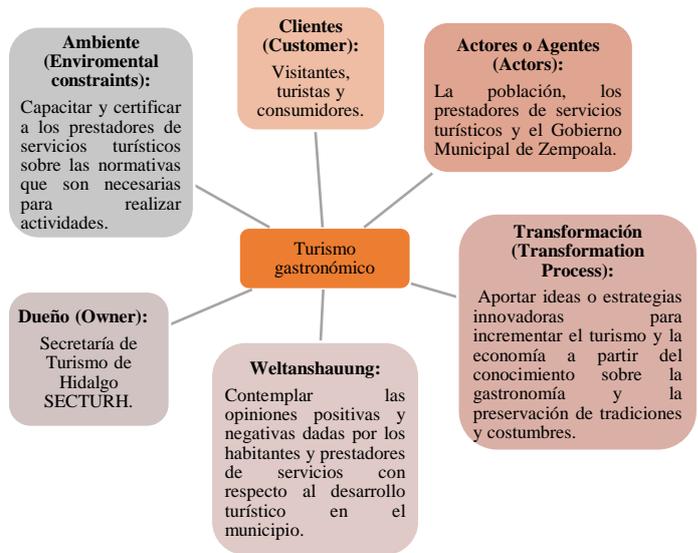
Al construir y formular, estas definiciones se fundamentan en seis factores que deben de aparecer explícitos en todas ellas, se resume en la mnemotécnica CATWOE:

- **Cientes (Customer):** Considera que cada uno puede ganar beneficios del sistema como clientes del sistema.
- **Actores o Agentes (Actors):** Transforman entradas en salidas y realizan las actividades definidas en el sistema.
- **Transformación (Transformation process):** Esto es la conversión de entradas en salidas. Entradas→ (lo que es) →Proceso→Salida (lo que se espera que sea)
- **Weltanschauung (W):** Es la expresión alemana para la visión del mundo.
- **Propietario o Dueño (Owner):** Cada sistema tiene algún propietario.
- **Ambiente (Environmental constraints):** Son los elementos externos que se deben ser considerados.

En esta parte se identifican los posibles candidatos al problema, elaborando definiciones básicas, que implican definir “qué” proceso de transformación se impone a hacer en la realidad, luego de encontrar ciertas definiciones básicas, se precede a definir una sinergia, la cual engloba a todas, y en la cual se centra el estudio.

De acuerdo al tema de investigación, los seis factores de la metodología antes mencionada en materia del turismo gastronómico y el desarrollo local del municipio de Zempoala comprende un gran proceso de transformación por los elementos que definen su identidad cultural a partir del reconocimiento como “Pueblo con Sabor” y por la gama de platillos típicos que ofrecen a los visitantes, por ejemplo, los ingredientes que frecuentemente se utilizan en su elaboración son la penca y los gusanos de maguey (chinicules), escamoles y/o caracoles que harán de su degustación tan peculiar para el paladar como también destacando el interés sobre las técnicas prehispánicas

empleadas en su preparación que han trascendido de generación en generación a través del tiempo, véase Figura 1.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1. Esquema de Análisis CATWOE

Etapa 4: Confección y verificación de modelos conceptuales

Dada la definición de raíz, se elaboran modelos conceptuales que representen, idealmente las actividades que, según la definición de raíz en cuestión, se deban realizar en el sistema, así existirán tantos modelos conceptuales como definiciones de raíz, siendo los nodos actividades que se harán, la estructuración se basa en la dependencia lógica, siendo esta los arcos en el gráfico.

4a.- Concepto de sistema formal: Este consiste en el uso de un modelo general de sistema de la actividad humana que se puede usar para verificar que los modelos construidos no sean fundamentalmente deficientes.

4b.- Otros pensamientos de sistema: Consiste en transformar el modelo obtenido en alguna otra forma de pensamiento sistémico que dadas las particularidades del problema, puedan ser convenientes.

La gastronomía y el turismo se relacionan entre sí para contribuir a la cohesión social, dónde el modelo a desarrollar es la recopilación de información son las encuestas basadas en la identidad local, puesto que, los sentimientos que se reflejan al preparar un platillo influye en las experiencias de cada uno de los turistas y el patrimonio cultural inmaterial que son todas las prácticas tradicionales que se tienen en su elaboración, dados los puntos de vista de la comunidad Zempoalteca, los P.S.T y los turistas.

Por ello, esto permitirá hacer una interpretación de los datos obtenidos para dar cumplimiento a la problemática planteada, la cual es, la preservación de la riqueza cultural gastronómica que

oferta el municipio de Zempoala, al igual que, brindar nuevas ideas referentes al comportamiento como un factor importante de desarrollo que podría coadyuvar a la actividad turística dentro del municipio.

Etapa 5: Comparación de Modelos Conceptuales con la realidad

En esta etapa, los modelos construidos en la etapa 4 serán comparados con la expresión real del mundo, de la etapa 2, se observarán las diferencias y similitudes entre los modelos conceptuales y lo que existe en la actualidad del sistema.

Actualmente, el municipio Zempoala ha optado por desarrollar diversas actividades que favorezcan el turismo en la localidad, por lo cual, la implementación de festivales, tianguis y rutas gastronómicas son algunas ideas estratégicas e innovadoras que se observarán con base en su designación como “Pueblo con Sabor” que justamente fomentará aún más la preservación de los ingredientes, las técnicas y la elaboración de los platillos más emblemáticos de las diferentes regiones Hidalguenses, siendo relevante la cultura Zempoalteca, sin embargo, la población seleccionada a encuestar, por medio de un instrumento de respuestas de opción múltiple se deriva de las experiencias de la comunidad y los prestadores de servicios turísticos (P.S.T.) como también el comportamiento de los visitantes o turistas al realizar dichas actividades.

Etapa 6: Diseño de cambios deseables, viables y factibles

Dicho lo anterior, se detectan los cambios que son posibles de desarrollar en la realidad y en la etapa consecutiva, es así como se identifican las diferencias emergidas entre la situación actual, y los modelos conceptuales, donde se proponen cambios tendientes a superar mediante una evaluación y aprobación por las personas que conforman el sistema humano, para así garantizar que sean viables y factibles.

En ese contexto, una de las modificaciones a corto plazo son las propuestas de nuevos proyectos que surgen del desarrollo local en el municipio, considerando la gastronomía como uno de los recursos que revitalizarán al sector turístico en el lugar, es decir, se busca que el crecimiento económico sea considerable a través del incremento del número de visitantes en Zempoala, manteniendo el uso de los diferentes ingredientes originarios de la región y las técnicas de elaboración en sus platillos típicos, por ejemplo, el desarrollar actividades como: festivales, tianguis y rutas gastronómicas son estrategias mercadológicas para la difusión de los diferentes servicios que oferta este “Pueblo con Sabor” y tener la participación integral del Gobierno Municipal y la comunidad Zempoalteca.

Etapa 7: Acciones para mejorar la situación del problema

La implantación de cambios que fueron detectados en la etapa 6, se comprende la puesta en marcha de los cambios diseñados, tendientes a solucionar la situación del problema, y el control de estos, pero siempre tendiendo a mejorar la situación. A continuación, se presentan 3 tipos de cambios de mejora:

- **Cambio en la estructura:** Son los cambios realizados en las partes estáticas del sistema.
- **Cambio en el procedimiento:** Son los cambios en los elementos dinámicos del sistema.
- **Cambio en la actitud:** Son los cambios en el comportamiento del sistema.

La solución de la problemática detectada en el Pueblo Mágico de Zempoala es relativo al cambio de mejora en un corto, medio y largo plazo, puesto que, la evolución que ha tenido por su denominación como “Pueblo con Sabor” facilitará el conocimiento de la gastronomía típica Zempoalteca mediante la difusión previa y adecuada para que más personas puedan conocer al municipio por la riqueza gastronómica tan peculiar que define su identidad cultural, además de planificar cursos y talleres en los que se tenga la oportunidad de conectar con los sentidos y los sentimientos que en algún momento se transmitió de generación tras generación, y así preservar las tradiciones y costumbres de la comunidad Zempoalteca y formar parte de esta gran experiencia que prospectivamente equilibrará los tres pilares importantes de la sostenibilidad: sociedad, ambiente y economía dentro del municipio.

Marco conceptual

Turismo

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2004-2007) es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que fuera de su lugar de residencia habitual por distintos motivos, permitiendo la estadía temporal de las personas o visitantes con fines de recreación y lucro, pero obteniendo un conocimiento de cada experiencia que se vive, siendo una actividad multidisciplinaria, incentivando al turista a visitar un lugar en específico. Por ende, es necesario resaltar, que es una actividad que proporciona al viajero una oportunidad de enriquecimiento personal y cultural (Hernández, Di Clemente, & López Guzmán, 2015).

Hacer turismo es uno de los actos más prósperos que puede llevar a cabo el ser humano, debido a que le permite conocer nuevos lugares, culturas y personas en su tiempo de ocio (Torres, Romero, & Viteri, 2017). El desarrollo de la actividad turística en Zempoala ha tenido un notable incremento de número de turistas por sus visitas a nivel local, regional y nacional, convirtiéndose en un lugar con un gran potencial de expansión y desarrollo a futuro.

Turismo Gastronómico

Se denomina turismo gastronómico a las visitas a los productores primarios y secundarios de alimentos, a los festivales gastronómicos, a los restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización del viaje, según (Schlüter y Thiel, 2008) citado en (Vázquez De La Torre, Morales Fernández, & Pérez Naranjo, 2012).

También, forma parte de una tipología que ha crecido de forma importante en los últimos años, habiéndose convertido en uno de los segmentos más dinámicos, en cuánto a destinos y empresas han entendido la importancia de la gastronomía como medio para diversificar el turismo y estimular el desarrollo local (Cerezo, 2020). Agregando a lo anterior, el 8vo Foro Mundial de Turismo Gastronómico organizado por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y un miembro afiliado, el Basque Culinary Center (BCC) impulsan el intercambio de experiencias entre expertos en turismo y gastronomía, identificar buenas prácticas y promover el turismo gastronómico como factor de desarrollo de los destinos (UNWTO, 2023).

El turismo gastronómico tiene una relevancia en el sector reconocido por el gran potencial con el que cuenta el Pueblo Mágico de Zempoala desde que se denominó Pueblo con Sabor mediante actividades desarrolladas tales como el tianguis, los festivales y las rutas en las cuales se difunden los platillos tradicionales siendo este el principal medio para incentivar al turista a visitar a la comunidad con más frecuencia.

Patrimonio Cultural Inmaterial

El patrimonio cultural inmaterial o también conocido como “patrimonio vivo” se refiere a las prácticas, expresiones, saberes o técnicas transmitidos por las comunidades de generación en generación (UNESCO, 2021). Es por este motivo que su carácter intangible y dinámico, inmanente en el tiempo, implica una gran complejidad en lo que respecta a su estudio, conservación, difusión y reconocimiento social (Macías, González, & Querol, 2014).

Las tradiciones, festivales, rituales, gastronomías, artesanías y otras expresiones de la cultura viva aportan al destino turístico autenticidad y experiencias significativas a los visitantes y turistas. En el 2012, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha señalado que “fomentar un uso responsable de este patrimonio vivo con fines turísticos puede generar oportunidades de empleo, ayudar a mitigar la pobreza en áreas desfavorecidas y frenar el éxodo rural (Jiménez & Seño, 2018).

Las generaciones pasadas que conformaron en algún momento al municipio de Zempoala tenían técnicas, utensilios e ingredientes

propios empleados en sus platillos que a través de los años estas prácticas fueron herencias otorgadas desde tiempos inmemoriales con el fin de mantener viva la costumbre en la población.

Sostenibilidad

La gastronomía típica que se asocia a cada contexto es parte del patrimonio de las sociedades; un trazo de su identidad que se refleja a través del cultivo; los productos y platos típicos, o las formas de servir y consumir nuestras, sin embargo, tan diferentes en contextos culturales extraños simplemente por no ser propias o no estar habituadas a los demás (Fuste, 2016). Se debe girar la mirada hacia la importancia que la comida y el vino tienen para el visitante, cuando busca una experiencia diferente dentro del espectro de destinos turísticos existentes, de ahí la importancia y la relación que tienen el turismo y la gastronomía (López-Guzmán, Uribe, Pérez y Ríos, 2017).

Por lo que, a través de una revisión de la literatura, se evidencia un interés cada vez mayor por parte de los actores involucrados en implementar medidas sostenibles, que van desde la reducción de desperdicios alimentarios hasta la promoción de ingredientes locales y el desarrollo de turismo gastronómico sostenible, a partir de esa idea, se desataca que el desarrollo sostenible es un concepto que proviene de la economía y que engloba una visión de cómo se deben hacer las cosas, a ese respecto, la sostenibilidad son los procesos para tratar de satisfacer las necesidades sociales, económicas y medioambientales de la sociedad, teniendo en cuenta las necesidades culturales, políticas y sociales.

La sostenibilidad pretende satisfacer a todos con una responsabilidad coherente y un equilibrio entre el crecimiento económico, los recursos de la naturaleza y la sociedad moderna del bienestar. Debido a ello, se entiende que la elaboración de platillos típicos lleva un proceso preciso y exclusivo que lo hace realmente significativo para los Zempoaltecas, desde el impacto económico, el aprovechamiento de los recursos en la preparación de recetas con ingredientes endémicos, orientados a la satisfacción de los comensales y al bienestar local a partir del desarrollo sostenible como práctica culinaria siendo herencia desde la época prehispánica hasta la actualidad.

Marco metodológico

La metodología empleada para el objeto de estudio es la investigación exploratoria y descriptiva dado que la investigación se basa en las experiencias y los comportamientos que surgen entre las variables de estudio empleando cálculos estadísticos mediante una orientación cuantitativa, con base al autor (Monje, 2011) dónde se menciona que es un proceso sistemático y ordenado que se lleva a cabo siguiendo determinados pasos, el cual, consiste en proyectar el trabajo de

acuerdo con una estructura lógica de decisiones y con una estrategia que oriente la obtención de respuestas adecuadas a los problemas propuestos.

Se lleva a cabo un diseño de investigación No experimental de tipo transversal debido a que se investiga el objeto de estudio, tal cual como sucede en la realidad en su contexto natural, sin manipular las variables independientes y se aplica el instrumento de recopilación de datos en un momento único (Hernández y Mendoza, 2018).

Población, Muestra y Muestreo

El estudio se orienta en la comunidad anfitriona la Población Económicamente Activa (PEA) como una de las poblaciones objeto de estudio y para ello se emplea la siguiente fórmula matemática estadística para determinar el tamaño de muestra representativo del universo.

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

Donde:

n= Muestra

N= Tamaño de la población o universo, teniendo como PEA de Zempoala a 29,180 (INEGI, 2023).

i= Error imprevisto o incontrolado, 10% = 0.1

p= Probabilidad de éxito = 0.5

q= Probabilidad de fracaso = 0.5

Z= Estadígrafo de la Curva Normal Gaussiana, al 95% de confianza y un 5% de error admitido. Z = 1.96 (Lind et al., 2019). n = 96, lo cual representa la cantidad de encuestas a aplicar para la PEA de Zempoala, Hidalgo

También, se investiga a los visitantes a Zempoala, Hidalgo como la otra población objeto de estudio, de la misma forma, que en el caso anterior se determina la muestra representativa de ese universo de visitantes al lugar.

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

Donde:

n= Muestra

N= Tamaño de la población o universo, teniendo a 27,000 visitantes anualmente (DATATur, 2023).

i= Error imprevisto o incontrolado, 10% = 0.1

p= Probabilidad de éxito = 0.5

q= Probabilidad de fracaso = 0.5

Z= Estadígrafo de la Curva Normal Gaussiana, al 95% de confianza y un 5% de error admitido. Z = 1.96 (Lind et al., 2019). n = 96.

Al final se aplican 100 encuestas como muestra representativa de ambas poblaciones, considerando un margen de error del 5%.

Durante la elaboración de las encuestas para la Población Económicamente Activa (PEA) y los visitantes del Pueblo Mágico de Zempoala, se utiliza un muestreo probabilístico estratificado proporcional debido a que el estrato considerado es de característica homogénea, es decir, los elementos vitales para la investigación son el conocimiento de la gastronomía, el desenvolvimiento del turismo en el municipio a partir de su designación como “Pueblo con Sabor” y de qué manera resalta en su desarrollo socioeconómico.

Dicho esto, las encuestas facilitaron la información para precisar el estudio documental porque mide lo que tiene que medir, no hay preguntas de más, ni preguntas faltantes relacionadas con el objetivo de investigación, es así como, se le da una validez previamente, siendo importante para que la muestra se oriente hacia la realidad de qué se busca conocer y de esta forma obtener resultados estables, seguros y congruentes para que el enfoque cuantitativo se ha comprobado efectivamente y con el mínimo error.

Se utiliza el muestreo probabilístico estratificado proporcional, para el caso de la PEA donde se encuentran los prestadores de servicios turísticos de la comunidad y se considera el estrato (característica homogénea) el género: femenino o masculino, es decir en la misma proporción que existen mujeres u hombres en el universo así aparecerán representados en la muestra a la que se le aplica la encuesta correspondiente. Por otra parte, para los visitantes se emplea un muestreo probabilístico aleatorio simple (Lind et al., 2019).

Además, con apoyo de un enfoque teórico con la SSM y sus siete etapas a partir de una guía de observación en la cual se estudia cada una de las variables incluidas en la investigación. En ese sentido, la encuesta es el instrumento por utilizar para obtener información desde la perspectiva de la comunidad, los prestadores de servicios turísticos y los turistas que visiten el municipio de Zempoala.

En la presente investigación se aplica una encuesta diseñada respectivamente para la Población Económicamente Activa (PEA), con 20 preguntas las cuales se basan en variables de naturaleza cualitativas (nominales) y cuantitativas (ordinales), a su vez permiten conocer de qué manera el turismo beneficia al municipio de Zempoala, el desarrollo económico-social a partir de su nombramiento como Pueblo con Sabor y su gastronomía tradicional.

De igual manera, la encuesta se aplica a los visitantes, la cual contiene 18 preguntas conforme a 5 variables cualitativas y cuantitativas para comprender acerca de los principales motivos por el cual las personas visitan al municipio de Zempoala en el Estado de Hidalgo, los precios y la higiene en los establecimientos de comida y las experiencias culturales que se consiguen mediante una degustación gastronómica.

Marco contextual

En esta parte, se mencionan los aspectos generales que se tienen del objeto de estudio de la investigación, es decir, se aborda rasgos con respecto a la situación real dentro del municipio de Zempoala, haciendo referencia a su ubicación geográfica, la demografía, las condiciones culturales y socioeconómicas que se viven en la actualidad, así como los elementos que conforman el patrimonio cultural, el cual define la identidad Zempoalteca, estimulando de esta manera el sector turismo y su desarrollo local.

El marco contextual permite delimitar el ámbito o el ambiente físico dentro del cual se desarrolla nuestro trabajo de investigación, es decir, define la investigación, aporta argumentos únicos y propios que permiten puntualizar el alcance que deberá aplicarse en el trabajo en congruencia con los objetivos planteados señala (Universidad UTEL/UNID, 2008).

Al comenzar a describir el entorno físico del municipio de Zempoala es justo ubicar con exactitud el Estado de Hidalgo, quien representa el 1.1% del territorio nacional y teniendo una extensión de 20,821.4 km², a su vez delimitado al Norte con el Estado de San Luis Potosí, al Sur con el Estado de México y Tlaxcala, al Este con el Estado de Veracruz-Llave y Puebla, y por último al Oeste con el Estado de Querétaro. Actualmente, el Estado de Hidalgo se encuentra conformado por 84 municipios, donde se subdivide la población en 4,514 localidades rurales y 176 urbanas señala (INEGI, 2020). Dicha entidad federativa, ocupa el lugar 16 a nivel nacional por su número de habitantes obteniendo la cifra total de 3,082,241, en donde 1,601,462 son mujeres y 1,481,379 hombres, cabe resaltar que la mayoría de los habitantes están en un rango de edad entre 10-19 y 20-54.

Por otro lado, el Estado de Hidalgo posee una vasta tradición histórica y cultural cuya gran riqueza material e inmaterial se manifiesta a través de sus monumentos, pinturas, danzas, música, comida, lenguas, costumbres y ritos milenarios, diversas y múltiples manifestaciones producidas por el espíritu y sensibilidad humana, fuerza y vitalidad creativa que nos identifican como hidalguenses señala (Cultura, 2023), haciendo de esto un legado que se enriquece por los pueblos que en algún momento antecedieron, formando parte del ahora. Por otra parte, la etnicidad que son prácticas culturales y perspectivas que distinguen a un conjunto de personas el 12.31% de la población hidalguense habla lenguas indígenas, el 7.86% de los hablantes de lengua indígena no habla español, los cuales se dividen en lengua náhuatl con un 64.9% y otomí con 33.3%.

En último lugar, las condiciones socioeconómicas actuales de Hidalgo reflejadas en el (Informe anual, 2023) por la Secretaría de Bienestar muestra que se vive en una situación de pobreza, es por esta razón que de las 3,155,581 personas que conforman la

entidad, el 45.7% vive en la pobreza (1,394.7 hab.), el 38.4% en pobreza moderada (1,173.6 hab.) y el 7.2% en pobreza extrema (221.2 hab.).

Además, el restante de la población vive en situaciones vulnerables por carencia social conformado por un 33.6% (1,025.3 hab.), vulnerable por ingresos con 4.9% (150.5 hab.) y el 15.8% no son vulnerables ni se encuentran en pobreza (483.9 hab.) debido a las diversas carencias sociales que sufre la población de Hidalgo, por ejemplo, la educación 15.9%, acceso a los servicios de salud 26.9% y seguridad social 67.9%, calidad y espacios de la vivienda junto con sus servicios 28.4% e inclusive a la alimentación nutritiva y de calidad 25.3%, obteniendo un nivel alto en el campo de pobreza y rezago social.

En ese mismo contexto, el municipio de Zempoala se encuentra ubicado al norte con los municipios de Pachuca de Soto, Mineral de la Reforma y Epazoyucan; al este con los municipios de Singuilucan y Tlanalapa; al sur el municipio de Tlanalapa y el Estado de México; al oeste con el Estado de México y los municipios de Villa de Tezontepec, Zapotlán de Juárez y Pachuca de Soto, tiene una extensión territorial de 319.62 km², lo cual representa un 1.54% de la superficie del Estado, también el municipio se divide en 30 localidades como La Trinidad, Lindavista, Santa María Tecajete, El Barrio Casas Coloradas, San Agustín Zapotlán por citar algunas de ellas y la Cabecera Municipal que son los centros más habitados del lugar.

Sin embargo, no se debe olvidar que Zempoala se fracciona en zona urbana con 20 fraccionamientos y zona rural con pequeñas rancherías que aún son habitadas por su misma población expone el (Gobierno Municipal Zempoala, Hidalgo, 2020-2024). Al hacer referencia en los aspectos demográficos y el último Censo realizado por la (INEGI, 2020), Zempoala tiene una población total de 57,906 habitantes y los rangos de edad que concentraron mayor población fueron 10 a 14 años (5,189 habitantes), 15 a 19 años (4,967 habitantes) y 5 a 9 años (4,900 habitantes). Entre ellos concentraron el 26% de la población total menciona (DATA MÉXICO, 2023).

Lo más sobresaliente en Zempoala y para sus habitantes es su patrimonio cultural, hace muchos años durante la época prehispánica fue habitado por las culturas toltecas, otomíes y chichimecas bajo el reinado del Rey Xolotl recibiendo su nombre de la raíz náhuatl "Cempoalla" que significa "lugar de veintes", donde se venera el veinte o lugar donde se realizaba el mercado cada veinte días.

En el periodo colonial fue un lugar ocupado por los españoles, siendo su primer encomendero Juan Pérez Gama, uno de sus personajes más ilustres se menciona a Cesáreo Enciso, fundador de la hacienda Casa Grande; Juan Moncada Ixtlilxochitl, quien fue su primer gobernante; y Fray Francisco de Tembleque, el constructor del acueducto que lleva su nombre y el cual fue

nombrado Patrimonio Mundial por la UNESCO en el año 2015, convirtiéndose en su principal atractivo turístico.

Posteriormente, se convirtió en un Pueblo Mágico donde la historia, las creencias y las tradiciones se describen como mágicas, Zempoala es disfrutar de las conservadas haciendas e iglesias, de los paisajes magueyeros, de sus platillos representativos como son ximbote, pan burra de piloncillo relleno de queso, el pulque y la famosa barbacoa, a su vez, son los ingredientes que allí se producen, tales como, las pencas de maguey, los escamoles, los chinicuiles, los quelites, las malvas, etc., por la que tiene el bien merecido distintivo "Pueblo con Sabor". El (Gobierno Municipal Zempoala, Hidalgo, 2020-2024) traza una vida en conjunto con la comunidad Zempoalteca, donde el turismo asume un rostro social, incluyente, de respeto a los derechos humanos y al medio ambiente, promoviendo una calidad de vida mediante el desarrollo turístico sostenible que genere bienestar para todas las personas del lugar y también externas.

En relación con el área de economía se menciona que Zempoala en cuestión de turismo como una actividad social sobresaliente en el mismo, cuenta con 4 hoteles y 5 restaurantes establecidos, esto quiere decir que tiene los recursos suficientes para desarrollar actividades con esa índole pero que probablemente sino se planifican buenas estrategias en este ámbito con enfoque prospectivo podría tener una decaída considerable (INEGI, 2022).

La presidencia municipal ha prestado atención a la situación en conjunto con el sector turismo, apoyando las actividades productivas, el emprendimiento, la creatividad e innovación para alentar la creación de empleos, formalizar las MIPyMES mediante la prestación de servicios, al igual que fortalecer las competencias de los trabajadores y prestadores de servicios turísticos, elevando ciertos estándares de calidad en los productos y servicios, dando prioridad a la preservación del patrimonio cultural e histórico (Ayuntamiento de Zempoala, 2023).

Por ende, Zempoala es un baluarte con gran potencial para el desarrollo turístico en el ámbito gastronómico, sólo se trata de identificar a la perfección cada uno de los recursos con los que se cuenta, dialogar y gestionar compromisos con la población Zempoalteca para así, fomentar la realización de actividades culturales y que el municipio pueda visualizar a futuro que el número de turistas podría aumentar mediante la difusión del destino y la mejora continua, a través de una cooperación asertiva y viable, impulsando nuevas estrategias en la localidad.

Análisis e interpretación de resultados

A partir, de las respuestas recolectadas por las encuestas, los resultados a los que se llegan permiten conocer la perspectiva de los habitantes, la Población Económicamente Activa (PEA) y los

visitantes que se tiene sobre la actividad turística desarrollada en el municipio de Zempoala en conjunto del reconocimiento adecuado de su gastronomía típica como reflejo de las costumbres y tradiciones, alcanzando una comparativa entre sus diferentes opiniones.

En primer lugar, se determina la confiabilidad y validez de las encuestas aplicadas tanto para la PEA como para los visitantes.

El coeficiente Alfa de Cronbach es un índice global usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que las preguntas de un instrumento están correlacionadas, siendo mayor a 0.70 el grado de confiabilidad aprobatorio para la encuesta, existiendo un equilibrio, congruencia y mínimos errores entre datos recopilados en la investigación. Véase las Tablas 1 y 2 con los resultados obtenidos para ambas encuestas, con el apoyo del SPSS para Windows versión 21.0.

Tabla 1. Coeficiente Alfa de Cronbach de la encuesta aplicada para la Población Económicamente Activa.

Fuente: Elaboración propia.

Estadísticos de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.744	.748	3

Tabla 2. Coeficiente Alfa de Cronbach de la encuesta aplicada para los visitantes.

Fuente: Elaboración propia.

Estadísticos de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.729	.738	14

Para ambos casos, la confiabilidad es buena al ser superior el coeficiente Alfa de Cronbach a 0.70, lo cual indica consistencia, estabilidad, mínimos errores, es decir que si se aplican nuevamente las encuestas se obtendrán resultados similares, si no cambian las condiciones existentes.

En relación con la validez para ambas poblaciones estudiadas en la investigación son válidas porque el instrumento de recolección de datos mide lo que tiene que medir vinculado a lo expuesto en la literatura.

La gastronomía se ha convertido en un punto fundamental para definir destinos turísticos, donde el viajero se sienta atraído por los productos autóctonos y endémicos, así como con los elementos culturales del lugar que visita. Se asume al turismo

gastronómico como catalizador para el desarrollo local, debido a que se da dentro de un contexto de respeto por las comunidades receptoras y contribuye a la preservación de las tradiciones (Ochoa, 2021).

La cocina tradicional hidalguesa y todos los platillos que se han creado dentro de esta misma región se han desarrollado programas para fomentarlos y generar turismo como los Pueblos con Sabor, este programa reconoce y premia al municipio por su platillo único y representativo de la región, con ingredientes endémicos, técnicas propias del lugar y la diversidad de expresiones culturales (González, Rodríguez, & Testón, 2023).

Hoy en día las personas se preocupan por los alimentos que consumen, asimismo, tienen interés en conocer la manera en que estos se preparan, saber acerca de las tradiciones y costumbres que involucran, así como adentrarse en los procesos de preparación para vivir experiencias (Benítez, 2017).

Agregando a lo anterior, la esencia de la presente investigación radica en la concepción de la gastronomía, el impacto que está teniendo en el sector turístico y el desarrollo local en comunidades que aún preservan elementos culturales que mantienen vigentes sus tradiciones y costumbres, es por ello, que las variables que se involucran en las encuestas realizadas en el municipio de Zempoala se basan en los estudios previos que fundamentan el conocimiento y reconocimiento de los platillos típicos y la labor que han hecho los habitantes para satisfacer a sus visitantes, brindando grandes experiencias culinarias y fomentando un aprendizaje respecto a la preparación y el uso de ingredientes endémicos para así, reavivar el sabor y sazón que tiene el Pueblo Mágico.

En la Tabla 3, se observa la cantidad de establecimientos de comida que existen en Zempoala.

Tabla 3. Tabla de distribución de frecuencias para la pregunta 15 de PEA.

Fuente: Elaboración propia.

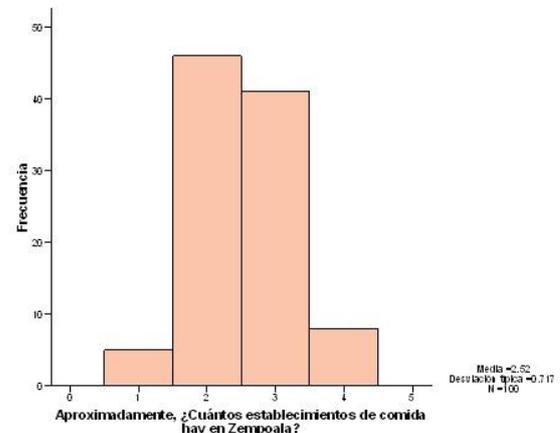
Aproximadamente, ¿Cuántos establecimientos de comida hay en Zempoala?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 2 - 5	5	5.0	5.0	5.0
5 - 8	46	46.0	46.0	51.0
8 - 11	41	41.0	41.0	92.0
Más de 15	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

A través de la recopilación de información, se obtuvo que el comportamiento de la Población Económicamente Activa desconoce el número de los establecimientos de comida que existen en el Pueblo Mágico de Zempoala, el 46.0% de la población conoce de 5-8 negocios, el 41.0% conoce entre 8-11, el 8.0% más de 15 y el 5.0% conoce menos de 5 negocios. En otras palabras, la mayoría de los prestadores de servicios concuerdan con que rondan entre 5 a 8 negocios bien definidos en todo el lugar y que otros son de índole informal, lo cual

demuestra que los propietarios no cuentan con los permisos necesarios para brindar de sus servicios, por ejemplo, los distintivos y sellos de calidad, y que el conocimiento sobre el número de los locales es bastante escaso.

En la Figura 2 se expone el comportamiento del nivel de afluencia de personas por día en los negocios de comida.

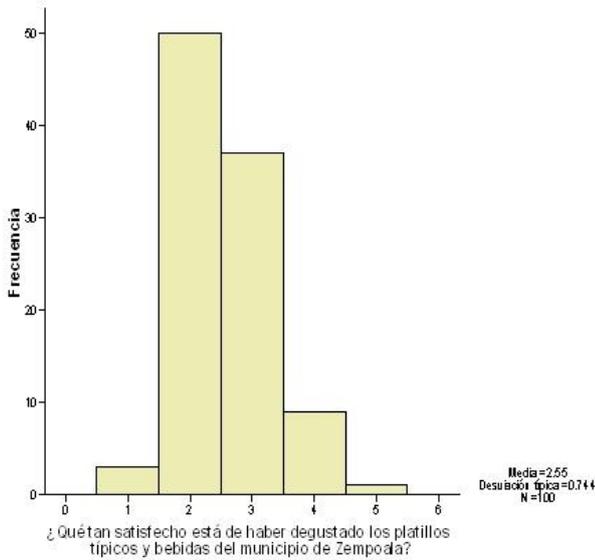


Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Histograma para la variable nivel de afluencia de personas por día en los negocios de comida de Zempoala.

La Figura 2 representa el nivel de afluencia que se tiene diariamente en los negocios de comida en Zempoala, la Población Económicamente Activa (PEA) comenta que la respuesta con respecto a la pregunta está centrada entre los indicadores de 15 a 20 y de 20 a 50 personas, eso va a depender de los gustos y preferencias que tengan los consumidores, sin embargo, se denota que existe un margen de baja afluencia debido a que los negocios tienen un horario de cierre demasiado temprano, la accesibilidad al lugar es inadecuada, además de sus precios elevados en platillos sofisticados o consumo preferente en empresas transnacionales y no local.

En la Figura 3, se muestra el comportamiento de acuerdo con la satisfacción que se tiene al degustar los platillos y bebidas típicas.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Histograma para la variable de satisfacción sobre la degustación de platillos y bebidas típicas del municipio de Zempoala.

En dicho gráfico, son 50 visitantes que han quedado satisfechos al degustar los platillos y las bebidas más representativas del municipio como las burras, la barbacoa, quesadillas de gualumbos, ximbote, pulque y cerveza artesanal, otros están relativamente satisfechos porque probablemente los platillos no son de su gusto y sólo un número muy bajo se han marchado completamente insatisfechos porque las expectativas sobre el sabor que tienen los platillos y bebidas típicas durante su preparación no dan el cumplimiento necesario a las expectativas de los visitantes, las condiciones del negocio dónde se consumió no son las más óptimas o simplemente la atención que reciben no es la más adecuada, y eso puede convertirse en un indicador para que la satisfacción del clientes disminuya.

En la Tabla 4, se observa la percepción que tienen los visitantes sobre las tradiciones y costumbres existentes en el municipio de Zempoala.

Tabla 4. Tabla de distribución de frecuencias para la pregunta 8 de los visitantes.

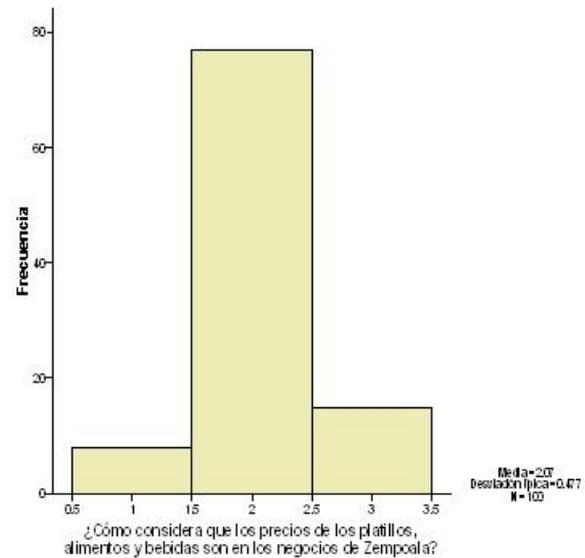
Fuente: Elaboración propia.

		¿Considera que las tradiciones y costumbres del municipio de Zempoala son muy simbólicas?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bastante	7	7.0	7.0	7.0
	Buena	56	56.0	56.0	63.0
	Regular	36	36.0	36.0	99.0
	Poco	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

La Tabla 4 muestra si las tradiciones y costumbres son muy simbólicas o se han reflejado de buena manera en la localidad, el

56.0% de las personas piensan que lo es, el 36.0% es regular dado que no se ve manifestado en su totalidad, el 7.0% si lo considera emblemático para el lugar y el 1.0% no coincide con lo anterior. Los visitantes al municipio de Zempoala exponen que el reconocimiento como Pueblo Mágico y Pueblo con Sabor le otorgarían una mayor personalidad y legado al lugar, convirtiéndolo en un importante destino turístico por el simbolismo que les dan a sus recursos culturales.

En la Figura 4, se observa el comportamiento con respecto a cómo se consideran los precios de los platillos, alimentos y bebidas en los negocios de Zempoala.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Histograma para la variable sobre los precios de los platillos, alimentos y bebidas que ofrecen los negocios de Zempoala.

Según la Figura 4, la respuesta de 77 visitantes encuestados ha afirmado que los precios de platillos y bebidas típicas en los negocios de Zempoala son accesibles para su consumo, 15 personas comentan que son elevados para lo que se brinda y 8 de ellas que son sumamente accesibles para saciar su apetito. Los precios se establecen por el estudio socioeconómico que se tiene dentro del municipio, sin embargo, en el consumo de algún producto o servicio adquirido en el mismo, aumentan los precios para los visitantes por el resultado de oferta y demanda.

En la Tabla 5, se muestra el número de veces que las personas visitan el Pueblo Mágico de Zempoala anualmente.

Tabla 5. Tabla de distribución de frecuencias para la pregunta 12 de los visitantes.

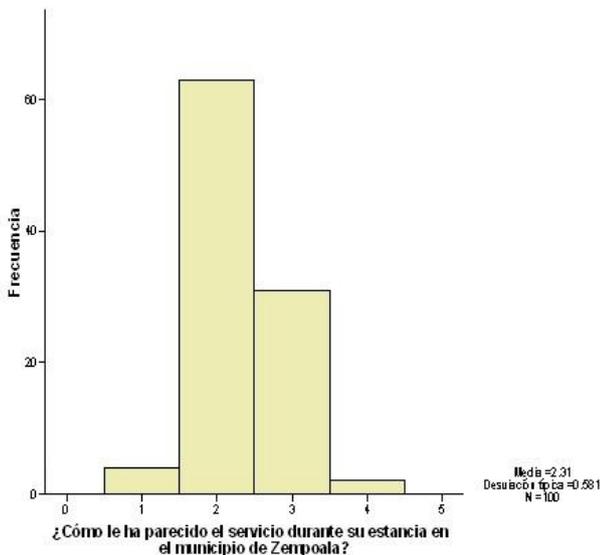
Fuente: Elaboración propia.

¿Cuántas veces al año visita el Pueblo Mágico de Zempoala?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0 - 2 veces	60	60.0	60.0	60.0
3 - 5 veces	37	37.0	37.0	97.0
5 o más veces	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

En este apartado, las veces en que se visita al Pueblo Mágico de Zempoala se desglosa en que el 60.0% no suele emprender un viaje para este lugar probablemente porque no se tiene la suficiente difusión sobre el mismo y se desconoce completamente, no sólo sus atractivos turísticos sino la riqueza natural y cultural que se tiene, el 37.0% frecuenta con continuidad y el 3.0% siendo el porcentaje más bajo lo visita más de 5 veces en todo el año, lamentablemente las estadísticas evidencian que casi no es visitado el municipio a causa de que no se conoce su ubicación geográfica exacta, las vías de acceso son muy largas y se demora bastante tiempo en llegar al destino, por ello, no es tan frecuentado.

En la Figura 5, se observa el comportamiento del servicio durante la estancia en el municipio.

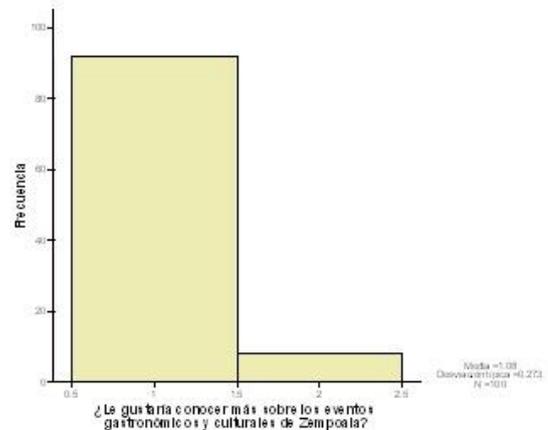


Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Histograma para la variable sobre el servicio durante su estancia en el municipio de Zempoala.

Con base a la figura anterior, señala que para la mayoría de los visitantes durante su estancia ha sido buena por el servicio, la calidez de los habitantes Zempoaltecas hacia ellos y la experiencia adquirida, en cambio, para otros la estancia en el lugar se convierte en regular o mala porque puede que el servicio no sea lo que realmente se espera, las instalaciones de los establecimientos no son adecuados para quedarse más de un día mientras tanto a una mínima parte si les ha parecido excelente las condiciones durante su estancia dado que ya se tiene una conexión con las personas y el lugar, y eso hace que el tiempo sea de su agrado para mantenerse más tiempo allí.

En la Figura 6, se observa el comportamiento de los visitantes que quisieran conocer más sobre los eventos gastronómicos y culturales.

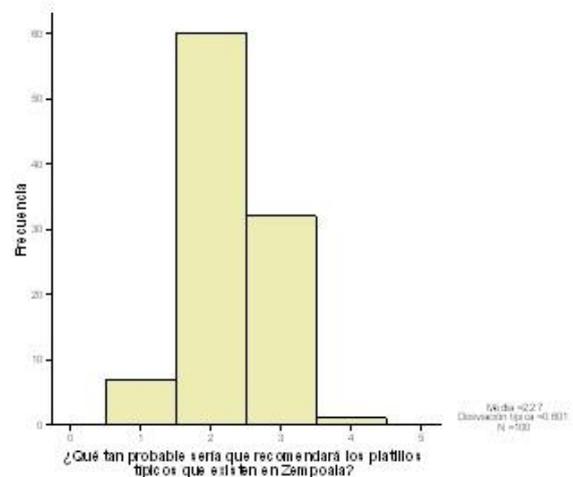


Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Histograma para la variable sobre si le gustaría conocer más sobre los eventos gastronómicos y culturales en Zempoala.

En el gráfico, se muestra que generalmente los visitantes si están dispuestos a conocer más sobre la realización de eventos gastronómicos en el municipio para resaltar a la comunidad Zempoalteca y mantener vivas sus tradiciones y costumbres que los define y denominó como Pueblo Mágico y Pueblo con Sabor, además que es una de las alternativas para preservar su identidad cultural, incrementar la economía, generar empleos y como motivación para seguir visitando el lugar y sólo para 7 personas no es de su interés o no es un tema de su agrado, por lo cual, no se le da la importancia que merece a esta iniciativa en el sector turístico.

En la Figura 7, se expone el comportamiento sobre la probabilidad de recomendación de los platillos típicos existentes en el lugar.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 7. Histograma para la variable sobre la probabilidad de recomendación sobre los platillos típicos en Zempoala.

Con lo anterior, se observa los visitantes tras realizar su viaje al municipio de Zempoala si hubiese una posibilidad alta de que recomienden los platillos típicos existentes, no obstante, prevalece la baja probabilidad de que no lo hagan por alguna mala experiencia durante la visita, por ejemplo, el trato de los prestadores de servicios en un establecimiento de comida debe ser sumamente cálido, el recibimiento para que los clientes se sientan en confianza y con la comodidad para hacer una recomendación realmente franca no sólo al consumir en un local, sino al visitar el lugar.

En la tabla 6, se evalúa la experiencia gastronómica Zempoalteca que tuvieron los visitantes.

Tabla 6. Tabla de distribución de frecuencias para la pregunta 18 de los visitantes.

Fuente: Elaboración propia.

¿Cómo calificaría la experiencia gastronómica Zempoalteca?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bueno	5	5.0	5.0	5.0
	Bueno	49	49.0	49.0	54.0
	Regular	41	41.0	41.0	95.0
	Malo	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Esta Tabla representa la calificación que se le daría a la experiencia gastronómica Zempoalteca dónde el porcentaje mayor se ve reflejado por un 49.0% referente a que su experiencia fue buena, el 41.0% de que su experiencia fue ni buena ni mala, el 5.0% de que fue muy buena la experiencia y el otro 5.0% de que fue un caos la degustación culinaria, todo esto es a raíz de que el nivel de satisfacción o convencimiento al consumir algún platillo y bebida típica o al solicitar algún otro tipo de servicio, no dio cumplimiento a sus expectativas de las recomendaciones hechas por otras personas o sólo por los anuncios publicitarios dónde se difunden los servicios de manera falsa.

Prueba de Hipótesis de Igualdad de Medias (t-Student)

Al comparar y correlacionar las muestras en la PEA la cantidad de dinero que considera que ingresen en su establecimiento diariamente y lo que perciben los visitantes de la cantidad de dinero que gasta en el consumo dentro de un establecimiento de comida en el municipio de Zempoala, se obtiene lo siguiente:

Procedimiento para realizar la Prueba de Hipótesis de Igualdad de Medias (t-Student):

1. Definir el tipo de hipótesis a emplear e igualar las medias de la variable de estudio.

$$H_0: M_{PEA} = M_{Visitantes} \quad (\text{Hipótesis nula} - H_0)$$

$$H_1: M_{PEA} \neq M_{Visitantes} \quad (\text{Hipótesis alterna} - H_1)$$

2. Calcular con el programa SPSS versión 21.0 la t calculada para $gl = n - 1$

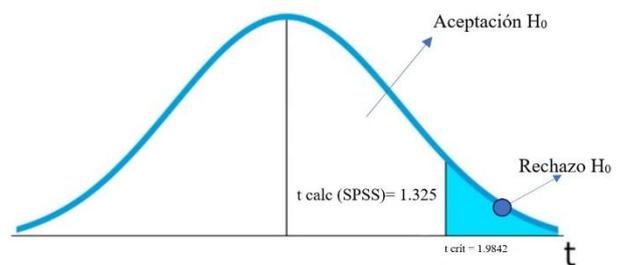
$n = 100$ (Tamaño de la muestra)

$gl = 100 - 1 = 99$

N. C = 95% o α ad. = 5%

$t_{calc} = -1.325$ (SPSS)

En la Figura 8, se observan algunas de las medidas de tendencia central de muestras relacionadas como variable la cantidad de dinero que ingresa a un establecimiento de comida diariamente y la cantidad que los visitantes gastan al consumir, teniendo una diferencia de 0.18 en las medias.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 8. Contraste de hipótesis estadística de igualdad de medias (t-Student) para las variables de ingresos y gastos de dinero en los establecimientos de comida en Zempoala.

3. Determinar la t crítica = ¿ ?

Como $\alpha = 0.05$, esto se divide entre dos por ser simétrica la t-Student

$$\frac{\alpha}{2} = \frac{0.05}{2} = 0.025$$

De acuerdo con (Lind et al., 2019) en su libro Estadística Aplicada a los Negocios y la Economía se muestra una tabla que contiene las puntuaciones t-Student que se obtienen con los grados de libertad (gl) y estas a su vez, se calculan mediante la magnitud de la muestra menos una unidad, para que de esta manera se logre calcular la t crítica.

$$t_{crít} (gl, \frac{\alpha}{2}) = t_{crít} (99, 0.025) = 1.9842$$

4. Comparación de t calculada en el programa SPSS

En este punto, se comparan las medias de dos grupos para determinar si son estadísticamente diferentes, lo cual permitirá denotar que t calculada (SPSS) es menor que la t crítica, lo cual implica que si se acepta la hipótesis nula (H_0) en esta investigación, dónde se puede predecir el comportamiento de los

resultados obtenidos por ambas variables a estudiar siendo que la curvatura es una previa representación de los datos estadísticos a detalle de lo que los visitantes gastan en los establecimientos de comida y lo que ingresa previo al consumo diario en las instalaciones, lo cual se deduce que no hay diferencia significativa entre los valores promedios de lo que los visitantes están dispuestos a pagar por los platillos y el promedio a lo que venden dichos alimentos por los prestadores de servicios (vendedores de comida).

Conclusiones

En los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, se muestra el análisis estadístico realizado donde se acepta la hipótesis nula (H_0), con un margen de 5% de error, por lo tanto significa que no existe diferencia significativa en los resultados de la opinión de la Población Económicamente Activa (PEA) con respecto a la cantidad de dinero que considera que ingresa a su establecimiento diariamente y lo que percibe el visitante en la cantidad de dinero que gasta en el consumo dentro de un establecimiento de comida en Zempoala.

En vista de lo anterior, el turismo gastronómico se considera como una nueva alternativa principalmente para la preservación de sus tradiciones y costumbres que han distinguido al municipio de Zempoala con el paso de los años de otros municipios por ser un Pueblo con Sabor Hidalguense, siendo un desafío mantener un lazo de comunicación entre los habitantes Zempoaltecas y el Ayuntamiento Municipal para la toma de decisiones de cada uno de ellos, considerando sus intereses y gustos que, al culminar se logre dejar una sensación y/o sentimiento grato en sus visitantes, y a su vez, esto permita potencializar el conocimiento de la gastronomía tradicional a nivel nacional e internacional.

Además, respetar cada una de las perspectivas que ayuden a colaborar para futuros proyectos en puerta o para la mejoría de los indicadores en el ámbito de la sostenibilidad (social, económico y ambiental) del municipio para que la población pueda verse beneficiada y obtener grandes éxitos para la comunidad, no sólo por medio de sus recursos culturales como su historia sino por la gastronomía local que impulse al sector turístico y que conforman día con día parte de su identidad y de las ideologías de los antepasados en la vida culinaria tradicional.

Por lo que se define a los habitantes Zempoaltecas, por su esencia particular que se trasmite en la elaboración de platillos típicos y únicos, esa pequeña gota que deleite sus sentidos incluso el compartir ese momento irreplicable en las personas dejándoles una huella especial para cuántas veces visiten el Pueblo Mágico de Zempoala, teniendo una satisfacción en los visitantes y sus turistas en vista de una visión prospectiva aplicando un progreso a corto, mediano y largo plazo para obtener los resultados esperados y fructíferos para la localidad, evaluando el comportamiento de los habitantes y los prestadores de servicios

turísticos al desarrollar las diferentes actividades para satisfacer la necesidad de sus turistas y visitantes.

Por último, es importante resaltar que el conocimiento de la gastronomía y el procedimiento a seguir para la elaboración de un platillo típico para preservar sus tradiciones y costumbres, siendo un ejemplo para promover y consolidar la cocina Zempoalteca desde su nombramiento como Pueblo con Sabor y que esto, a su vez coadyuve en el sector turístico y mejore el impulso de desarrollo sobre el turismo gastronómico mediante la promoción de los recursos y servicios que oferta el municipio, lo cual, es una labor primordial para dar a conocer aún más la gastronomía a través de las diferentes necesidades que cada una de las personas posee como también el dinamismo de nuevas actividades turísticas y su impacto socioeconómico en la localidad, sin olvidar todo lo aprendido entre las generaciones de las familias que conforman el municipio y posteriormente obtener un impacto mayor en el ámbito del desarrollo local y sostenible.

Bibliografía

- [1] Ayuntamiento de Zempoala. (2023). Plan Municipal de Desarrollo Zempoala, Hidalgo. Obtenido de <https://zempoala.gob.mx/assets/plan-municipal-de-desarrollo-de-zempoala-hidalgo-2020-2024.pdf>
- [2] Cultura. (2023). Cultura Centro: Hidalgo. Obtenido de https://www.cultura.gob.mx/regiones_de_mexico/centro/hidalgo/
- [3] DATA MÉXICO. (2023). Zempoala, municipio de Hidalgo. Obtenido de <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/zempoala>
- [4] Gobierno Municipal Zempoala, Hidalgo. (2020-2024). Zempoala "Trabajando para ti". Obtenido de <https://zempoala.gob.mx/index.html>
- [5] Hernández Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- [6] INEGI. (2020). Data México. Obtenido de <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/tizayuca?redirect=true#:~:text=La%20poblaci%C3%B3n%20total%20de%20Tizayuca,28.7%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20total>
- [7] INEGI. (2022). México en cifras. Obtenido de Tabulados de integración turismo: <http://sigeh.hidalgo.gob.mx/productos/infografias/Infograf%C3%ADa%20Municipal%20Zempoala.pdf>

- [8] Lind D. A.; Marchal W. G. & Wathen. (2019). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. (17a ed.). McGraw-Hill Interamericana. <https://www.unwto.org/es/8-unwto-world-forum-gastronomy-tourism>
- [9] Monje, C. (2011). Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa Guía didáctica. Revista Universidad Surcolombiana, 20-106.
- [10] Navarrete, M. d., & Muñoz, C. (2018). TURISMO GASTRONÓMICO: SABOR Y TRADICIÓN. Journal of Tourism and Heritage Research, 23-40. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7400807.pdf>
- [11] Peña, A. E., & Bory, J. (2015). Participación de las MIPYMES al desarrollo local, resultado de la actividad turística gastronómica: caso de estudio. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/614/61461508006/html/>
- [12] Reyes, A. C., Guerra, E. A., & Quintero, J. M. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. SciELO. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000100009
- [13] Secretaría de Bienestar. (30 de enero de 2023). Informe anual. Obtenido de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/791853/13Hidalgo23.pdf>
- [14] SECTUR & CANIRAC. (s.f.). Ruta gastronómica: Las bellezas huastecas. Obtenido de <http://docencia.uaeh.edu.mx/estudios-pertinencia/docs/hidalgo-municipios/Hidalgo-Ruta-Gastronomica.pdf>
- [15] SECTUR. (2023). Hidalgo Travel. Obtenido de https://hidalgo.travel/wordpress/?page_id=5312
- [16] SECTUR. (05 de 03 de 2023). México captará 31 mil 169 millones de dólares por visitantes internacionales en 2023 de acuerdo a expectativas. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/prensa/mexico-captara-31-mil-169-millones-de-dolares-por-visitantes-internacionales-en-2023-de-acuerdo-a-expectativas>
- [17] Universidad UTEL/UNID. (2008). Seminario de Tesis II. Obtenido de Unidad 2. Marco contextual y referencial: <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23608w/unidad2.pdf>
- [18] UNWTO. (05 de 10 de 2023). 8° Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT. Obtenido de