

Influencia del nombramiento “Pueblo con sabor” en el turismo del municipio Villa de Tezontepec, Hidalgo

Influence of the designation “Pueblo con sabor” (Town with flavor) on tourism in the municipality of Villa de Tezontepec, Hidalgo

Perla Martínez Montoro ^a, Cristina Flores Amador ^b, Lucía Guieshuba Montiel Guerra ^c,
Karla Ximena Gómez Ramos ^d

Abstract:

The designation “Pueblo con sabor” (Town with flavor), promoted by the state of Hidalgo, Mexico, was created with the aim of promoting recognition of the gastronomic culture of the state's diverse towns. In order to boost the socioeconomic growth of these towns, according to the International Monetary Fund, tourism is one of the main drivers of global economic recovery after the COVID-19 pandemic in 2020. However, this significant growth is mainly concentrated in large destinations. Therefore, the objective of this research is to analyze the importance and true impact on the daily lives of the native inhabitants of Villa de Tezontepec since the designation “Pueblos con Sabor” was awarded, focusing on the main aspects of tourism within the municipality and how these have impacted, answering the following question: How has the municipality of Villa de Tezontepec changed since being named a “Pueblo con Sabor” (Town with Flavor), and what benefits or challenges has this brought to tourism and daily life? For this reason, a mixed methodology is used, with an exploratory and descriptive approach, since the research is based on experiences and behaviors that arise among the study variables, using statistical calculations with a quantitative and qualitative orientation, and employing surveys applied to the original inhabitants of the municipality as a tool for data collection. It is also a cross-sectional study with simple random sampling. The main conclusions identified are that the designation “Pueblo con Sabor” has had a positive influence on tourism in the municipality of Villa de Tezontepec, increasing the number of visitors, improving the destination's profile, and strengthening the local economy through cultural and gastronomic diversification, together with the unity of merchants and residents, which made it possible to obtain the designation for the municipality and strengthen the pride that residents feel for their gastronomic and cultural identity.

Keywords:

Town with Flavor, appointment, local development, tourism, tourist product.

Resumen:

El nombramiento “Pueblo con sabor” impulsado por el estado de Hidalgo, México, se creó con el objetivo de impulsar el reconocimiento de la cultura gastronómica de los diversos pueblos del Estado. Con el fin de impulsar el crecimiento socioeconómico de estos poblados, según el Fondo Monetario Internacional, el turismo se coloca como uno de los motores principales para la recuperación económica mundial después de la pandemia por COVID-19 en 2020. Sin embargo, ese gran crecimiento se queda principalmente en los grandes destinos. Por lo que la presente investigación tiene como objetivo analizar la importancia y verdadero impacto en la vida cotidiana de los pobladores originarios de Villa de Tezontepec a partir del Nombramiento “Pueblos con Sabor” en los principales aspectos del Turismo dentro del municipio y cómo estos han impactado, respondiendo al siguiente cuestionamiento: ¿Cómo el municipio de Villa de Tezontepec ha cambiado después de su nombramiento como “Pueblo con Sabor” y qué beneficios o desafíos ha traído al turismo y en su vida cotidiana? Por ello, se emplea la metodología de tipo mixto, con un enfoque exploratorio y descriptivo, ya que, la investigación se basa en experiencias y los comportamientos que surgen entre las variables de estudio empleando cálculos estadísticos mediante una orientación cuantitativa y cualitativa, utilizando así como instrumento para la recolección de datos encuestas aplicadas a los pobladores originarios del municipio; siendo a su vez una investigación transversal, con un muestreo aleatorio simple. Las principales conclusiones identificadas son que el

^{a,b,c,d,e} Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior de Tizayuca | Tizayuca, Hgo. | México, <https://orcid.org/0009-0000-1704-5561>, Email: ma477169@uaeh.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0001-8122-3094>, Email: floresa@uaeh.edu.mx; <https://orcid.org/0009-0005-2780-7845>, Email: mo475216@uaeh.edu.mx; <https://orcid.org/0009-0005-9044-6640>, Email: go425469@uaeh.edu.mx

nombramiento “Pueblo con Sabor” ha tenido una influencia positiva en el turismo del municipio Villa de Tezontepec, al aumentar el número de visitantes, mejorando la proyección del destino y fortaleciendo la economía local a través de la diversificación cultural y gastronómica, en conjunto con la unidad de los comerciantes y pobladores para que fuera posible obtener el nombramiento para el municipio y fortalecer el orgullo que sienten los pobladores por su identidad gastronómica y cultural.

Palabras Clave:

Pueblo con Sabor, nombramiento, desarollo local, turismo, producto turístico.

Introducción

De acuerdo a diversos informes del Fondo Monetario Internacional (FMI) y del crecimiento del PIB mundial, actualmente el turismo se coloca como uno de los motores principales para la recuperación económica mundial después de la pandemia por COVID-19 en 2020. El turismo se define como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. (ONU Turismo, 2023). Este mercado se centra, entre otras cosas, en ofrecer un producto turístico el cual combina los elementos materiales e inmateriales como lo pueden ser los recursos naturales, culturales y antrópicos, a su vez relaciona los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés.

Como resultado de las distintas actividades turísticas que existen, se derivan los tipos de turismo: turismo de aventura, turismo de bienestar, turismo costero marítimo y de aguas interiores, turismo cultural, turismo deportivo, turismo educativo, turismo gastronómico, turismo médico, turismo de montaña, turismo de negocios, turismo rural, turismo de salud, turismo urbano, etc. Cada uno de estos tipos de turismo ofrecen experiencias distintas y así pues a medida que crece el turismo mundial y aumenta la competencia entre destinos, el patrimonio cultural inmaterial, local y regional, se convierte cada vez más en el factor diferenciador para atraer a los turistas.

Desde ese contexto, es importante reconocer que el patrimonio cultural es un proceso y a su vez un producto que reúne recursos de las sociedades con el paso del tiempo, que se crean gradualmente y se transmiten de generaciones en generaciones. Un ejemplo claro de esto es la gastronomía, la cual está inscrita como parte del patrimonio inmaterial de cualquier lugar, lo que la hace ser un elemento que da autenticidad a un territorio o comunidad. Esta parte de las sociedades es tan importante que existe un turismo especial centrado en ella, el turismo gastronómico.

Para muchos destinos, la preparación culinaria forma parte integral de su historia e identidad y se ha convertido en el elemento clave de la imagen de marca de la nación. El turismo gastronómico representa una oportunidad de revitalizar y diversificar el turismo, promover el desarrollo económico local, involucrar a numerosos sectores profesionales distintos y ofrecer nuevos usos al sector primario. Por lo tanto, contribuyen a promover y crear la marca de los destinos, manteniendo y preservando las tradiciones locales y la diversidad, aprovechando y recompensando la autenticidad. (ONU Turismo, 2025). Dentro de todos los destinos gastronómicos tenemos a México.

México ha trabajado mucho y de manera constante para consolidar al turismo como uno de los principales motores de crecimiento nacional. Desde administraciones pasadas se planteó como objetivo central convertir a esta actividad en una oportunidad de crecimiento, impulsando la diversificación económica y cultural.

Por otra parte, tenemos que el gobierno actual resalta la estrategia “México con responsabilidad Global” dentro del Plan Nacional de Desarrollo, con el objetivo de ampliar y fortalecer la proyección del país mediante la riqueza cultural y turística. (Porras Gómez, 2025)

Con diferentes estrategias nacionales, estatales y municipales, se ha logrado alinear los planes de desarrollo, considerando al turismo como un elemento esencial para impulsar el progreso local. Por otro lado, es importante mencionar que dentro de México uno de los estados que destaca por su riqueza cultural, su patrimonio histórico y prácticas culinarias es el Estado de Hidalgo. El Estado de Hidalgo es uno de los 31 estados, que junto a la Ciudad de México, conforman 32 entidades federativas de la República Mexicana, cuenta con 84 municipios, teniendo como capital Pachuca de Soto, cuenta con pueblos mágicos, y una gran tradición emblemática en la gastronomía. La gastronomía hidalguense fue declarada como Patrimonio Cultural Intangible del Estado, ya que es una parte esencial dentro de las expresiones culturales que preservan las celebraciones, tradiciones y costumbres de su pueblo.

Debido a esto, la Secretaría de Turismo (SECTUR) reconoció que la gastronomía mexicana, (considerada como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad declarado por la UNESCO), es de suma importancia para el realce del valor de la cultura y el turismo en México. Por esta razón, en el año 2017 se tomó la iniciativa de salvaguardar el patrimonio inmaterial de algunos lugares de México, dando como resultado una estrategia por parte de la Secretaría de Turismo de Hidalgo: un nombramiento para reconocer y dar la importancia que se merece a la gastronomía tradicional local, así como para potencializar y promover el turismo gastronómico que existe en varios municipios del estado, creando así el programa sectorial “Pueblos con sabor”.

En cuanto a la activación del nombramiento “Pueblos con Sabor” que se creó con el fin de promover la gastronomía tradicional como parte fundamental dentro de la identidad cultural y así, potenciar como motor turístico y económico a nivel local, en el año de la activación del programa el nombramiento se otorgó a 7 localidades: Zempoala, Tulancingo, Acaxochitlán, Omitlán, Calnali, Huejutla, Actopan; las cuales, hasta el día de hoy son reconocidas como “Pueblo con Sabor”. Posteriormente en el año 2022 se nombran otros 21 nuevos pueblos con sabor: Alfajayucan, Apan, Atitalaquia, Atlapexco, Cuautepec de Hinojosa, Francisco I. Madero, Huasca de Ocampo, Metztitlán, Mineral de la Reforma, Mixquiahuala de Juárez, San Agustín Metzquititlán, San Felipe Orizatlán, Santiago de Anaya, Tasquillo, Tepeapulco, Tezontepec de Aldama, Tianguistengo, Tizayuca, Tlahuelilpan, Villa de Tezontepec, Zacualtipán de Ángeles. En suma a esto, tenemos que en mayo de 2025 se nombran otros 16 Pueblos con Sabor: Atotonilco el Grande, Ajacuba, Chapantongo, Ixmiquilpan, Molango de Escamilla, Nopala de Villagrán, Real del Monte, San Agustín Tlaxiaca y Tula de Allende. Dando así un total de 37 Pueblos con Sabor en el Estado de Hidalgo.

Mencionado esto, la investigación presente se enfocará en el municipio de Villa de Tezontepec. El Municipio de Villa de Tezontepec, deriva su nombre de las raíces nahuas, *telotli, tepetl*, “cerro” y *co*, “en que”, que significa “En cerro de Tezontle”. Este municipio colinda al norte con los municipios de Zapotlán de Juárez y Zempoala, al este con el municipio de Zempoala y el estado de México; al sur con el estado de México; al oeste con el estado de México y los municipios Tolcayuca y Zapotlán de Juárez. A través del tiempo Villa de Tezontepec se ha hecho conocido por su gastronomía, llevando así a ser nombrado como un “Pueblo con Sabor”.

El objetivo de esta investigación es analizar los principales aspectos del Turismo dentro de Villa de Tezontepec y cómo estos han impactado a partir del Nombramiento “Pueblos con Sabor”, con el fin de identificar de qué manera ha influido en la vida cotidiana de los pobladores originarios.

Con razón a este criterio, se plantea la siguiente pregunta en la cual se basará la presente investigación: ¿Cómo el municipio de Villa de Tezontepec ha cambiado después de su nombramiento como “Pueblo con Sabor” y qué beneficios o desafíos ha traído al turismo local ?

Derivado de lo anterior la hipótesis planteada es que el nombramiento “Pueblo con Sabor” ha tenido una influencia positiva en el turismo local del municipio Villa de Tezontepec, al aumentar el número de visitantes, mejorando la proyección del destino y fortaleciendo la economía local a través de la diversificación cultural y gastronómica, teniendo en cuenta así también que la población se une para fortalecer y poner en alto la gastronomía de la comunidad para hacer resaltarlo.

Marco Contextual

El Estado de Hidalgo se localiza en la parte oriente de la República Mexicana, colinda al norte con Querétaro, San Luis Potosí y Veracruz; al este con Veracruz y Puebla; al sur con Tlaxcala, Puebla y Ciudad de México; al oeste con Ciudad de México y Querétaro. Tiene una superficie aproximada de “20 800 km²”, lo que representa alrededor de un 1.1% del territorio nacional, por lo que ocupa el 26° lugar. En suma a esto, es importante mencionar que su población es de “3 082 841” habitantes, el municipio más poblado es Pachuca de Soto con “314 331” habitantes y el menos poblado es Eloxochitlán “2 593” habitantes. Hidalgo cuenta con 84 municipios de los cuales los más importantes son: Pachuca de Soto, Tulancingo de Bravo, Zimapán y Huejutla de Reyes. (INEGI, 2024)

Dentro de los 84 municipios existe Villa de Tezontepec, el cual, es el objeto de estudio de esta investigación. Este se localiza al suroeste del Estado de Hidalgo, cuenta con una población de “48,025” habitantes, colinda al norte con Zempoala y Zapotlán; al sur con el Estado de México; al este con Zempoala y al oeste con Tolcayuca. Villa de Tezontepec era considerado perteneciente a Pachuca y fue hasta el año 1869 que recibió la categoría de municipio. Después de esto el Congreso de la Unión del estado de Hidalgo decidió el 13 de noviembre de 1912 por unanimidad de votos subir a Tezontepec a la categoría de “Villa” donde adquirió el nombre de “Villa de Tezontepec”. (Porras Gómez, 2025) El municipio de Villa

de Tezontepec, es un ente público con personalidad jurídica plena y patrimonio propio. (Informe de Auditoría, 2022)

El municipio de Villa de Tezontepec cuenta con una extensión territorial de 92.30 km², cruza el río Pánuco, y la cuenca del río Moctezuma, cuenta con un lago y un jagüey.

El clima de Villa de Tezontepec es templado, con una temperatura aproximada de 14.5 °C, con lluvias de abril a agosto.

La relevancia que tiene Villa de Tezontepec dentro del estado de Hidalgo es impresionante, cuenta con una historia de siglos atrás. Durante el Siglo XVI se llevó a cabo la fundación de Villa de Tezontepec, con la construcción de iglesias y conventos que cambiaron su identidad religiosa y cultural. Entre ellos podemos encontrar uno de los que más destaca es el Exconvento de San Pedro Apóstol, cuya construcción se realizó en los años 1540 a 1554 y qué, con el paso del tiempo, se convirtió en un símbolo del municipio. Actualmente, su recuerdo se conserva a través de una de las principales fiestas patronales que año con año reúne a la comunidad.

La flora que predomina es del tipo desértico con matorrales inermes y altos, a su vez, también podemos encontrar magueyes yucas, cardones, nopal, y en escasa cantidad árboles de pirul. En suma a esto, podemos mencionar que su fauna es de tipo desértico y se compone de los siguientes animales: coyotes, zorrillos, conejos, tuzas y topos, sin embargo también habitan reptiles como insectos y arácnidos.

En suma, a la gran diversidad con la que cuenta Villa de Tezontepec, se puede observar un ambiente que revive tradiciones antiguas; cuenta con edificios de tezontle, calles empedradas, un lugar perfecto que logra combinar la historia con la espiritualidad y sabores tradicionales.

Este municipio tiene muchas cosas por ofrecer tanto a la comunidad local como a sus visitantes, y no solo eso tiene un encanto que lo caracteriza de otros y lo vuelve único, tanto, que ha sido elegido como un escenario para grabar ciertas escenas de series de televisión, una de ellas “Club de Cuervos”. Tiene una gran combinación y balance en la cultura que posee, la naturaleza y la deliciosa comida.

Sobre las tradiciones que resaltan podemos mencionar la festividad del 15 y 16 de septiembre donde hay juegos, eventos del tipo deportivo, charreadas, desfiles, venta de platillos típicos de este municipio, como: la barbacoa,

carnitas, chicharrón, tortas, frutas cristalizadas; bebidas típicas como: pulque, curado y aguamiel. Además, existe la celebración del día del tortero, que se celebra el día 1° de mayo de cada año, donde se reconoce y se le hace honor al Señor de la Humildad, patrono de los torteros; es una gran fiesta en donde se unen cientos de personas a disfrutar de estas deliciosas tortas porque estas tortas se reparten de forma gratuita, además de regalar tortas se reúnen diversas actividades culturales, deportivas, religiosas y gastronómicas durante todo este día de mayo. Durante el reparto de tortas se presentan distintos sabores de tortas con nombres distintos cada una, las más reconocidas son la torta Cubana, la Tatiana, la Argentina y la famosa torta tezontepecana. Gracias a la torta tezontepecana, Villa de Tezontepec es reconocido como un “Pueblo con Sabor”.

Como iniciativa del Gobierno del Estado de Hidalgo, a través de la Secretaría de Turismo, surge el distintivo “Pueblos con Sabor”, un reconocimiento que contribuye a la promoción del segmento de turismo gastronómico, así como la puesta en valor de productos locales y regionales creando una conexión entre el visitante y la cadena de producción alimenticia. Un Pueblo con Sabor, es considerado un municipio que destaca y se distingue por su gastronomía típica y tradicional, la cual le brinda identidad propia del Estado de Hidalgo. (SECTUR Hidalgo, 2022)

Los Pueblos con Sabor reservan el saber de la cocina tradicional, con sedes de eventos gastronómicos, fomentan la preservación y conservación cultural de los tianguis y mercados, que cuentan con establecimientos representativos con impacto en la gastronomía local. La iniciativa de Pueblos con Sabor busca que la visita a los municipios a los que se las ha otorgado este nombramiento, se convierta en una experiencia que genere una conexión con el lugar y los habitantes de estos municipios con los turistas, con el objetivo de fomentar el turismo en el Estado de Hidalgo, promoviendo los productos gastronómicos locales y regionales de este Estado.

El nombramiento de “Pueblos con sabor” lo otorgó la Secretaría de Turismo de Hidalgo en el año 2022, esto se realizó con la finalidad de establecer a Villa de Tezontepec como puerta gastronómica de Hidalgo, ya que actualmente es uno de los destinos más visitados del Estado.

Marco Conceptual

La presente investigación plantea de que manera impacta el nombramiento de “Pueblo con Sabor”, en cuestión económica, turismo, patrimonio cultural, etc. Por lo que se toman en cuenta los siguientes conceptos que son relevantes en la investigación.

PIB: Indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un territorio en un determinado periodo de tiempo. Se utiliza para medir la riqueza que genera un país. (Economipedia, 2025)

Se entiende también como una manera de medir, cuánto produce un país económicamente, sumando todo el valor producido o creado de un país. Es decir, desde la producción de naranjas, revistas, teléfonos, entre muchos otros, el resultado de toda esa producción mide el tamaño de la economía que está generando ese país.

Fondo Monetario Internacional: Organismo compuesto por prácticamente la totalidad de los países del mundo y es considerado como el eje del sistema monetario a nivel internacional. Su principal objetivo como consultor y mediador es actuar como supervisor de los países y mediar en la relación entre sus economías. (Economipedia, 2025)

Producto Turístico: Combinación de prestaciones y elementos tangibles y no tangibles ofrecidos para satisfacer las expectativas de los turistas, es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral. (CEUPE, 2021)

Atractivo Turístico: Se entiende por un lugar, objeto, evento o característica que despierta el interés de los turistas y los motiva a visitar un destino específico. Estos atractivos pueden ser de origen natural, cultural, histórico, artístico, recreativo, gastronómico, entre otros, y son elementos clave para el desarrollo del turismo. (Revista SRIBD, 2025)

Desplazamiento: Se refiere a la distancia y la dirección de la posición final respecto a la posición inicial de un objeto. Es el cambio de posición de un cuerpo entre dos instantes o tiempos bien definidos. En electrostática y electrodinámica, al desplazamiento eléctrico. (Merriam, 2025)

Turismo: Es una actividad que consiste en el desplazamiento temporal de personas a lugares distintos a su lugar de residencia habitual con el objetivo de disfrutar de experiencias de ocio, culturales, educativas, de negocios, entre otras. Esta actividad puede realizarse tanto a nivel nacional como internacional, y es una de las principales industrias en todo el mundo. (Diana C., 2025)

Turismo Mundial: Se define como el desplazamiento de personas a diferentes partes del mundo por diversos motivos, ya sea ocio, cultura, negocios o salud, entre otros. En el contexto global, el turismo según la OMT significa una industria clave que impulsa la economía de muchos países. (Revista Identidad, 2023)

Patrimonio Cultural: Es el conjunto de bienes, costumbres y saberes que forman la identidad del país. Esto incluye desde sitios arqueológicos y monumentos históricos hasta tradiciones vivas, como la danza, la gastronomía y las lenguas indígenas.

Todo aquello que nos conecta con el pasado y representa la creatividad, historia y diversidad de sus pueblos es parte de este legado. (Revista Unir, 2024)

- **Patrimonio Cultural Inmaterial:** El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general. El patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten. Sin este reconocimiento, nadie puede decidir por ellos que una expresión o un uso determinado forma parte de su patrimonio. (UNESCO, 2021)

- **Patrimonio Local:** Se entiende por un tesoro invaluable que engloba el legado cultural, histórico y natural de una región específica. Incluye monumentos, tradiciones, artesanía, gastronomía y el entorno natural, que son la base de la identidad de una comunidad. Proteger y promover este patrimonio es esencial para preservar la riqueza y singularidad de cada destino turístico. (Ortuyaga, 2023)

- **Patrimonio Regional:** Se define como el conjunto de bienes culturales, naturales e inmateriales que caracterizan y enriquecen una

determinada región. Este concepto es esencial para entender la identidad de un territorio y su diversidad, ya que abarca tradiciones, costumbres, arquitectura y paisajes que han sido transmitidos a lo largo del tiempo. (Enciclopedia, 2024)

Identidad: Hace referencia al conjunto de rasgos característicos de un individuo o grupo que los representa frente al resto, es decir, se puede entender cómo la percepción que tiene una persona o colectivo sobre sí mismo en comparación a otras personas y/o colectivos. (Euroinnova Business School S.L., 2025)

Desarrollo Local: El desarrollo local se puede entender, de manera muy sintética, como un proceso complejo, que es producto de una construcción colectiva a nivel local, que tiene como objetivo movilizar los recursos del territorio en torno de un proyecto común e incluir al conjunto de la población. Supone una perspectiva integral del desarrollo, es decir, que incluye la dimensión social, política, ambiental, cultural, el perfil productivo, etc. (CEDEL, s/f)

Comercio: El comercio es el intercambio voluntario de bienes y servicios entre varias partes, entre dos o más partes. Puede hacerse por otros bienes o servicios (como en el trueque), o, como es habitual hoy en día, a cambio de dinero.

Dicho de otra forma, el comercio ocurre cuando una persona o empresa vende algo que otra necesita o desea, y a cambio recibe un pago. Ese pago puede ser en especie (otro bien o servicio) o en dinero. (García, 2024)

Diversificación económica: Es una estrategia que busca aumentar la variedad de productos o servicios que produce una economía. Esto puede realizarse a nivel de una empresa, un sector, o un país entero. (Libtalet, s/f)

Gastronomía: Es el conocimiento y la técnica sobre los alimentos, la nutrición y las bebidas; su preparación y servicio. Jean Anthelme Brillat Savarin afirma que la gastronomía es el conocimiento razonado de la alimentación humana. (Brillat Savarin, 1852)

Prácticas culinarias: Se refieren a la manera en que los alimentos se preparan, cocinan y presentan en las diversas cocinas alrededor del mundo (Wisdomlib, 2025).

Nombramiento: Consiste en la designación directa, por parte de la autoridad administrativa, de la persona que actuará como funcionario o empleado en el ejercicio de un cargo. (Panhispánico del español jurídico, 2025)

Pueblos con sabor: Es un nombramiento que nació en Hidalgo, por parte de la Secretaría de Turismo de este estado para reconocer y dar la importancia que se merece a la gastronomía tradicional local, así como para potencializar el turismo y promover el turismo gastronómico que existe en varios municipios de la entidad (Yescas, 2021).

Marco Metodológico

La metodología empleada en esta investigación para lograr alcanzar el objetivo principal, se considera de carácter exploratorio y descriptivo, ya que, se la investigación se basa en experiencias y los comportamientos que surgen entre las variables de estudio empleando cálculos estadísticos mediante una orientación cuantitativa y cualitativa, el autor (Monje, 2011) menciona que se trata de un proceso sistemático y ordenado que sigue ciertos pasos específicos y que consiste en proyectar el trabajo desde una perspectiva lógica para la toma de decisiones y con estrategias orientadas a la obtención de respuestas adecuadas que respondan a los problemas propuestos.

La investigación será transversal, ya que es un estudio descriptivo y observacional, que nos ayuda a determinar una condición o estado en el que se encuentra una población definida a través de muestras de un tiempo determinado, que analiza datos de variables estadísticas algunos hechos, pero que no permiten establecer causalidad.

POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO

n= Muestra

N= Tamaño de la población o universo, teniendo como número de visitantes en el municipio de 48,025 habitantes (INEGI, 2022).

i= Error imprevisto o incontrolado, 10% = 0.1

p= Probabilidad de éxito = 0.7

q= Probabilidad de fracaso = 0.3

Z= Estadígrafo de la Curva Normal Gaussiana, al 95% de confianza y un 5% de error admitido. Z = 1.96, lo cual representa la cantidad de encuestas a aplicar para los visitantes.

Dónde:

$$n = N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q$$

$$e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q$$

$$n = (48,025)(1.96)^2(0.7)(0.3)$$

$$(0.01)^2(48,025-1)+(1.96)^2(0.7)(0.3)$$

$$n = 38,727.36$$

$$481.0464$$

$$n = 80.539$$

Definiendo por la fórmula anterior, se tiene que realizar un total de 80 encuestas.

Interpretación de resultados

¿CONOCE EL NOMBRAMIENTO “PUEBLO CON SABOR”?

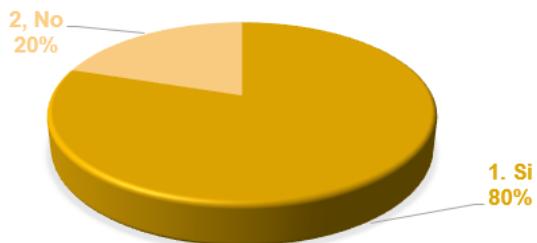


Figura 1. ¿Conoce el nombramiento “Pueblo con Sabor” otorgado a Villa de Tezontepec?

La figura 1 representa si las personas encuestadas tanto habitantes como no personas originarias del municipio conocen el nombramiento “Pueblos con Sabor”, en cual los resultados muestran que el 80% de sí lo conocen y el resto con un 20% con respuesta negativa.

GRACIAS AL NOMBRAMIENTO ¿HA AUMENTADO EL TURISMO?

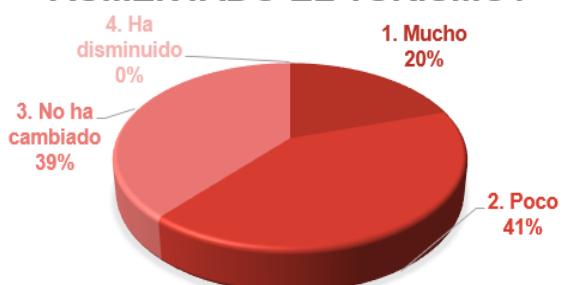


Figura 2. Aumento del turismo por el nombramiento

La figura 2 representa la importancia del nombramiento y que si gracias a eso los habitantes han visto un cambio en el aumento del turismo a lo que se respondió y se dieron los siguientes resultados el 20% contestó que mucho, el 41% que poco, los demás consideran que no

ha cambiado con un 39% y la última parte restante de la 0% respondió que no ha disminuido.

IMPACTO EN SU ECONOMÍA

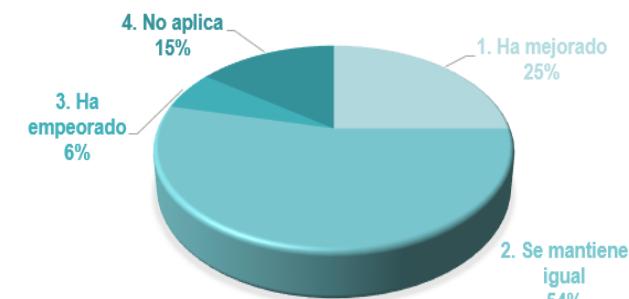


Figura 3. ¿Cómo ha impactado esto en su negocio o economía local?

La figura 3 representa como el nombramiento ha impactado en su vida diaria en un ámbito económico, en el cuál se representa de la siguiente manera el 24% de los habitantes respondieron que se ha mantenido igual, el 25% nos da una perspectiva de que ha mejorado, el tercer dato que arroja de las respuestas es que el 15% no aplica para ellos ese impacto y por último resultado tenemos que el 6% afirma que ha empeorado la situación económica.

Perspectiva teórica

Teoría del Capital Cultural

La teoría de la capital cultural propuesta por Pierre Bourdieu empezó a dar forma en los años 70, con esta teoría Bourdieu expuso cómo el sistema educativo muchas veces plasma desigualdades sociales al valorar algunos saberes y comportamientos que no todas las personas poseen por igual, es decir, explica a detalle cómo las desigualdades sociales se mantienen más allá de la riqueza económica. (Rojas, 2013) Funciona como un recurso que aporta ventajas a la sociedad, en especial en los ámbitos educativos y laborales.

Asimismo la teoría del capital cultural nos ayuda a comprender en el nombramiento “Pueblos con Sabor” cómo impacta el turismo en Villa de Tezontepec, que valora las prácticas culturales locales, que son reflejadas de las siguientes maneras en los sabores gastronómicos, en sus técnicas culinarias y en las tradiciones que son transmitidas de generación en generación, y que dan identidad al municipio atrayendo a visitantes que pueda experimentar de estas actividades transformadas en un recurso turístico.

Desde esta perspectiva, podemos afirmar como esta teoría fortalece e impulsa la economía local y la identidad

cultural del municipio, convirtiéndose en un punto clave y elemento fundamental para comprender la relación que existe entre las tradiciones, el desarrollo económico y el turismo en Villa de Tezontepec.

Bourdieu propone en su teoría tres tipos de capital cultural:

Capital cultural incorporado: Este tipo de capital cultural se especializa en saberes y habilidades que se aprenden a través de la socialización familiar temprana.

Este tipo de capital cultural está relacionado con el conocimiento sobre cocina tradicional y prácticas culinarias que los habitantes de Villa de Tezontepec adquieren de generación en generación, para así llevarlos a la práctica y ofrecerlos a los mismos habitantes y turistas de manera comercial, que se vuelve atractivo ya que ofrece experiencias auténticas, el reconocimiento que se le da a “Pueblos con Sabor” se visibiliza como un patrimonio que es digno de ser compartido y es la base que sustenta la cultura local.

Capital cultural objetivado: Este consiste en los bienes culturales materiales tangibles. En este caso, los recetarios, los utensilios, los platillos típicos: como la barbacoa, las tortas, las nieves, el pulque, etc.; la infraestructura en donde los comerciantes de estos platillos los venden, las festividades que ponen en alto la gastronomía de este municipio, como el día del tortero el 1ro de mayo de cada año, son expresiones tangibles del patrimonio de este lugar.

Permite que los visitantes accedan directamente a conocer la cultura local y fortalece el atractivo turístico del municipio a estos bienes materiales que son transformados en recursos turísticos que son reconocidos y que ayudan a impulsar la economía y la identidad del municipio de Villa de Tezontepec.

Capital cultural institucionalizado: Este se refiere a las credenciales académicas y títulos escolares que funcionan como certificados de competencia cultural. Bourdieu estudia los sistemas educativos que transforman a este capital institucional.

El nombramiento “Pueblos con Sabor” es un reconocimiento que fue otorgado de manera formal gracias a la gastronomía de Villa de Tezontepec. No obstante, este juega un papel fundamental como certificación institucional otorgado por el Gobierno Estatal, que acredita y respalda, la cultura y la gastronomía. Es así como el distintivo no sólo se reduce

o restringe a un simple título, sino que representa un recurso social y cultural que ayuda a fortalecer la identidad dentro del municipio.

Dicho esto, el nombramiento “Pueblos con Sabor” pone en alto la valoración y validación del capital cultural institucionalizado, ya que otorga un reconocimiento de manera formal a la gastronomía de Villa de Tezontepec. Esto influye en la percepción de los habitantes y los turistas de este municipio, esto hace que de alguna manera los habitantes tengan participación en este nombramiento, por sus conocimientos adquiridos en la vida diaria hablando gastronómicamente, por lo que esto también influye en analizar si este nombramiento influye en los habitantes y su vida diaria, el turismo y la economía de Villa de Tezontepec.

En conjunto estas dimensiones muestran que los tres tipos de capital cultural nos permite entender la inmersión cultural y como contribuye a la proyección presente y futura en el mercado turístico, y en las mejoras de las condiciones sociales y económicas de la comunidad local.

En conclusión, la teoría del capital cultural de Pierre Bourdieu nos permite comprender y analizar diferentes puntos de vista, de como el nombramiento “Pueblos con Sabor” en Villa de Tezontepec, ha sido un proceso de transformación que no solo reconoce la riqueza gastronómica del municipio; sino que también ayuda a potenciar su impacto en distintos ámbitos, uno de ellos es la gran oportunidad que hay para fortalecer la identidad cultural y potenciar el turismo dentro de la localidad.

Hablando en un término social, entendemos que fortalece la autenticidad comunitaria y el orgullo local que permite valorizar las tradiciones de las generaciones. Siguiendo con el ámbito económico, se analizó las oportunidades para el emprendimiento gastronómico, y el desarrollo de comercios vinculados con la venta de artesanías, venta de pieles, barbacoa, tortas, etc. Un amplio mercado para laborar, generando ingresos y empleos, vinculados al turismo, que consolida al municipio como un destino que nos ofrece experiencias auténticas basadas en el capital cultural incorporado, objetivado e institucionalizado.

Estos elementos al ser valorados y promovidos de manera correcta, logran convertirse en recursos fundamentales y estratégicos para la comunidad, son ejemplo de cómo el capital cultural, al institucionalizarse puede impulsar la cultura, la economía, la sociedad, el turismo entre otros, y buscar un beneficio para el bien común de los habitantes y los visitantes del municipio “Pueblos con Sabor”.

Conclusiones

De acuerdo a la teoría del Capital cultural planteado por Pierre Bourdieu en los años 70, que explica que las desigualdades sociales van más allá que por el poder adquisitivo de las personas, si no que se extiende a saberes y comportamientos; traducido al tema central de nuestra investigación, se enfoca que en el nombramiento “Pueblos con Sabor” y la forma en la que las tradiciones culinarias que se mantienen a través del tiempo ayudan a fortalecer e impulsar la economía local y la identidad cultural del municipio, convirtiéndose en un punto clave y a su vez en un elemento fundamental para comprender la relación que existe entre las tres variables: tradiciones, desarrollo económico y turismo en el municipio de Villa de Tezontepec.

Debido al trabajo de campo, se puede mencionar que, los resultados obtenidos a través de la investigación mixta, y de la aplicación de encuestas a la población del municipio, se logra comprobar la hipótesis planteada, llegando así a la conclusión de que el nombramiento “Pueblo con Sabor” ha tenido una influencia positiva en el turismo del municipio Villa de Tezontepec, al aumentar el número de visitantes, mejorando la proyección del destino y fortaleciendo la economía local a través de la diversificación cultural y gastronómica, en conjunto con la unidad de los comerciantes y pobladores para que fuera posible obtener el nombramiento para el municipio y fortalecer el orgullo que sienten los pobladores por su identidad gastronómica y cultural.

El objetivo de nuestra investigación es analizar los principales aspectos del turismo dentro de Villa de Tezontepec y cómo estos han impactado a partir del Nombramiento “Pueblos con Sabor”, con el fin de identificar de qué manera ha influido en la vida cotidiana de los pobladores originarios. De acuerdo a nuestros resultados y las experiencias recabadas, cumplimos el objetivo planteado y logramos entender que el nombramiento si influyó dentro del turismo de una manera positiva sin embargo el apoyo del gobierno hacia la comunidad para lograr este nombramiento fue casi nulo y hasta el día de hoy no se a reflejado un apoyo gubernamental ni para infraestructura o promoción de este, por ello los pobladores de la comunidad se mantienen unidos para fortalecer y mantener el nombramiento.

Gracias a esto se concluye que el nombramiento si influyó en el aumento del turismo, pero los comerciantes y pobladores en general no han visto ningún mejoramiento

en su vida diaria ya que no ha habido ningún seguimiento o impulso de las organizaciones gubernamentales, sin embargo tampoco afecta, por lo que se mantiene estable esta calidad de vida de cada uno.

Referencias

- [1] *Economipedia*. (s. f.). *Producto interior bruto (PIB)*. *Economipedia*. Recuperado el 12 de septiembre de 2025, de <https://economipedia.com/definicion/producto-interior-bruto-pib>
- [2] *Economipedia*. (s. f.). *Fondo Monetario Internacional (FMI)*. *Economipedia*. Recuperado el 12 de septiembre de 2025, de <https://economipedia.com/definiciones/fondo-monetario-internacional.html>
- [3] *Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)*. (2024, 23 de julio). *El patrimonio cultural de México: clave en la identidad y desarrollo*. *UNIR* México. <https://mexico.unir.net/noticias/ciencias-sociales/patrimonio-cultural-mexico/>
- [4] Oyarce Ortuya, P. (2021, 8 de noviembre). *Patrimonio local y turismo: una relación simbiótica*. *LinkedIn*. <https://es.linkedin.com/pulse/patrimonio-local-y-turismo-una-relaci%C3%B3n-simbi%C3%B3tica-oyarce-ortuya>
- [5] *Concepto Ejemplo*. (s. f.). *Patrimonio regional. Concepto Ejemplo*. Recuperado el 12 de septiembre de 2025, de <https://concepto.ejemplo.com.ar/concepto-de-patrimonio-regional/>
- [6] *OIT Cinterfor*. (s. f.). *Patrimonio cultural y natural*. *Organización Internacional del Trabajo*. Recuperado el 12 de septiembre de 2025, de <https://www.oitcinterfor.org/node/6178>
- [7] *Euroinnova*. (s. f.). *Identidad*. *Euroinnova*. Recuperado el 12 de septiembre de 2025, de <https://www.euroinnova.com/glosario/i/identidad>
- [8] *Cesuma*. (2023, 25 de septiembre). *¿Qué es el turismo?* *Cesuma*. <https://www.cesuma.mx/blog/que-es-el-turismo.html>
- [9] *Entorno Turístico*. (2023, 19 de junio). *Pueblos con Sabor, una estrategia para fomentar y proteger el patrimonio inmaterial de México*. <https://www.entornoturistico.com/pueblos-con-sabor-una-estrategia-para-fomentar-y-proteger-el-patrimonio-inmaterial-de-mexico/>
- [10] *Hidalgobrilla*. (2024, 15 de enero). *Villa de Tezontepec: rincón de historia y gastronomía*. <https://hidalgobrilla.com/villa-de-tezontepec-rincon-historia-gastronomia/>
- [11] *Gobierno Municipal de Villa de Tezontepec*. (s. f.). *Villa de Tezontepec*. Recuperado el 12 de septiembre de 2025, de <https://www.villadetezontepec.mx/>
- [12] *INEGI*. (2025). *Villa de Tezontepec: Información geográfica y datos estadísticos*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexicocifras/datos_geograficos/13/13066.pdf

- [13] Secretaría de Turismo de Hidalgo. (s. f.). Lineamientos Distintivo Pueblos con Sabor (PCS). Recuperado el 12 de septiembre de 2025, de https://s-turismo.hidalgo.gob.mx/pdf/Lineamientos_Distintivo_PCS.pdf
- [14] Mariel de Viaje. (2023, 11 de octubre). Qué son los pueblos con sabor. <https://marieldeviaje.com/destinos/que-son-los-pueblos-con-sabor/>
- [15] García García, A. (2022). *El impacto turístico en los pueblos con sabor: Estrategias para el desarrollo local*. Investigium IRE: Ciencias Sociales y Humanas, 13(1), 45-58. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/investigium/article/view/11417>