

Rocío Esquivel Ríos
Doctora en Ciencias Administrativas por el Instituto de
Estudios Universitarios de Puebla
Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende
México
[chioesquivel@hotmail.com]

REVISTA
**TURISMO
Y SOCIEDAD**



**LOS ESCAMOLES,
HERENCIA CULINARIA Y
ATRACTIVO TURÍSTICO
EN MINERAL DE POZOS
(GUANAJUATO, MÉXICO)**

**ESCAMOLES, GASTRONOMIC
HERITAGE AND TOURIST
ATTRACTION IN MINERAL DE
POZOS (GUANAJUATO, MEXICO)**

Para citar el artículo: Esquivel, R. (2024). Los escamoles, herencia culinaria y atractivo turístico en Mineral de Pozos (Guanajuato, México). *Turismo y Sociedad*, XXXI, pp. 107-128. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n35.05>

Fecha de recepción: 1 de abril de 2022
Fecha de modificación: 7 de junio de 2022
Fecha de aceptación: 23 de octubre de 2023

Resumen

Mineral de Pozos, a partir de su nombramiento como pueblo mágico, ha posicionado el turismo como su principal actividad económica y ha logrado una amplia diversificación de este, incluyendo el turismo gastronómico. Derivado de ello, el presente artículo tiene como objetivo principal identificar la percepción de la comunidad receptora y de los turistas con respecto a los escamoles a partir del levantamiento de encuestas a manera de un primer acercamiento. Los principales hallazgos se enfocan en la identificación de que los escamoles aún no son una motivación que influya en la decisión de viaje al destino, sin embargo, son un atractivo al conocerlos *in situ*. Por otro lado, los residentes tienen conocimiento del platillo, pero no lo estiman como un elemento identitario de su cultura; en todo caso, hoy en día se considera una oportunidad de negocio en los establecimientos de alimentos y bebidas.

Palabras clave: escamoles, turismo cultural, Mineral de Pozos, cocina tradicional

Abstract

Mineral de Pozos, from its appointment as a magical town, has positioned tourism as the main economic activity, and has achieved a wide diversification of it including gastronomic tourism. Derived from this, the present article has as main objective to identify the perception of the community receiver and tourists with respect to the escamoles from the lifting of surveys as a first approach. The main findings focus on the identification that the escamoles are not yet a motivation that influences the decision to travel to the destination, however, it is attractive to know it *in situ*. On the other hand, residents are aware of the dish, but

do not consider it as an identity element of their culture, in any case today it is considered a business opportunity in food and beverage establishments.

Keywords: escamoles, cultural tourism, Mineral de Pozos, traditional cuisine

1. Introducción

Mineral de Pozos es una localidad perteneciente al municipio de San Luis de la Paz, en el estado de Guanajuato, México. Este destino se incorporó al Programa Pueblos Mágicos en 2012 gracias a la riqueza histórica que posee, principalmente derivada de la minería. Fue precisamente la actividad minera la que en su momento de esplendor desarrolló una importante infraestructura urbana y minera que hasta el día de hoy se puede apreciar en los devastados cascos de haciendas y edificaciones en ruinas.

La localidad recibió el impulso para transformarse en un pueblo turístico que hoy en día recibe a más de 148.200 visitantes anualmente (Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato [OTEG], 2021). Tal impulso se debió, en primer lugar, a la idea de querer aprovechar toda su antigua infraestructura y su área urbana minera, y, en segundo lugar, a ser un pueblo con poca población campesina (2.856 habitantes según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020), dado que parte de sus pobladores/residentes migró a otros estados o ciudades para dedicarse a otras actividades económicas y productivas.

A partir de su nombramiento como pueblo mágico, Mineral de Pozos construyó una imagen turística de pueblo minero deshabitado, en donde los recorridos de los turistas en el interior del pueblo y sus orillas son parte de sus nuevas formas de uso del espacio urbano y turístico. Por otra parte, la gastronomía se convirtió en uno más de sus atractivos, particularmente los escamoles, que son percibidos como un platillo diferente o exótico.

La cosecha de escamoles únicamente se obtiene año con año durante el período que comprende de abril a junio, previo a la temporada de lluvia. El resto del año no es posible la obtención de este alimento, motivo que conduce al incremento de su precio; sin embargo, aun con este aumento, los turistas buscan consumirlo.

La conjunción de la actividad turística y los escamoles como alimento prehispánico en Mineral de Pozos puede convertirse en un impulso para incrementar el flujo de turistas enfocados en el interés gastronómico. Derivado de ello, se desarrolla el objetivo principal de esta investigación, el cual radica en medir la percepción de la comunidad receptora y de los turistas con respecto a los escamoles.

El presente artículo está dividido en cinco partes. La primera es la introducción. La segunda concentra lo referente al marco teórico de la investigación, en la que se desarrolla la contextualización geográfica e histórica del destino turístico y se aborda la importancia de los escamoles como parte de la tradición chichimeca. En la tercera parte se detallan la metodología utilizada, el diseño de la investigación y los instrumentos de investigación utilizados. En el cuarto apartado, correspondiente a los resultados, se desglosan las

estadísticas obtenidas durante el trabajo de campo. Para concluir, en la quinta parte del artículo se presentan las reflexiones finales.

2. Marco teórico

En México, la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal funge como la máxima autoridad en políticas públicas enfocadas en la actividad turística. Para 2001, en colaboración con diversas dependencias públicas federales, gobiernos estatales y municipales, formuló el Programa Pueblos Mágicos bajo la administración del entonces presidente Vicente Fox Quesada. El programa incorporó inicialmente treinta pueblos con la finalidad de aprovechar, en términos turísticos, sus atributos históricos y manifestaciones socioculturales, para mejorar la imagen urbana y conjuntar esfuerzos con el propósito de conformar alternativas turísticas para los visitantes nacionales y extranjeros (SECTUR, 2008). Para 2002, el municipio de Dolores Hidalgo fue el primero del estado de Guanajuato en incorporarse a la lista, y para 2012 ingresaron las comunidades de Salvatierra, Yuriria, Jalpa de Cánovas y Mineral de Pozos. Finalmente, en 2018 Comonfort pasó a ser el último de los pueblos mágicos del estado.

A partir de 2012, Mineral de Pozos comenzó una nueva etapa de desarrollo, enfocada en el sector servicios, principalmente el turismo, y se convirtió en uno de los principales motores de desarrollo de la región noreste del estado de Guanajuato. Según datos del OTEG, tan solo en 2021 obtuvo una captación de MXN 174.400 millones por concepto de actividades turísticas.

2.1 Contextualización histórico-geográfica

El municipio de San Luis de la Paz posee una extensión territorial de 2.031,3 km² compuestos por 434 localidades. Su densidad poblacional es de 63,3 habitantes por km², para un total de 128.536 habitantes. La cabecera municipal concentra el mayor número de pobladores (51.894), a la que le siguen la comunidad de Nación de Chichimecas (9.609) y San Pedro de los Pozos, nombre oficial de Mineral de Pozo, (2.856) (INEGI, 2020).

La localidad de Mineral de Pozos pertenece a la subregión Chichimeca del estado de Guanajuato, que se caracteriza principalmente por ser una región de vasta riqueza cultural, pues alberga a la comunidad chichimeca más grande en la actualidad en la República Mexicana (Sistema de Información Cultural [SIC], 2019). Esa comunidad es la que fundamenta gran parte de la cultura y de las tradiciones de la sociedad de Pozos.

En contraparte a esta cultura legendaria, de acuerdo con el análisis socioeconómico realizado por Arévalo (2021), actualmente Pozos enfrenta problemas generales, como analfabetismo, pobreza y marginación, pocas oportunidades de empleo, poca conectividad carretera, un bajo desarrollo económico, así como escasez y baja calidad del agua.

El clima predominante en Mineral de Pozos es semiseco, con lluvias abundantes en el verano. La temperatura promedio es de 16,0 °C durante el año. En el invierno, las mañanas y las noches presentan temperaturas bajas con abundante neblina, que envuelve a la comunidad en un misticismo y enigma capaz de cautivar a propios y extraños. Esta característica del

lugar ha despertado el interés de diversos directores de cine y productores de contenidos audiovisuales que han elegido a la comunidad de Pozos para desarrollar películas, *video-films*, comerciales y festivales de cine, entre otros eventos que han logrado dar a conocer a la comunidad en diversas partes del mundo.

Figura 1. Ubicación geográfica de Mineral de Pozos



Nota. Figura extraída de Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED, 2018).

Como resultado de la influencia chichimeca, del legado histórico de diversos hechos y de la opulencia generada por la actividad minera, Pozos ha vivido diversas etapas a lo largo del tiempo hasta llegar a ser un pueblo fantasma y, posteriormente, un destino turístico. Por tal razón, cada una de las etapas de su historia ha sido parte importante de su desarrollo.

2.2 Mineral de Pozos: de pueblo fantasma a pueblo mágico

La minería en Mineral de Pozos llegó en el año 1540 gracias a su ubicación geográfica. Debido al descubrimiento de las minas en Zacatecas y por la necesidad de trasladar los metales obtenidos hacia la actual capital del país, se construyó la “Ruta de la Plata”, la

cual atravesaba el actual estado de Guanajuato, particularmente San Luis de la Paz, tierra habitada por la civilización chichimeca.

Figura 2. Camino real de Tierra Adentro



Nota. Figura extraída del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH Chihuahua, 2018).

Los primeros españoles llegaron a este lugar por los intereses de los conquistadores; el objetivo era afianzar la seguridad de la riqueza extraída del norte, la cual querían mantener segura durante su traslado (Sánchez, 2007).

En 1576 comenzaron los conflictos entre los españoles y los chichimecas porque los primeros querían proteger la Ruta de la Plata y evangelizar a la gente que habitaba el lugar, que en ese momento fue llamado Palmar de la Vega. Un personaje destacado que vivía en la región fue el sacerdote jesuita Jesús Gonzalo de Tapia, quien fue enviado allí por su conocimiento del idioma y de la cultura de los chichimecas y de la etnia otomí. Los jesuitas fueron los encargados de introducir en la región el oficio de la minería con los

métodos europeos; con esta actividad lograron la opulencia de la ciudad, que entonces cambió su nombre por el de San Pedro, patrono de los mineros. Para el año 1600, San Pedro ya contaba con cien minas aproximadamente.

En 1658, el lugar fue nombrado Pozos debido a la gran cantidad de excavaciones relacionadas con la minería. Para finales del siglo XIX, San Pedro de los Pozos ya contaba con actividad turística, pues hay indicios de que ya existían hoteles, restaurantes y hasta un teatro.

Al inicio de la guerra de Independencia se dio un primer período de decadencia en Pozos, por tal motivo, disminuyeron los trabajos en las minas, aunque existía un interés por no dejar de producir (López, 2016). Parte de este abandono de las minas se debió a la falta de insumos para laborar, así como al retiro de capital de inversión.

Para 1895, las minas de nuevo proporcionaban grandes cantidades de minerales, principalmente oro y plata, así que Pozos se convirtió en una de las ciudades más ricas del país. Para atender las necesidades sociales de la población, y con la cantidad de dinero originada, se establecieron hoteles, restaurantes, teatros, tiendas comerciales —como el Palacio de Cristal, hoy conocido como el Palacio de Hierro, y Fábricas de Francia, la primera tienda de México— y hasta una plaza de toros. Ese mismo año Pozos cambió su nombre por el de Ciudad Porfirio Díaz; ese período fue el del máximo esplendor que vivió la ciudad (Vidaurri & Helguera, 2021).

Al término del Gobierno porfirista, Mineral de Pozos vivió su segunda época de decadencia. Este período inició en 1926, cuando comenzó la guerra cristera, que conllevó la inestabilidad del pueblo y de los precios de los metales. Debido al riesgo que corrían las empresas mineras y el capital extranjero, los inversionistas retiraron su dinero. La última mina ubicada en Mineral de Pozos cerró en 1927. Por la falta de inversión y de trabajo para los pobladores, estos decidieron emigrar en busca de mejores oportunidades y dejaron el pueblo en total abandono. Se dice que, en los años 50, menos de 200 personas vivían en Pozos, por lo cual se convirtió en un pueblo fantasma (López, 2016).

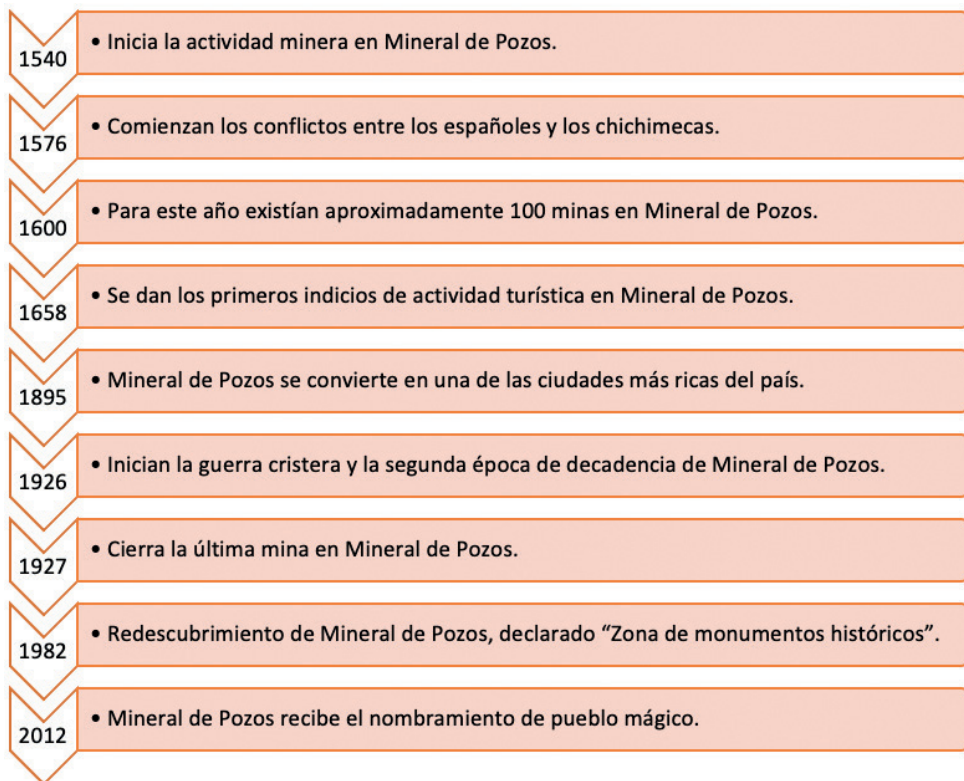
Durante la administración del presidente López Portillo (1976-1982), Mineral de Pozos fue declarado monumento histórico, y más adelante, el 16 de febrero de 2012, fue denominado pueblo mágico (Gobierno del Estado de Guanajuato, 2020).

Desde de su nombramiento como pueblo mágico, Pozos se convirtió en uno de los destinos turísticos más visitados en el estado de Guanajuato. En la Figura 4 se presentan las principales motivaciones de viaje según datos del OTEG (2021).

A partir de la conjunción entre la civilización chichimeca y la orden jesuita —que llegó a la región a evangelizar a los nativos—, surgió una fusión entre las culturas, las costumbres y, por ende, la gastronomía, que hoy en día es parte importante de este pueblo mágico.

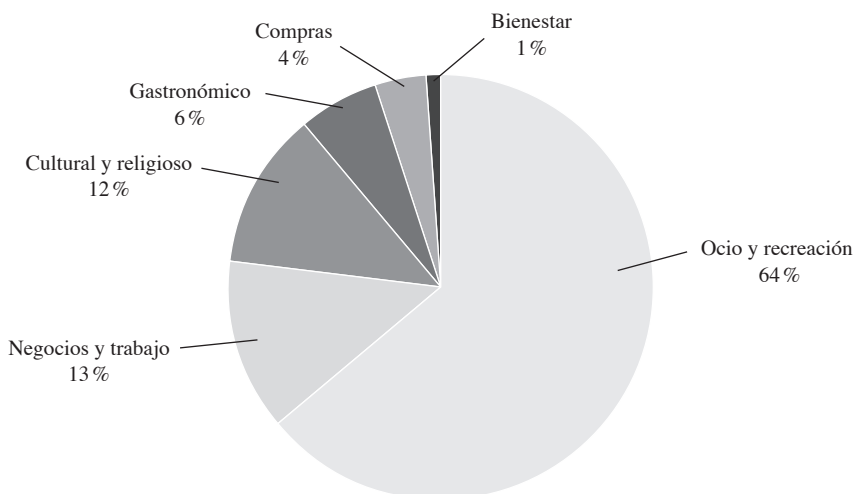
El segmento de turismo gastronómico ha ido ganando terreno poco a poco, sin embargo, aún no se ha posicionado como uno de los principales. Al respecto, la experiencia culinaria de consumir escamoles puede ser un motivo para favorecer el flujo de turistas orientados hacia la gastronomía.

Figura 3. Evolución de Mineral de Pozos



Nota. Elaboración propia.

Figura 4. Segmentos de turismo en Mineral de Pozos



Nota. Gráfica extraída del OTEG (2021).

2.3 La cocina tradicional como parte del turismo cultural

Existen diferentes definiciones del turismo cultural, una de ellas es la proporcionada por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS, 1999), que, siguiendo los lineamientos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), define el turismo cultural como un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como un viaje de estudios, por representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, el *folklore*, el arte o una peregrinación.

Santana (2003) menciona que el turismo cultural e histórico, en el momento de construcción de la tipología, abarcaba desde lo pintoresco y el color local, los vestigios de una vida en proceso de extinción, hasta los circuitos de ruinas, monumentos y museos. A partir de la construcción de esta tipología se podría entender que el turismo cultural incluye mucho más que monumentos e inmuebles históricos, ya que en esta categoría también se clasifican los hechos históricos, el modo de vida, las festividades y las obras de arte; también se pueden incluir las expresiones de arte culinario.

La cocina tradicional, que forma parte de las expresiones culinarias, ha tomado un papel fundamental en las motivaciones de los viajeros. Al respecto, Tikkanen (2007) menciona que la gastronomía tiene un vínculo cercano con el turismo que se puede expresar de cuatro maneras diferentes, a saber: como atracción y forma de cautivar al turista sobre determinado lugar; como atractivo de rutas gastronómicas; como experiencia que se adquiere después de haber visitado varios lugares donde la gastronomía es diferente y le permite al turista distinguir sabores; y como fenómeno cultural.

Lo enunciado en el párrafo anterior permite vislumbrar la importancia que tiene la gastronomía como parte del turismo cultural y, sobre todo, del destino que lo promueve, esto en función de los ingredientes que se utilicen, de los platillos creados, de su proceso de elaboración y, ante todo, de la expresión de la cultura que se difunda.

México ha destacado a nivel internacional por la gran variedad de platillos y sabores provenientes de la época prehispánica, a los que, debido al choque cultural durante la Conquista, se integraron ingredientes traídos desde España por los conquistadores. Para 1700, la Iglesia católica tuvo una gran aportación a la cocina mexicana gracias a los 22 conventos asentados a lo largo del país, en donde las monjas se dedicaban a realizar grandes invenciones culinarias con elementos tanto prehispánicos como españoles para brindarles platillos dignos a las autoridades eclesiásticas (Olvera, 2015); con ello, las religiosas también desarrollaron grandes habilidades en la repostería y creció su notoriedad en todo el país.

Fernández (2006), en su historia de la cocina mexicana, menciona que para el año de 1856 se publicó el *Manual del cocinero, dedicado a las señoritas mexicanas*, en el que se recuerda que el valor de las mujeres para esa época estaba dado en función de sus habilidades culinarias. Entre las recetas que se presentan en dicho recetario se encuentran la sopa de almendra, los tornachiles, las capirotadas, los manchamanteles y los buñuelos de viento, entre otras.

Con el ir y venir de épocas a lo largo del tiempo, la cocina mexicana ha sufrido cambios en cuanto a sus ingredientes básicos, de manera que ha llegado hasta la actualidad

conservando muchos de ellos, pero sustituyendo algunos otros. En los últimos años, el estado de Guanajuato ha apostado por revivir parte de esa cultura gastronómica y complementar el gran atractivo cultural con el que ya contaba, para lograr con ello un acierto en la actividad turística.

Sin embargo, es necesario mencionar que, para que un destino pueda ofrecer una experiencia culinaria y logre desarrollarse un turismo gastronómico, se requiere de recursos turísticos especiales en el destino, tales como instalaciones, actividades y personal calificado (Ignatova & Smith, 2006). Como lo mencionan Mazón et al. (2014), en este contexto, la promoción del destino turístico depende de la conjugación de los recursos turísticos. Entre tales recursos se contemplan los establecimientos que brindan el servicio de cocina tradicional, así como las personas que son capaces de crear estos platillos sobre la base de las características y los procedimientos tradicionales.

2.4 Mineral de Pozos y su herencia gastronómica

Los chichimecas eran una tribu nómada que se asentaba en el territorio dependiendo de las bondades de la tierra y que luchaba contra otros grupos por defender dicho territorio. Existe muy poca información sobre su gastronomía, de hecho, los únicos registros históricos que hay al respecto son aquellos de los propios evangelizadores que llegaron a la región.

En las pesquisas realizadas para conocer la base de la gastronomía chichimeca, se halló que esta consistía en alimentos que se encontraban en el entorno en donde se establecían, como podían ser verdolagas, quelites, tunas, xoconostles, nopales, biznagas, magueyes, maíz, frijoles, chícharos, calabazas, entre otros alimentos (Méndez, 2020). Las flores de los cactus eran cocinadas en hornos subterráneos, mientras que con el mezquite preparaban un pan blanco; así mismo, la miel de abeja no faltaba en su dieta. Además de consumir las plantas silvestres, complementaban su alimentación con carne de zorrillo, liebre, venado, serpiente, paloma y rata de campo, que eran cazados por ellos mismos.

La civilización chichimeca, además de destacar por su linaje guerrero, en la actualidad es reconocida por la herencia gastronómica que ha dejado a la región. Uno de los principales platillos de su legado son los escamoles, que datan del período prehispánico de la antigua Mesoamérica, cuando, ante la necesidad de encontrar alimentos en tiempo de escasez, estos pobladores decidieron buscar debajo de la tierra y encontraron en los hormigueros una opción más para alimentarse. Por el valor nutricional que tienen los escamoles, podían proporcionar a los chichimecas la vitalidad necesaria para soportar sus largas jornadas (Viesca & Romero, 2009).

La cosecha de estos huevecillos no es nada sencilla y únicamente se pueden recolectar, en algunas ocasiones, en febrero, pero principalmente durante marzo y abril, que son los meses previos a la temporada de lluvias. Estos son los principales motivos por los cuales este platillo se oferta a precios elevados, pues la experiencia de comerlos inicia con su recolección.

Mineral de Pozos se caracteriza por ser tierra fértil para la cosecha de escamoles. Las cocineras tradicionales son las encargadas de su preparación con la receta ancestral.

2.5 Los escamoles como platillo típico de la región

Se estima que en México existen 973 especies de hormigas, pertenecientes a 21 subfamilias (Ríos-Casanova, 2014); una de estas especies es la denominada *Liometopum apiculatum*, cuyos huevecillos, llamados escamoles, han sido consumidos desde la época prehispánica, principalmente en la región central de la República Mexicana. Escamole es el nombre que se le da a la hueva de hormiga; la palabra proviene del náhuatl *azcamolli* (de *azcatl*, hormiga y *mulli*, guiso o mole) (Larousse Cocina, 2022a). El aspecto de estos huevecillos es de color blanco brillante, con un tamaño similar al de un grano de arroz. La hormiga que produce estos huevos es negra y hace sus nidos debajo de la tierra, a varios metros de profundidad, junto a magueyes, nopales y árboles de pirul y mezquite, lo que vuelve complicada su recolección.

El proceso de recolección inicia desde el momento en que los recolectores se preparan para ello. El señor Eduardo Guerrero, recolector, platica un poco sobre la experiencia al momento de extraer los huevecillos:

Es necesario prepararse bien para ir a buscar los hormigueros, colocarse camisas de manga larga, pantalones con calcetas largas y botas, y tratar de sellar todas las aberturas con cinta canela y bolsas de plástico para que las hormigas no puedan meterse al cuerpo y picarnos, porque se enojan cuando metemos las manos para tomar sus huevos.

Habiendo tomado las medidas de precaución adecuadas, los recolectores recorren los campos en busca de los hormigueros apropiados. Una vez identificados, introducen el brazo lo más profundo posible para poder extraer los huevecillos.

Como comentó en una entrevista realizada una de las cocineras tradicionales de Pozos, la señora Rosa Terán:

La recolección empieza muy temprano, antes de que salga el sol, porque después las hormigas ya no salen. Lo primero que se tiene que hacer es seguir el caminito de las hormigas para poder llegar al hormiguero. Si no se puede hacer la recolección por la mañana, también se puede hacer cuando bajan el sol y el calor, entre las seis y las siete de la tarde.

En algunas ocasiones, los recolectores se apoyan de varillas largas, que les sirven para picar los hormigueros en busca de los huevecillos, pero siempre teniendo mucho cuidado de no destruir los nidos. Luego de extraer los huevecillos, estos son colocados en algún contenedor o bolsa y son llevados a sus hogares, para continuar con su limpieza. Ya en las cocinas, donde los huevos son limpiados, se escogen los mejores, que se introducen en cubetas o baldes grandes con agua purificada para terminar de limpiarlos. Una observación que se hace es que los huevos deben quedar en buen estado, es decir, inflados, por eso se trata de no poncharlos durante la recolección.

La forma de cocinarlos es muy sencilla, únicamente se preparan con mantequilla, chile y cebolla. En algunas ocasiones se les puede poner algún tipo de hierba, como el epazote, aunque en Pozos, por lo general, no lo utilizan.

La señora Sara Arvizu, distinguida como cocinera tradicional, comenta a grandes rasgos el proceso de su preparación:

La manera de cocinarlos es bien fácil, solamente se pone un poco de mantequilla en la sartén y luego la verdura bien picadita, al final se ponen los escamoles, hasta que veamos que ya están listos, y eso es todo, los podemos servir en el plato para comer.

La manera de acompañar el platillo tradicionalmente es con guacamole y tortillas hechas a mano, o bien con totoposl crocantes. Sin embargo, la señora Rosa utiliza un acompañamiento un tanto diferente, pero al mismo tiempo tradicional:

Algunas veces a mí me gusta acompañar los escamoles con un guiso de gusanos de maguey. Estos gusanitos los recolectamos de las plantas de maguey, y solamente los tuesto en el comal con un poco de sal y los sirvo junto a los escamoles con totopos y el guacamole, además de un agua fresca, y a la gente le gusta.

Figura 5. Platillo de escamoles con gusanos de maguey



Nota. Autoría propia.

La Figura 5 muestra lo que la señora Rosa expresó durante la entrevista. Se trata de un platillo vistoso y al mismo tiempo tradicional: los escamoles cocinados con cebolla y chile, los gusanos de maguey y los totopos rodean el guacamole, ubicado en el centro del plato, acompañado con una flor que sirve como decoración del emplatado.

1 Totopo: palabra de origen náhuatl (*totopochtili*, tostado). Tortilla de maíz martajado, de textura crocante y con varios pequeños orificios en la parte central. Es originario de la región de la Sierra, de la Mixteca y, especialmente, del istmo de Tehuantepec, en Oaxaca. Actualmente se elabora de varios tamaños; se supone que el original mide más de 30 cm de diámetro, pero también se puede encontrar de 18, 12, 8 y hasta de 3 cm de diámetro. Casi siempre está hecho a base de maíz blanco o amarillo (Larousse Cocina, 2022b).

La narración de las cocineras tradicionales y el consumo de este platillo logran consolidar una experiencia gastronómica y turística capaz de satisfacer a los paladares más exigentes.

Un municipio en particular donde se muestra cómo se relacionan el turismo y la gastronomía, principalmente los escamoles, es Aculco, en el estado de México. En su investigación, Benítez (2017) menciona que allí los escamoles han sido una oferta gastronómica que los turistas han recibido de la manera correcta. En cierto modo, las características del perfil de turista y visitante de Aculco coinciden con los de Mineral de Pozos, en el estado de Guanajuato.

Como lo mencionan López-Ojeda et al. (2022), la gastronomía tradicional ha tomado cada vez mayor protagonismo en la actividad turística y se ha situado más allá de un simple servicio complementario. Sin embargo, aunque existen casos de éxito como el que se acaba de mencionar, además de diversas investigaciones que versan sobre la importancia del turismo y la gastronomía, aún hay algunas limitantes para que esta pueda llegar a consolidarse como un elemental motivo de viaje.

Finalmente, cabe mencionar que parte de la importancia de desarrollar productos turísticos enfocados en la gastronomía tradicional tiene que ver con la conservación y preservación de las tradiciones de las localidades. Al respecto, López et al. (2017) mencionan que en el panorama actual de la gastronomía mexicana resalta una tendencia a la revalorización de la cocina.

3. Metodología

Con respecto al diseño metodológico, cabe mencionar que corresponde a una investigación no experimental, ya que solo se observa y se mide el fenómeno de los escamoles como platillo tradicional y/o atractivo turístico, mas no se hace ningún tipo de manipulación de las variables. Hernández et al. (2014) definen las investigaciones no experimentales como estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

Al mismo tiempo, se considera una investigación de tipo transversal, que atiende solo el tiempo presente para el desarrollo de la investigación. Como lo indica Liu (2008), los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.

Así mismo, la investigación describe la percepción de los turistas y la comunidad receptora en torno a los escamoles, por lo que también es considerada descriptiva, de manera que es una investigación no experimental transversal descriptiva.

En cuanto a las técnicas de investigación empleadas, se recurrió a la entrevista directa con la finalidad de conocer de viva voz tanto el procedimiento de la recolección y preparación de los escamoles como el valor cultural que estos tienen. La entrevista fue aplicada a las cocineras tradicionales que se encargan de realizar tanto la cosecha como la preparación del platillo. Es importante destacar que la señora Rosa Terán es propietaria de

los restaurantes llamados “Los Escamoles”, que, como su nombre lo indica, tienen como especialidad este platillo.

Por otro lado, en cuanto a la comunidad receptora, se le aplicó una encuesta a una muestra de 100 personas. Los sujetos encuestados eran hombres y mujeres de 25 a 65 años, originarios de la comunidad. El objetivo del uso de esta técnica corresponde al interés por conocer la importancia de los escamoles como un alimento tradicional e identitario.

Una segunda encuesta fue aplicada a 384 turistas. En este caso se tomó una muestra aleatoria con la finalidad de conocer la percepción de los turistas sobre los escamoles y el interés por su consumo. Para determinar la muestra se recurrió a la fórmula de universo finito, considerando un total de 155.300 visitantes que se recibieron en 2021. Cabe mencionar que las encuestas se realizaron en dos momentos: el primero de ellos, en enero de 2022, de manera virtual por medio de Formularios de Google, dadas las restricciones por la contingencia sanitaria; el segundo, en mayo y junio de 2022, con aplicación presencial.

Como complemento, se presenta una matriz basada en la metodología propuesta por Fred R. David, que ayudó a identificar oportunidades de mejora y obstáculos tanto internos como externos en el proceso de elaboración de los escamoles y su difusión.

4. Resultados

La encuesta realizada tuvo como finalidad plasmar un sondeo que favoreciera la identificación de la percepción de los turistas y la comunidad receptora con respecto a los escamoles.

En los resultados obtenidos durante el trabajo de campo con los turistas y visitantes se encontró que, con relación al perfil que formó parte de la muestra aleatoria, un 62,5 % corresponde a mujeres y un 31,3 % a hombres, con un rango de edad de 19 a 42 años, quienes han visitado Mineral de Pozos; el 6,2 % restante no indicó género, pero sí respondió las demás preguntas. El 69 % de las personas encuestadas conoce los escamoles y el 95 % ya los había probado alguna vez, aunque no necesariamente los había consumido en Mineral de Pozos.

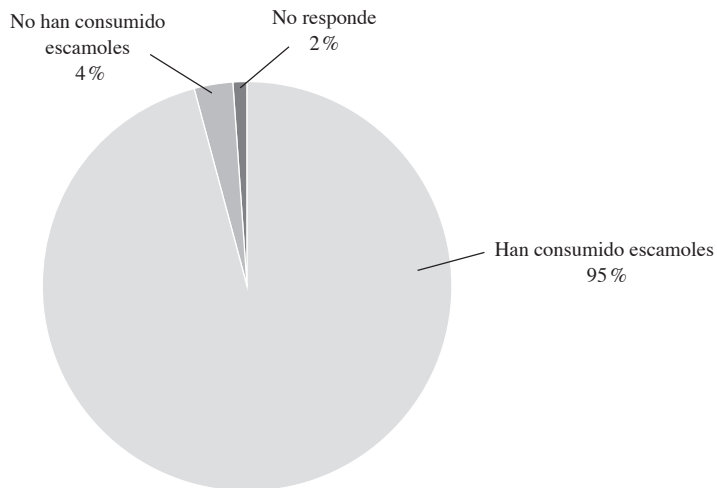
Siguiendo con el levantamiento de información dirigido a turistas y visitantes, se obtuvo que, del total de las personas que no habían probado los escamoles, el 75 % estaba interesado en probarlos por curiosidad, ya que no lo relacionan con la tradición del destino turístico ni con la antigua civilización asentada en la región. Por otro lado, el 50 % de las personas que ya habían consumido el platillo lo relacionan directamente como un elemento identitario de la comunidad de Pozos y, en general, de la sociedad mexicana.

Quienes ya habían consumido los escamoles han pagado por el platillo alrededor de MXN 300, lo cual consideran un costo elevado, mientras que las personas que aún no lo habían consumido consideran gastar en promedio MXN 200.

Finalmente, los turistas que participaron en esta encuesta consideran los escamoles como un atractivo turístico dirigido a un segmento de clase media alta, pues lo estiman caro.

Sin embargo, la relación precio-calidad está directamente relacionada, pues opinan que la experiencia y el sabor valen el precio del mercado.

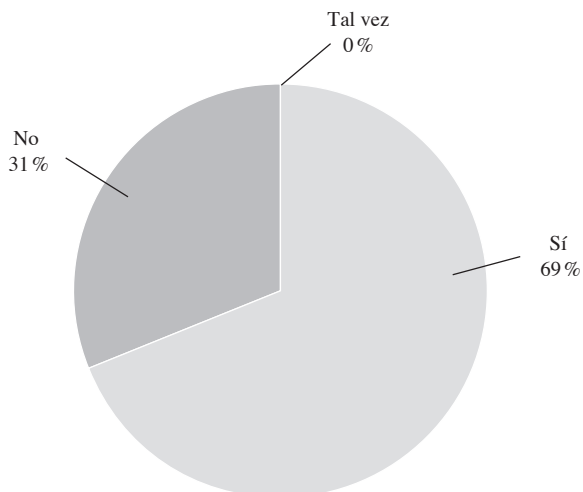
Figura 6. Consumo de escamoles por parte de turistas y visitantes



Nota. Elaboración propia.

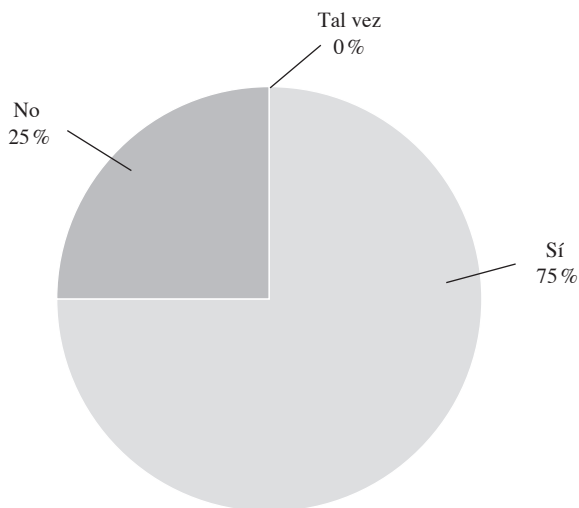
Como se indicó, en la encuesta se les preguntó a los turistas sobre el consumo de escamoles. El 95 % de la muestra afirmó haberlos consumido, mientras que el 3 % dijo no haberlos probado y el 2 % restante prefirió no responder, como lo muestra la Figura 6.

Figura 7. Conocimiento previo sobre los escamoles



Nota. Elaboración propia.

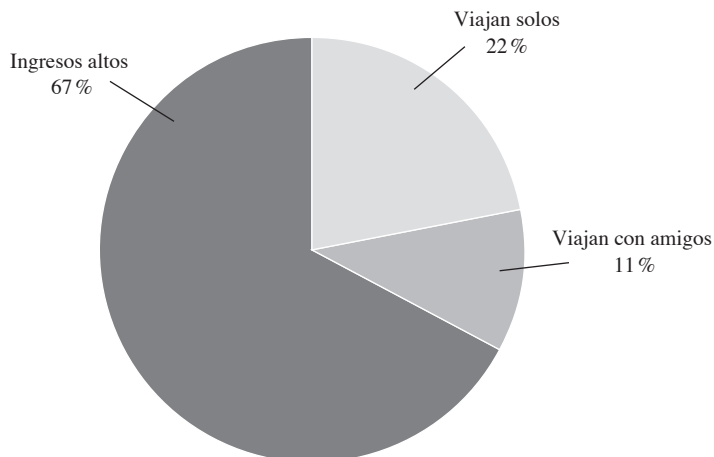
Figura 8. Interés en degustarlo



Nota. Elaboración propia.

Por otro lado, como se evidencia en la Figura 7, el 69 % de los turistas dijo tener conocimiento previo de los escamoles antes de consumirlos, en cambio, el 31 % respondió no conocerlos. Sin embargo, el 75 % del total de las personas encuestadas que no los habían probado sintieron interés en hacerlo mientras se encontraban en el destino, como muestra la Figura 8.

Figura 9. Características de los turistas que consumen escamoles

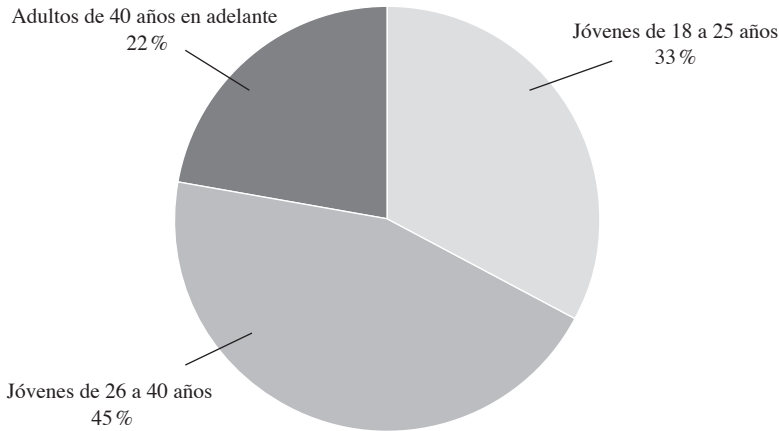


Nota. Elaboración propia.

Así mismo, se identificó que los turistas no llegan a Mineral de Pozos para consumir escamoles; sin embargo, habiendo llegado al lugar y luego de escuchar sobre ellos, los jóvenes

se aventuran a probarlos. Algunas de las características identificadas de los consumidores de escamoles se exponen en la Figura 9.

Figura 10. Rango de edad de turistas que consumen escamoles



Nota. Elaboración propia.

Por medio de la encuesta se pudo identificar que los turistas jóvenes de 26 a 40 años son quienes mayormente consumen escamoles, mientras que los jóvenes de 18 a 25 años conforman el segundo segmento que más consume el producto, como lo indica la Figura 10. Aunado a la edad, los turistas que se ven atraídos por el consumo de estos huevecillos son aquellos de ingresos altos, a quienes les gusta probar cosas nuevas y que viajan con amigos.

Cabe mencionar que en la encuesta se identificó que el período en que se llevan a cabo las celebraciones con motivo de la Semana Mayor es cuando se recibe un mayor número de visitantes, tiempo que concuerda con el inicio de la temporada de los huevecillos. Sumando a esta época, se llevan a cabo diversas festividades con motivo de las cuales arriban a esta población un gran número de visitantes interesados no solo en el disfrute de la festividad, sino también en la degustación de la gastronomía. Entre dichas fiestas destacan las siguientes:

- Festival del Mariachi, el cual se lleva a cabo en abril y cuya finalidad es difundir este género musical y actividades relacionadas con la charrería.
- Festival Mixcoacalli, que también se celebra en abril, enfocado en reconocer la cultura chichimeca. Entre las actividades que se realizan durante el festival destacan exhibiciones de danzas ancestrales, música y muestras gastronómicas.
- Festival de la Toltequidad, celebrado en julio. Al igual que el anterior, este festival tiene como finalidad celebrar a las etnias mexicanas. Principalmente, se muestran danzas y música de las diversas etnias que se dan lugar en Mineral de Pozos.

Las expresiones culturales enfocadas en las etnias mexicanas son un común denominador en Pozos. Los escamoles son parte de dichas expresiones.

Por otro lado, de acuerdo con la información recabada sobre la comunidad receptora, se identificó que, en su mayoría, los habitantes del destino turístico no consumen este platillo, pues únicamente el 11,1 % de las familias encuestadas afirmaron consumirlo durante la temporada de cosecha, pero no el resto del año. Sin embargo, el 55,6 % de los habitantes encuestados considera que este platillo forma parte de la identidad de la sociedad de Pozos. Así mismo, el 100 % de la muestra conoce el origen de este platillo, pero solo quienes lo consumen tienen los conocimientos sobre la recolección de los huevecillos y la manera de cocinarlos. Al respecto, Eduardo Guerrero comenta: “Nosotros, como habitantes, no solemos consumir mucho los huevos, solo algunas familias. En otros casos se cocina más para los turistas porque ellos pagan bien por probarlos”.

En términos generales, se puede observar que los escamoles son llamativos para los turistas, que se ven atraídos por el platillo al momento de estar en el destino, ya que los prestadores de servicios turísticos de alguna u otra forma han realizado algún tipo de difusión para motivar su consumo. Como se evidencia en la Figura 4, tan solo el 6 % de los turistas que llegan al destino lo hacen motivados por la gastronomía. Al respecto, la señora Sara Arvizu comenta: “Los escamoles son solo de temporada, y durante los meses que se encuentran los huevecillos frescos se venden más que cuando no es cosecha de los huevos”.

Aunque este es considerado un platillo de costo elevado por la complejidad de su cosecha, los turistas se ven atraídos por lo exótico de los insectos y están dispuestos a pagar su precio. Sin embargo, la propia comunidad no es consumidora habitual de los escamoles, principalmente por el desconocimiento de su cosecha y de la manera tradicional de cocinarlos.

En general, en el destino turístico de Mineral de Pozos, este alimento aún no ha logrado posicionarse como un atractivo turístico más debido a diversos factores, por ejemplo, la temporalidad, sus elevados costos y el desconocimiento sobre el producto.

En los resultados del levantamiento de las encuestas se identificaron algunas de las fortalezas que poseen los escamoles y que podrían llevarlos a posicionarse en el gusto de los turistas. Para ello se recurrió a la metodología de planeación estratégica de David (2013), que tiene como finalidad identificar todas las alternativas posibles para beneficiar el turismo de la comunidad.

El uso de esta metodología favorece un análisis situacional de la comunidad, en este caso, trata de focalizar los escamoles en la actividad turística. A sabiendas de que este modelo fue desarrollado para la industria manufacturera, se utilizó únicamente la primera etapa para luego, en una segunda investigación, complementar con la taxonomía de McKercher (2016).

La metodología de David se basa en tres etapas:

- Etapa 1 o de aportación de información. Esta fase consiste en realizar una investigación profunda apoyándose de diversas herramientas, que para este caso en particular fueron las entrevistas y las encuestas.

- Etapa 2 o de ejecución de las estrategias. En esta etapa es pertinente el desarrollo de políticas y metas, así como la designación de recursos.
- Etapa 3 o de evaluación de las estrategias. En esta última parte es pertinente el desarrollo de estrategias que apoyen el objetivo general.

Atendiendo a la metodología expuesta, la presente investigación se encuentra en la primera etapa o de aportación de la información. Esta información fue recabada durante el trabajo de campo, para lo cual se consideró la observación como un elemento fundamental, además de las entrevistas y las encuestas aplicadas.

En la Figura 11 se presenta una matriz FODA (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) con el objetivo de conocer el entorno en el que se encuentran los escamoles como potencial atractivo turístico.

Figura 11. FODA de los escamoles como atractivo turístico

<i>Fortalezas</i>	<i>Debilidades</i>
F1. La cosecha es parte de la experiencia de consumirlos. F2. Este es considerado un alimento tradicional. F3. Los escamoles forman parte de las actividades de turismo rural que diversifican el turismo en el destino. F4. Su contenido nutrimental es alto. F5. Forman parte de la identidad de Mineral de Pozos.	D1. Es un producto de temporada, por lo que puede que no siempre se encuentre. D2. La escasez de estos huevecillos puede incrementar su costo. D3. Solo tres restaurantes ofrecen el platillo en su menú. D4. Pocas cocineras conocen la manera de prepararlos. D5. Hay poca difusión del platillo.
<i>Oportunidades</i>	<i>Amenazas</i>
O1. No es posible encontrar este platillo en lugares cercanos a Pozos. O2. Las hormigas se reproducen en la población. O3. Las festividades organizadas por la delegación de turismo se realizan, principalmente, en la época de cosecha de los huevecillos. O4. Las ferias gastronómicas organizadas por la SECTUR estatal son una oportunidad para dar a conocer el platillo.	A1. El platillo es de costo elevado. A2. Escasez de hormigas. A3. Falta de interés de los turistas por consumirlos. A4. El cambio climático está modificando la época de la cosecha. A5. Las nuevas generaciones presentan desinterés por la cosecha y la preparación de los escamoles.

Nota. Elaboración propia.

La matriz FODA expuesta en la Figura 11 muestra elementos esenciales de los escamoles como un acercamiento para comenzar a establecer estrategias e impulsarlos con el propósito de posicionarlos como un atractivo gastronómico.

El consumo de escamoles en Mineral de Pozos es considerado parte de los atractivos del destino, aunque aún no lo suficientemente fuerte como para mover por sí solo a los flujos de turistas. Sin embargo, a partir de las fortalezas identificadas puede llegar a consolidarse como una experiencia fundamental en la visita de este destino.

Es pertinente complementar el consumo de este alimento con actividades relativas a un turismo comunitario que involucre a los turistas en la elaboración de los escamoles, así como de los alimentos complementarios, como pueden ser las tortillas, la recolección de chapulines o gusanos de maguey, que son cazados en el campo y posteriormente cocinados para servir como acompañamiento de los huevecillos de hormiga. Así mismo, el conocimiento del origen del platillo y la forma de cosecharlos favorece el entendimiento de los turistas sobre su costo y el gran valor cultural que tiene, fomenta la conservación y promueve un consumo responsable, inclinado hacia el respeto cultural y no a una simple moda.

Finalmente, los escamoles y el turismo son una mancuerna que puede favorecer el impulso de más actividades turísticas en la región y, por ende, un mayor desarrollo para la región siempre y cuando estas actividades se encuentren planeadas sobre la base no solo del respeto por el medio ambiente y la comunidad de Pozos, sino también de su cuidado, conservación y preservación.

5. Conclusiones

Como parte de las reflexiones finales, es necesario mencionar que el consumo de escamoles corresponde principalmente a una motivación originada por la curiosidad, mas no existe un conocimiento general por parte de los turistas con respecto al origen de este platillo y su legado cultural. En ese sentido, la difusión de esta información es primordial para favorecer la conservación de la identidad de la comunidad.

Con respecto a la comunidad receptora, esta se identifica con el platillo por su valor histórico. Sin embargo, este alimento no es consumido frecuentemente por los habitantes de Pozos por varias razones, como el desconocimiento de la forma de cocinarlo, la dificultad para cosechar los huevecillos y su costo elevado en caso de querer consumirlos en algún establecimiento.

La transmisión del aporte cultural de la comunidad de Pozos a la sociedad mexicana por medio de este platillo conlleva una gran responsabilidad, ya que, como se evidenció en el trabajo de campo, una minoría de cocineras conocen el procedimiento tradicional para cocinar los escamoles. Además, en números específicos, tres restaurantes del destino son los únicos que ofrecen este platillo, y quienes se encuentran como responsables de su elaboración son mujeres originarias de Pozos mayores de 50 años.

El legado de las cocineras tradicionales a las nuevas generaciones es vasto, sin embargo, estas generaciones no están interesadas en adquirir estos conocimientos. Tal desinterés representa riesgo de perder no solo el platillo tradicional, sino también la posibilidad de enriquecer el turismo gastronómico en la región y, sobre todo, la identidad que representa este platillo.

Al respecto, el trabajo que realizan las cocineras tradicionales es fundamental para el rescate y la conservación de los escamoles, así como para el fortalecimiento de la identidad de la comunidad, pues es por medio de la oferta de este platillo que le dan difusión y con ello favorecen su conservación. Sin embargo, en esta importante labor es necesario considerar su difusión y venta apegadas al respeto por la propia comunidad, evitando mercantilizar

el alimento y, al mismo tiempo, tratando de no convertirlo en un producto de moda que carezca de fundamentos culturales e identitarios.

Es por lo anterior que el trabajo pendiente por desarrollar por parte de los gestores de turismo en el destino, de los prestadores de servicios y, sobre todo, de las propias cocineras tradicionales debe ser un trabajo conjunto. La finalidad es rescatar el valor culinario y cultural de estos huevecillos, lograr su conservación y, al mismo tiempo, hacer partícipes a los turistas de esta riqueza gastronómica y cultural, todo con miras al crecimiento y desarrollo de la región por medio de un turismo organizado, planeado y, en especial, que fortalezca la identidad de la comunidad.

Referencias

Arévalo, J. (2021). *Pueblos mágicos un instrumento de desarrollo local. Mineral de Pozos, Guanajuato, un estudio de caso* [Tesis doctoral, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo]. Repositorio UMSNH. http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/handle/DGB_UMICH/6251

Benítez, V. (2017). *Turismo gastronómico, los alimentos tradicionales como producto cultural: el caso de Aculco de Espinoza, México* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma del Estado de México]. Repositorio Institucional Universidad Autónoma del Estado de México. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/79852>

Consejo Internacional de Monumentos y Sitios. (1999). *Carta internacional sobre turismo cultural. (La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo, 1999)*. ICOMOS. <https://goos.u/1O1QgvE>

David, F. (2013). *Conceptos de administración estratégica* (9.a ed.). Pearson-Prentice Hall. <https://onx.la/dc4ff>

Fernández, A. (2006). *La tradicional cocina mexicana y sus mejores recetas* (21.a reimpr.). Panorama Editorial.

Gobierno del Estado de Guanajuato. (2020). Muestran riqueza histórica de Mineral de Pozos en espectacular *videomapping*. *Boletines Guanajuato*. <https://onx.la/f2041>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.a ed.). McGraw-Hill.

Ignatova, E. & Smith, E. (2006). Segmenting Canadian culinary tourist. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235-255. <https://doi.org/10.2167/cit/229.0>

Instituto Nacional de Antropología e Historia. (2018). *Camino Real Tierra Adentro*. <https://acortar.link/FxVzCO>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). *Presentación de resultados del estado de Guanajuato. Censo de población y vivienda 2020*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ccpv/2020/doc/cpv2020_pres_res_gto.pdf

- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (2018). *San Luis de la Paz*. INAFED. http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM11guanajuato/municipios/11033_a.html
- Larousse Cocina. (2022a). *Escamoles*. <https://laroussecocina.mx/palabra/escamoles-2/>
- Larousse Cocina. (2022b). *Totopo*. <https://laroussecocina.mx/palabra/totopo/>
- Liu, C. (2008). Cross-sectional data. En P. Lavrakas (Ed.), *Encyclopedia of survey research methods*. Vol. 1 & 2 (pp. 170-171). Sage.
- López, A., Pérez, C., Guzmán, C., & Hernández, R. (2017). Caracterización de las principales tendencias de la gastronomía mexicana en el marco de nuevos escenarios sociales. *Teoría y Praxis*, (21), 91-113. <https://doi.org/10.22403/UQROOMX/TYP21/05>
- López, E. (2016). *De patrimonio minero a atractivo turístico. El caso de Mineral de Pozos, Guanajuato* [Tesis de maestría, Universidad de Guanajuato]. Repositorio Institucional de la Universidad de Guanajuato. <https://goo.su/rus6z>
- López-Ojeda, A., Hernández, C., & Hernández-López, R. (2022). Importancia de la información para el turismo gastronómico: pertinencia de un compendio gastronómico mexiquense. *El Periplo Sustentable*, (43), 154-192. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i43.12815>
- Mazón, T., Colmenares, M., & Hurtado-Sánchez, J. (2014). El turismo gastronómico en la península ibérica: el caso de Benidorm, España. *Iberofórum: Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, (18), 73-99. <http://hdl.handle.net/10045/46148>
- McKercher, B. (2016). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management*, 54, 196-208. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.008>
- Méndez, F. (22-25 de abril de 2020). *Patrimonio inmaterial de Misión de Chichimecas* [Presentación de la ponencia]. Cuarto Encuentro Nacional de Gestión Cultural México, Oaxaca, México. <https://goo.su/Mkjs>
- Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. (2021). *Perfil del visitante a Mineral de Pozos 2021*. OTEG. <https://goo.su/el26bRr> <https://www.observatorioturistico.org/publicaciones-pdf-viewer/424/>
- Olvera, E. (2015). *La nueva cocina mexicana*. Larousse.
- Ríos-Casanova, L. (2014). Biodiversidad de hormigas en México. *Revista Mexicana de Biodiversidad*, 85(1), 392-398. <https://goo.su/ehT0>
- Sánchez, M. (2007). *Mineral de Pozos Guanajuato*. Editorial Datacolor.
- Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas artísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>

Secretaría de Turismo. (2008). *Manual de indicaciones, Programa “Pueblos Mágicos”*. SECTUR. <https://onx.la/d58bf>

Sistema de Información Cultural México. (2019). *Pueblos indígenas chichimecas*. <https://onx.la/619eb>

Tikkanen, I. (2007). Maslow’s hierarch and food tourist in Finland: Five cases. *British Food Journal*, 109(9), 721-734. <https://doi.org/10.1108/00070700710780698>

Vidaurri, J. & Helguera, A. (Coord.). (2021). *Guanajuato y sus pueblos mágicos, Mineral de Pozos*. Gobierno del Estado de Guanajuato. <https://onx.la/9afda>

Viesca, F. & Romero, A. (2009). La entomofagia en México. Algunos aspectos culturales. *El Periplo Sustentable*, (16), 57-83. <https://onx.la/fe259>