

TURISMO GASTRONÓMICO Y TRANSICIONES ALIMENTARIAS EN MALINALCO, ESTADO DE MÉXICO

Gastronomic tourism and food transitions in Malinalco, State of Mexico

Luis Felipe García-Rodea¹ & Carla Ivonne Ortega Gonzalez²

RESUMEN

La alimentación es una necesidad básica y un hecho social, ya que no solo satisface un requerimiento biológico, sino que también refleja identidades culturales, desigualdades económicas y prácticas de convivencia. No obstante, en los últimos años, Malinalco se ha reconfigurado derivado de las nuevas prácticas de consumo, donde más que una necesidad se está diversificando los gustos o deseos a partir de nuevos perfiles de consumidores. Algunos de los fenómenos derivados de esta reconfiguración son la gentrificación alimentaria y la gourmetización, que han ido desplazando de manera paulatina alimentos tradicionales o generando nuevos espacios de consumo a alto costo. Dicho fenómeno social se visualiza en la zona de estudio a partir del nombramiento de Pueblo Mágico, donde se ha generado un cambio estructural, no solo de la oferta gastronómica, sino también de otras actividades económicas. En este sentido, el presente estudio tuvo como objetivo identificar las transiciones alimentarias del municipio de Malinalco, que den pauta para esclarecer si existe una resistencia cultural de la gastronomía local o se está generando una gentrificación alimentaria a partir del turismo. Para ello, a partir de un estudio de caso con trabajo de campo *in situ*, se recorrieron las principales calles del municipio de Malinalco, identificando las particularidades del turismo gastronómico y la oferta dentro del destino turístico. Con una documentación de 46 establecimientos con atributos orientados a la gentrificación y gourmetización alimentaria, se han definido características de integración social y comercialización. De manera parcial se concluye que, aunque prevalece un arraigo tradicional, ya comienzan a existir desplazamientos locales, definidos por nuevas propuestas de consumo.

PALABRAS CLAVE

Turismo Gastronómico; Transiciones Alimentarias; Alimentos Tradicionales, Gourmetización.

¹ **Luis Felipe García-Rodea** – Doctor en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales por el Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales. Es Miembro del Sistema Nacional de Investigadores de la SECIHTI. Actualmente es Miembro titular y coordinador de la Región Centro, de la Academia Mexicana de Estudios Turísticos. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8820-7716>. E-mail: f.grodea@gmail.com.

² **Carla Ivonne Ortega Gonzalez** – Maestra en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales, por la Universidad Autónoma del Estado de México. Actualmente es Profesora de Tiempo Completo del Tecnológico de Estudios Superiores de Tianguistenco. Sus líneas de investigación se enfocan en evaluación sensorial, revalorización de productos tradicionales y transiciones gastronómicas. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-1666-6523>. E-mail: carla.ortega.tecnicasuaem@gmail.com.

ABSTRACT

Food is a basic necessity and a social phenomenon, as it not only satisfies a biological need but also reflects cultural identities, economic inequalities, and social practices. However, in recent years, Malinalco has undergone a transformation driven by new consumption patterns, where tastes and desires are diversifying—more so than mere necessity—based on emerging consumer profiles. Some of the phenomena resulting from this transformation are food gentrification and the rise of gourmet cuisine, which have gradually displaced traditional foods or created new, high-cost dining spaces. This social phenomenon is evident in the study area following its designation as a Pueblo Magico, where a structural shift has occurred, not only in the culinary offerings but also in other economic activities. In this regard, the objective of this study was to identify the food transitions in the municipality of Malinalco, which provide a basis for clarifying whether there is cultural resistance to local cuisine or whether food gentrification is occurring as a result of tourism. To this end, based on a case study involving on-site fieldwork, the main streets of the municipality of Malinalco were surveyed to identify the particularities of culinary tourism and the offerings within the tourist destination. Through documentation of 46 establishments exhibiting attributes indicative of food gentrification and gourmetization, characteristics of social integration and commercialization have been defined. A preliminary conclusion is that, although traditional roots prevail, local displacements are already beginning to occur, defined by new consumption trends.

KEYWORDS

Food Tourism; Dietary Shifts; Traditional Foods; Gourmetization.

INTRODUCCIÓN

Hablar de turismo en la actualidad, remite a pensar no solo en el turismo de sol y playa y la masividad, sino en otras modalidades turísticas que surgen con el devenir del tiempo y que han ocupado espacios geográficos en sitios cada vez más transcurridos. Un ejemplo de ello, es el turismo rural o el turismo gastronómico que en las últimas décadas han ido consolidando su participación en el sector económico.

Respecto al turismo gastronómico, es importante mencionar que existe una valoración creciente de recursos turísticos con un alto potencial de mercado, dentro de los que se encuentra la gastronomía de las regiones, así como los productos alimenticios y las especialidades culinarias que se han convertido en un vínculo social que permite un acercamiento cultural a partir del cual se configuran elementos característicos e identificadores de los pueblos y territorios (Feo, 2005).

De acuerdo con Vásquez et al. (2025), el turismo gastronómico enfrenta múltiples desafíos para consolidarse como una estrategia efectiva dentro del mercado, definiendo estrategias para

promover el desarrollo sostenible en destinos turísticos, así como el fortalecimiento de las identidades locales y el desarrollo económico de las comunidades a partir de la creación de empleos, aunque por otra parte, persiste una baja participación, en algunos casos, de las propias comunidades locales, limitando los beneficios sociales hacia la totalidad de la población.

Para Rubio et al (2020), con el paso de los años, se considera que la gastronomía ha dejado de ser un asunto alejado y de menor importancia en la gestión turística, para convertirse en un conjunto de elementos que dan pauta a que un destino turístico pueda ser atractivo a partir de la valorización turística de los alimentos y los lugares asociados a la producción, que ha derivado en una expansión del turismo gastronómico, desempeñando un papel importante en ferias, exposiciones comerciales o bien, construyendo identidades regionales.

Por otra parte, García-Rodea et al. (2023), indican que existe una relación de los productos agroalimentarios con la tierra, lo que devela una cuestión política, simbólica e identitaria, de tal forma que, con el avance de la globalización, se ha propiciado una serie de modificaciones en diversos sectores económicos que impactan directamente en los circuitos cortos de comercialización. En este contexto, los productos alimentarios han pasado de ser solo un sustento biológico a ser un referente turístico que ha derivado en una comercialización de la cultura.

En este sentido, la alimentación, de acuerdo con Vázquez-Medina et al. (2021) sirve como un escaparate para mostrar aspectos ligados a la cultura donde pueden converger cambios asociados a las composiciones demográficas, espaciales o económicas, así como a las relaciones sociales de un fenómeno alimentario. Dicha situación resulta relevante puesto que permite realizar un análisis más profundo de la relación alimentaria y su arraigo patrimonial dentro del territorio, y sus avances a partir de los procesos globales.

Navarrete y Muñoz (2018) argumentan que una de las actividades que atrae más turistas en los territorios, es la comida, puesto que a partir de elementos como la preparación, el saber-hacer y las tradiciones, despierta el interés de los visitantes y a partir de las degustaciones, se captura la esencia de los lugares donde se prepara, por lo que se genera un rasgo de autenticidad cuyo potencial atractivo turístico demuestra cómo diversos países han incorporado esta modalidad turística dentro de sus agendas políticas.

De igual manera, se menciona que en México, el turismo gastronómico se ha fortalecido con el paso de los años, debido a la incorporación de su cocina como Patrimonio Intangible de la Humanidad, declarada por la Unesco en 2010, aunado a que es un país con una basta diversidad natural que permite tener mayor disponibilidad de ingredientes originarios, los cuales han sido capitalizados por las cocinas indígenas y mestiza (Navarrete y Muñoz, 2018).

Ello ha implicado una apropiación cultural alimentaria que deriva en una expansión constante con una mayor diversificación de oferta a partir de diversos tipos de alimentos como el aceite de oliva, el vino, los quesos o bien, las cocinas tradicionales. En este sentido, López-Ojeda et al. (2022) mencionan que para el caso de las gastronomías locales, pueden ser consideradas como patrimonio cultural y en ese sentido, se requiere con mayores esfuerzos, armonizar el turismo con la búsqueda de valores tradicionales que establezcan una plataforma que promueva el desarrollo económico local y el involucramiento de diversos sectores profesionales, puesto que existe de trasfondo una permanencia histórica que incluye saberes y cosmogonías.

En este sentido, el objetivo de la investigación versa en identificar las transiciones alimentarias del municipio de Malinalco, que den pauta para esclarecer si existe una resistencia cultural de la gastronomía local o se está generando una gentrificación alimentaria a partir del turismo.

TRANSICIONES ALIMENTARIAS. ENTRE LA RESISTENCIA CULTURAL Y LA GENTRIFICACIÓN

La alimentación es un proceso que satisface una de las principales necesidades biológicas del ser humano. No obstante, comer no solo es un proceso fisiológico, también es aquello que cada cultura elige entre una diversidad de productos que dan lugar a tradiciones culinarias. Lo que comemos y cómo lo comemos define y representa quiénes somos y a qué sociedad pertenecemos (Garre y Sánchez, 2022). Actualmente, la elección de alimentos ha experimentado transformaciones derivado de la modernización, la urbanización y la translocalidad. Estos cambios no han sido uniformes, sino que se manifiestan de manera diferenciada según los estratos sociales (González y Ozuna, 2025). En este contexto, la emergencia de nuevos perfiles de consumidores ha propiciado que las necesidades básicas de alimentación se reconfiguren en gustos y deseos (Leyva y Pérez, 2015). Como resultado, la cadena alimentaria se ha ido modificando, haciendo que la generación de valor en los alimentos a partir de las tendencias de consumo, la producción y las transformaciones en la composición social, propicien nuevas formas de comprensión, donde la alimentación se deberá entender

desde contextos rurales, urbanos y rururbanos, donde ciertos productos tradicionales se ven desplazados por otros de carácter global (Di Virgilio *et al.*, 2024).

En este contexto, los estudios de la alimentación en las últimas dos décadas se han centrado en los fenómenos de elitización alimentaria, que revelan que la alimentación ha trascendido su función nutricional para reconfigurar espacios y prácticas de consumo en entornos urbanos como los sistemas de producción en ámbitos rurales y periurbanos. A estos procesos se suma la turistificación como un agente adicional de transformación, cuya presencia, especialmente en su modalidad masificada, puede intensificar, acelerar, o redirigir las dinámicas alimentarias en los barrios centrales, tal como han documentado diversos estudios (Hernández, 2023; Cañada y Murray, 2019). Cabe señalar que la turistificación, entendida como el proceso mediante el cual un espacio se convierte en enclave turístico (Hernández, 2023), no opera de manera aislada, en numerosos casos, este fenómeno termina derivando en procesos de gentrificación, al generar el incremento del valor del suelo, la presión sobre el mercado inmobiliario y, finalmente, el desplazamiento de residentes en favor de usos más lucrativos vinculados al turismo (Cocola-Gant, 2018; Hiernaux-Nicolas y González, 2014).

Sbicca (2018), menciona que este proceso de reconfiguración en la comida es denominado gentrificación alimentaria, la cual hace referencia a la llegada de nuevos residentes de mayores ingresos que transforman el paisaje comercial alimentario para satisfacer sus nuevos patrones de consumo con la emergencia de productos especializados, cafeterías de especialidad y mercados gourmet desplazando gradualmente la oferta tradicional que abastecía a la comunidad local.

En México, las características de este fenómeno ya se han documentado en diversas ciudades, como es el caso de Querétaro y Campeche (Vázquez y Ayala, 2024), donde se observa que la gentrificación ha transformado los modos de alimentación locales, desplazando prácticas y saberes gastronómicos tradicionales en favor de ofertas alimentarias dirigidas principalmente a turistas. Así mismo en Ciudad de México, Contreras *et al.* (2024) ha documentado los cambios en el sector gastronómico en la colonia Condesa, donde es cada vez más mercantilizado y especializados, desprovisto de su valor de uso colectivo y orientado principalmente hacia el turismo y el consumo. En Querétaro, Hiernaux y González (2014) abordan el fenómeno encontrando que ha llevado a la pérdida de pequeños negocios tradicionales, alterando el paisaje olfativo del barrio que formaban parte de la identidad local. De igual forma, la

denominación de “Pueblos Mágicos” como lo menciona Vázquez y Cordero (2025) pueden transformar las formas de consumo tradicional. Aunado a lo anterior, la gentrificación alimentaria opera de manera articulada con la gourmetización, la cual hace referencia al proceso mediante el cual un platillo que tradicionalmente se consideraba de estatus bajo se transforma mediante una “estetización” excesiva para formar parte de cocinas más sofisticadas que ofrecen una experiencia exótica o de opulencia (González, 2018).

Este aspecto, se presenta principalmente en ciudades con el objetivo de atraer turistas gastronómicos que exigen este tipo de experiencias donde las redes sociales, los medios de comunicación a través de programas culinarios y las revistas de gastronomía y de estilo de vida, fomentan de manera acelerada la transformación de ciertos productos, prácticas o lugares hacia un enfoque más exclusivo y sofisticado (González, 2018).

Diversos estudios sobre gourmetización, se han centrado en productos (Fukutomi, 2014; Murray, 2018) y cocinas completas (Kelly 2015). Dichos estudios, otorgan un panorama global del contexto sobre gentrificación alimentaria y gourmetización en este sentido, el presente estudio se centra en el municipio de Malinalco, en el Estado de México, el cual derivado de su nombramiento como Pueblo Mágico, podría tener efectos en la transformación de la oferta alimentaria de la región.

METODOLOGIA

Esta investigación de corte cualitativo se desarrolló bajo un enfoque de estudio de caso, con la finalidad de identificar aspectos empíricos de una realidad turística que no ha sido tan abordada, para contribuir a la generación de conocimiento. En este sentido, Stake (2000) indica que los estudios de caso permiten fortalecer los procesos de investigación a partir de un fenómeno de estudio en donde las investigaciones aún presentan paradigmas que no se han resuelto o bien, que no se han estudiado a profundidad.

A partir de ello, se retoma como zona de estudio el municipio de Malinalco (Figura 1), ubicado en el Estado de México, debido a que cuenta con un pasado prehispánico, y se encuentra en el sur de la entidad, emplazado en una región montañosa, lo que permite que tenga un clima subtropical de gran biodiversidad que ha permitido una riqueza alimentaria y herbolaria desde tiempos ancestrales (Valverde y Jasso, 2017).

Figura 1. Zona de estudio



Fuente: Archivo propio.

Este municipio recibió el nombramiento de Pueblo Mágico, el cual es definido por la Secretaría de Turismo (2017) como una localidad con atributos únicos, simbólicos, historias auténticas y hechos trascendentales que representen una oportunidad para el aprovechamiento turístico, a partir del fomento en la inversión del gobierno federal, estatal y municipal, con la finalidad de estructurar una oferta turística complementaria y promover la generación de productos turísticos.

A nivel turístico, Malinalco posee una amplia historia ligada a aspectos religiosos, toda vez que está ubicado en una de las rutas religiosas más importantes del Estado de México, donde se encuentra el santuario del señor de Chalma, que es el segundo centro religioso más visitado de México, aunado a su patrimonio prehispánico (Valverde y Jasso, 2017).

Tomando en cuenta estas consideraciones se realizó trabajo de campo *in situ* para identificar cómo es que se desarrolla el turismo gastronómico en Malinalco, en simbiosis con las dinámicas sociales, por tanto, para profundizar en estos temas, se hizo un análisis de los espacios de consumo que brindan servicios de alimentación.

Estas características permitieron hacer un estudio sobre los procesos de configuración o reconfiguración social. Es por ello que, en la zona de estudio se realizaron recorridos por las principales zonas y calles con mayor afluencia turística para realizar observación participante en diversos momentos, es decir, en un lapso de seis meses, se estructuraron recorridos durante

vacaciones o periodos festivos, así como en fines de semana y en días laborales. Dichos recorridos establecieron una temporalidad indistinta, de tal forma que se desarrollaron por la mañana, por la tarde y por la noche, para abarcar diversos flujos turísticos.

Aunado a ello, la investigación se complementó a partir de pláticas informales con turistas, meseros, comerciantes locales, así como con encargados de restaurantes. Por otra parte, se visitaron los establecimientos que están ubicados en las principales calles y avenidas con mayor flujo turístico (n=46), donde se realizó un análisis de los menús, de los platillos, del servicio, así como la decoración y diseño de los establecimientos, para conocer la relación con el fenómeno de estudio.

DISCUSIÓN Y RESULTADOS

En la última década, la industria turística ha apostado hacia el desarrollo de nuevos complejos turísticos y gastronómicos con la finalidad de diversificar la oferta de las ciudades con la idea de capitalizar más inversiones económicas y culturales que permitan el disfrute de los visitantes, sin embargo, existen casos particulares donde esta reconfiguración social y económica está generando desplazamientos locales tanto en vivienda, como en accesibilidad de productos de la canasta básica.

De acuerdo con Sequera (2020), se ha propiciado una turistificación de barrios importantes, que presentan una serie de impactos sociales, espaciales y económicos, así como tensiones en donde se visualiza una creciente desaparición de los comercios de proximidad que ha sido reemplazado por negocios orientados al turismo, transformando lugares de consumo y sitios turísticos que, no necesariamente producen un proceso de gentrificación, pero que si ha dado pauta para poner énfasis en las dinámicas sociales y de consumo.

Las transiciones y cambios tanto en el paisaje alimentario como en la alimentación expresados en una oferta culinaria dispuesta en restaurantes, da cuenta de la (re)construcción barrial de una colonia o un espacio geográfico que se encuentra en una transformación demográfica, resignificando a los negocios de comida y evidenciando una diversificación de consumidores (Vázquez-Medina et al., 2021).

A partir de los recorridos realizados en Malinalco, se lograron identificar 46 establecimientos de venta de alimentos, principalmente con operaciones formales, aunque también se visualizaron

negocios informales. Este conjunto de establecimientos conforma, en gran parte, la oferta gastronómica de Malinalco, por tanto, el análisis realizado se tuvo que delimitar en el cuadrante que comprende las calles: Del Progreso, Hidalgo, Malinalco, Vicente Guerrero y Avenida Juárez. Esta delimitación geográfica no cubre la totalidad del municipio, puesto que existe el corredor gastronómico con oferta de trucha arcoiris (*Oncorhynchus mykiss*) con diferentes formas de preparación, sin embargo, para efectos de la presente investigación, es donde se concentran la mayoría de los establecimientos a gastronómicos.

El caso del turismo en Malinalco, de manera general, es que coexisten diversas modalidades que se van aplicando de forma general, como el turismo agroalimentario en zonas rurales, el turismo prehispánico enfocado a las visitas a la Zona Arqueológica y los retiros espirituales y, finalmente, el turismo gastronómico que ha repuntado en los últimos años, derivado del nombramiento de “Pueblo Mágico”. Aunado a ello, existe una afluencia importante de visitantes que arriban al destino, de manera no planeada, sino como parte del tránsito hacia el Santuario del Señor de Chalma, que es uno de los principales destinos de turismo religioso en la región.

9

De esta manera, López y Thomé-Ortiz (2015) indican que en los Pueblos Mágicos existe una influencia en el aumento del flujo turístico en los municipios, en donde se generan transformaciones turísticas de un espacio rural en donde se presencia la conformación de un sistema de diversificación económica, aplicado a funciones tradicionales de producción, transformación, distribución y consumo de un alimento emblemático que, en muchas ocasiones, está anclado a un terruño (López y Thomé-Ortiz, 2015).

En este sentido, Sequera (2020) indica que dentro de estas transformaciones existen condicionantes que apuntan a la modificación estética de las ciudades, misma que se va construyendo a partir de los gustos de ciertas clases sociales, las cuales se van caracterizando por un nuevo tipo de consumo con énfasis en elementos culturales y estéticos que suponen un estatus simbólico, pero que da pauta a reconfiguraciones territoriales como el mercado inmobiliario y el consumo conspicuo.

A partir de ello, con el crecimiento inmobiliario en Malinalco, los aspectos socioeconómicos en la región han cambiado paulatinamente, de tal forma que en el sector gastronómico, la oferta también se ha diversificado, delineando nuevas formas de apropiación de los recursos alimentarios que parten el esquema de la producción alimentaria ofertada un par de años atrás.

De esta forma, se identificaron escenarios en donde la mayoría de los establecimientos ofrecen cocina de autor o de especialidad con platillos de cocinas como italiana, japonesa, mediterránea, así como platillos gourmet de la cocina mexicana. En ese sentido, se ha identificado que algunos establecimientos como heladerías, que un par de años atrás ofertaban sus productos como artesanales, ahora continúan siendo los mismos del menú, sin embargo establecen un sobre precio por denominarlos “gourmet”, mientras que a unas cuadas de las avenidas principales, se siguen vendiendo como años atrás.

Es importante señalar que las características de los establecimientos son similares, puesto que han retomado la arquitectura vernácula, dándole mantenimiento e integrando un ambiente bohemio con elementos visuales integrados a partir de la estética. Aunado a ello, también se encuentran establecimientos de comida rápida o snacks que ofrecen bebidas preparadas a partir de cerveza y coctelería que, en algunos casos se comercializa como productos de autor, así como mezcalerías en donde se pueden encontrar principalmente productos de otras entidades, aunque comienzan a introducir mezcales locales de las comunidades productoras.

10

Es importante mencionar que dentro de los establecimientos estudiados, se visualiza que existen pocos establecimientos que ofertan comida tradicional, encontrando que aquellos negocios que se dan a conocer desde esta modalidad, ofertan comidas corridas con un menú casero, donde principalmente acuden personas locales para consumo y visitantes de paso que han visitado previamente el Santuario del Señor de Chalma.

De acuerdo con Rubio et al. (2022), la identidad de una sociedad se encuentra en la cocina, puesto que ahí se expresan los sentimientos de pertenencia de las comunidades y se entretienen hábitos, costumbres, creencias y otras características del territorio, de tal forma que la gastronomía se ha convertido en un motivo para mejorar espacios que permitan mostrar la comida local y se ha fortalecido la relación entre alimentos, cultura y turismo.

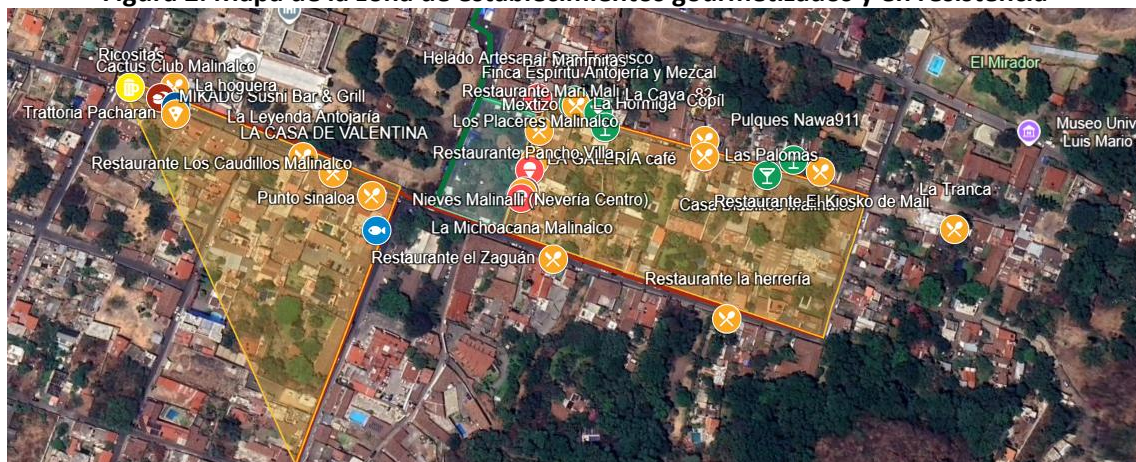
El caso de Malinalco, ha permitido identificar que la propagación de restaurantes gastronómicos responde en gran medida a la dinámica turística del territorio, pero también se ha identificado que comienzan a existir segundas residencias para personas de otras ciudades o estados, así como de residentes extranjeros, de los cuales se presencia una creciente concentración social de este segmento poblacional, que demandan estos espacios de ocio y recreación.

De acuerdo con Valverde y Jasso (2017), en los últimos años, se ha desencadenado en Malinalco una creciente llegada de población de mayores ingresos en búsqueda de segundas residencias, aunado a la intensificación de la actividad turística que, de manera paulatina ha ido transformando también la imagen del pueblo, aunque es evidente la resistencia a los cambios por parte de la comunidad que conviven con las nuevas dinámicas socio-territoriales.

Tal como se muestra en la Figura 2, se ha definido que el espacio de turismo gastronómico en Malinalco se puede dividir en: espacios gourmetizados y espacios en resistencia. Por un lado, han identificado sectores donde se consolida una oferta gastronómica con productos gourmetizados, el primero de ellos, se encuentra la calle Hidalgo, la cual es la principal vía de acceso al centro del municipio y es en donde se concentra el principal flujo de turistas que generalmente son de proximidad, provenientes del Estado de México y de la Ciudad de México. De esta manera, se ha identificado que estos flujos turísticos han contribuido a la diversidad de establecimientos con oferta de restaurantes de cocina de autor, cocina japonesa e italiana, así como cafés y reposterías de especialidad.

11

Figura 2. Mapa de la zona de establecimientos gourmetizados y en resistencia



Fuente: Archivo propio. Nota: Establecimientos gourmetizados (color naranja) y establecimientos en resistencia (color verde).

Por otra parte, se identifica que otro bloque con mayor concentración de turistas, ocurre en las calles Vicente Guerrero y Malinalco donde se encuentran en su mayoría, establecimientos orientados a la venta de bebidas alcohólicas como coctelería de especialidad, pulque y cerveza, así como mezcal regional. De igual forma es donde se localizan los establecimientos que ofertan helados, que en los últimos años se han denominado “gourmet”.

Otro espacio, se encuentra delimitado en la calle Del Progreso, que intercepta con la calle Hidalgo, en la cual se encuentran restaurantes que ofrecen mariscos estilo Sinaloa y cocteles de autor

No obstante, de acuerdo con las pláticas informales con comerciantes, se vislumbra un cuadrante donde se integran los establecimientos en resistencia, mismos que se deben definir como aquellos espacios donde se ofertan productos locales y alimentos tradicionales de la región, donde se pueden encontrar frutas de temporada como guayabas, granadas, ciruelas o nanches, así como tacos de guisado, pan tradicional de amasijo, herbolaria tradicional, helados tradicionales, entre otros productos. Este espacio se encuentra sectorizado dentro de las calles Hidalgo y Malinalco donde, de manera ambulante se ha establecido con el paso del tiempo, un mercado tradicional casi permanente donde algunos vendedores ofertan los productos en el piso o en cubetas de plástico sin un establecimiento fijo.

Un aspecto observado es que, respecto a las frutas de temporada, la turistificación del municipio ha derivado en una oferta de productos locales que, en muchos casos por el avance inmobiliario ya no se producen dentro de la región, sino que son comprados en centrales de abasto y vendidos como productos frescos para los turistas. Es por ello que, a pesar de estos cambios, se ha denominado a este espacio como “Zona de resistencia”, puesto que esta forma de vender, aunque sencilla y aún introduciendo productos de otras regiones, muestra la manera en que estos productores se mantienen firmes ante el embate de los grandes inversores que desplazan cada vez más, la forma tradicional de Malinalco.

Estas nuevas dinámicas de consumo comienzan a ser en la actualidad un mecanismo de gentrificación, que de manera paralela dan pauta para consolidar una reorganización del espacio social, cultural y económico que, por una parte favorece a los inversionistas y, por otra, es capaz de desplazar otras economías locales como comercios y estilos de vida que pueden ser modificados y reapropiados por los nuevos residentes (Sequera, 2020).

En palabras de Vázquez-Medina et al. (2021), estos cambios coexisten con las nuevas realidades, puesto que la preparación, presentación y consumo de alimentos, que pertenecen a una cultura alimentaria popular mexicana, se insertan en una lógica global para atender las necesidades de comensales con otros valores mercantiles a la comida popular, generando mayores estándares de calidad en la presentación, así como la adaptación de los espacios donde se ofrece la comida.

Para muchos espacios, sobre todo rurales, a partir del turismo gastronómico se ha tratado de recuperar la alimentación tradicional de cada zona como contraste con el modelo dominante de masificación alimentaria (Feo, 2005), sin embargo, en casos específicos donde se ha otorgado una denominación de “Pueblos Mágicos”, se ha generado una turistificación que rompe paradigmas en los aspectos socioeconómicos de la región.

Aunado a ello, Harvey (2012) indica que desde siempre, las ciudades han surgido a partir de un proceso de concentración geográfica y social, así como de un excedente de producción, que se ha ido reconfigurando a partir de los procesos globales y de un hacer y rehacer procesos de consolidación en las dinámicas territoriales que, con el capitalismo se ha profundizado debido a que se perpetúa una política de inversión y reinversión para tener una expansión en donde se identifican diversos mercados rentables para producción y consumo. De ahí que el turismo gastronómico ha identificado a productos alimenticios o patrimoniales como una herramienta de posicionamiento de los territorios.

Para Navarrete y Muñoz (2018) el sector gastronómico es una nueva opción para el turista, debido a que le permite conocer diferentes sabores y comidas de una determinada región, no obstante que en las poblaciones también representa un área de oportunidad para la creación de nuevos negocios para emprendedores, donde la competencia incrementa de manera paulatina los bienes y servicios.

Finalmente, es importante hacer hincapié en que no solo el boom gastronómico ha detonado nuevas reconfiguraciones sociales, sino que, existen otros factores como el aumento en el número de plazas ocupadas por Airbnb dentro de los sectores mencionados en la Figura 2, haciendo que el primer cuadro del Municipio, sea ya ocupado por personas no residentes, como ha ocurrido en otros espacios.

Esto se puede explicar debido a que, como menciona Harvey (2012), en los procesos de nuevas consolidaciones territoriales y comerciales, las inversiones se han expandido por la pronta recuperación económica, por lo que algunos mercados, como puede ser el aspecto alimentario, vislumbra como área de oportunidad la rotación de capital donde se ofertan nuevas opciones de mano de obra y materias primas para que los mercados se amplíen con inversiones externas que promueven nuevos productos y estilos de vida.

CONSIDERACIONES FINALES

El programa de Pueblos Mágicos ha generado una serie de cambios estructurales en los espacios donde se llevan a cabo actividades de turismo. En el ámbito del turismo gastronómico, Malinalco incorpora una oferta alimentaria interesante, puesto que se han consolidado nuevas ofertas de consumo para turistas principalmente de las grandes urbes, que ha desplazado de manera paulatina a negocios tradicionales cuya oferta ha tenido que readaptarse a las nuevas exigencias del mercado.

En este contexto, es interesante ver cómo en este espacio de estudio, se identifican aquellos espacios que por las propias dinámicas de flujos sociales, han tenido que modificar su oferta, pero también aquellos espacios de resistencia que, aún con las modificaciones siguen conservando un aspecto tradicional de cara a las exclusiones.

Esto lleva a pensar que líneas de investigación futuras deberán de dilucidar y profundizar en cómo estas nuevas dinámicas de consumo están generando procesos de exclusión local en los diversos Pueblos Mágicos.

Con ello, se puede profundizar cómo es que de manera paulatina, también han surgido otras modalidades de turismo, donde el flujo de turistas no es tan recurrente, pero que se capitaliza con la oferta de aquellas personas que visitan el centro de Malinalco.

REFERENCIAS

- Cañada, E., y Murray, I. (2019). Introducción. En E. Cañada y I. Murray (Eds.), *Turistificación global: Perspectivas críticas* (pp. 7-25). Barcelona: Icaria.
- Cocola-Gant, A. (2018). Tourism gentrification. En L. Lees y M. Phillips (Eds.), *Handbook of gentrification studies* (pp. 281-293). UK: Edward Elgar Publishing.
- Contreras-Juárez, Y., Villar-Calvo, A. J., y Cruz-García, L. A. (2024). Cambiando la vida del vecindario: Gentrificación y turismo en la colonia La Condesa, CDMX. *Quivera. Revista de Estudios Territoriales*, 26 (1), 21-44.
- Di Virgilio, M., Frisch, M., González, S., Grenoville, S., Hernández, C., Nussbaumer, B., y Vega-Barbero, J. (2024). Gourmetización y gentrificación: paisajes alimentarios desde la ciudad hasta el campo. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII (79), 15-35.
- Feo, F. (2005). Turismo gastronómico en Asturias. *Cuadernos de Turismo*, 15, 77-96.

- Fukutomi, S. (2014). Bottom-up food: Making ramen a gourmet food in Tokyo. *Food and Foodways*, 22 (1-2), 65–89.
- García-Rodea, L., Thomé-Ortiz, H., Espinoza-Ortega, A., y Bittencourt, P. (2023). Influencia del enoturismo en el consumo y la producción de vinos en Querétaro (México). *Encrucijadas*, 22 (2).
- Garre, J. M. H., y Sánchez, B. D. M. (2022). *Antropología de la alimentación. Gastronomía, sociedad y cultura*. España: EDITUM. Ediciones de la Universidad de Murcia.
- González, S. (2018). La gourmetización de las ciudades y los mercados de abasto: Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales. *Boletín Ecos*, 43, 1-8.
- González del Ángel, G. P., y Ozuna García, I. G. (2025). Las cocinas periurbanas y su valor como territorios de resistencia cultural ante la modernidad culinaria neoliberal. *Vínculos Sociología, análisis y opinión*, 6 (11).
- Hernández Cordero, A., y Vázquez-Medina, J. A. (2023). La frontera gastronómica de Cholula, Puebla: entre la gentrificación y la turistificación. *Disparidades. Revista de Antropología*, 78 (2).
- Harvey, D. (2012). *Ciudades Rebeldes*. España: Akal.
- Hiernaux-Nicolas, D., y González, I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 55-70.
- Kelly, C. R. (2015). Exoticizing poverty in Bizarre Foods America. En Boerboom, S. (Ed.), *The political language of food* (pp. 71–92). Londres: Lexington Books.
- Leyva Trinidad, D. A., y Pérez Vázquez, A. (2015). Pérdida de las raíces culinarias por la transformación en la cultura alimentaria. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 6 (4), 867-881.
- López, I., y Thomé-Ortiz, H. (2015). Los pueblos mágicos como enclaves territoriales: El caso de Tequisquiapan y la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro. En Hernández, R. (Coord.), *Pueblos mágicos: discursos y realidades* (pp. 303-325). Universidad Autónoma Metropolitana.
- López-Ojeda, A., Hernández, C., y Hernández-López, R. (2022). Importancia de la información para el turismo gastronómico: pertinencia de un compendio gastronómico mexiquense. *El Periplo Sustentable*, (43), 154-192.
- Lorenzen, M. (2021). Rural gentrification, touristification, and displacement: Analysing evidence from Mexico. *Journal of Rural Studies*, 86, 413–425.

- Murray, E. B. (2018). *Grits: A cultural and culinary journey through the South*. Estados Unidos: St. Martin's Press.
- Navarrete, M. y García, C. (2018). Turismo gastronómico: sabor y tradición. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 1 (3), 23-40.
- Rubio, L., Rodríguez, M., Cote, S., y Barón, J. (2020). Las plazas de mercado como espacios territoriales de turismo gastronómico, valoración de la gastronomía típica bogotana. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 31 (1), 128-145.
- Secretaría de Turismo (2017). *Guía para la Integración documental Pueblos Mágicos*. Gobierno de México.
- Sequera, J. (2020). *Gentrificación. Capitalismo cool, turismo y control del espacio urbano*. España: Catarata.
- Stake, R. (2000). Case studies. En Denzin, N. y Lincoln, Y. (Eds.), *Handbook of qualitative research*. UK: Sage Publications.
- Valverde, C., y Jasso, P. (2017). Malinalco, Estado de México. Las voces de la otredad. En López, L., Valverde, C., y Figueroa, M. (Eds.), *Pueblos mágicos. Una visión interdisciplinaria. Volumen III* (pp. 177-210). UAM/UNAM.
- Vázquez Estrada, A., y Ayala Galaz, M. (2024). Somos lo que comemos: Alimentación y gentrificación en dos centros históricos declarados por la UNESCO. *Turismo Y Patrimonio*, (22), 69-92.
- Vásquez, N., Mullo, E., y Cajo, M. (2025). El turismo gastronómico como estrategia para el desarrollo sostenible. *Revista esprint Investigación*, 4 (1), 196-208.
- Vázquez-Medina, J. A., y Cordero, A. H. (2025). Food Gentrification in Mexico: Three Urban Experiences. En Bakic, T., y Pérez, J. (Eds.), *Urban Food Systems in Latin America* (pp. 34-47). Routledge.
- Vázquez-Medina, J., Hernández-Cordero, A., Lagos, S., y Rangel-Trujillo, F. (2021). Gentrificación y alimentación em Santa María La Ribera. *Estudios Sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 30 (55), 2-25.