

The tlacoyo as a food resource, and its relationship with the local tourist offer: Cases Texcoco and Chiconcuac, Mexico

El tlacoyo como recurso alimentario y su relación con la oferta turística local: Casos Texcoco y Chiconcuac, México

Vargas-Cárdenas, Tonantzin¹; Thomé-Ortiz, Humberto^{2*}; Ávalos de la Cruz, Dora A.¹;
Escalona-Maurice, Miguel³; Gómez-Merino, Fernando C.^{3*}

¹Colegio de Postgraduados, Campus Córdoba. Carretera Córdoba-Veracruz km 348, Manuel León, Amatlán de los Reyes, Veracruz, México. C. P. 94946. ²Universidad Autónoma del Estado de México. Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales. El Cerrillo, Piedras Blancas, Toluca, Estado de México, México. C. P. 50090. ³Colegio de Postgraduados, Campus Montecillo. Carretera México- Texcoco km 36.5, Montecillo, Texcoco, Estado de México, México. C. P. 56230.

*Autores de correspondencia: hthomeo@uaemex.mx

ABSTRACT

Objective: To evaluate the tlacoyo as a food resource and its relationship with the local tourism offer, its contribution to the welfare of families and the work of women, in the municipalities of Texcoco and Chiconcuac, State of Mexico, Mexico.

Design/methodology/approach: The points of sale of tlacoyos were identified and listed in places with more tourist influx in the municipalities of Texcoco and Chiconcuac, State of Mexico. These municipalities offer two different types of tlacoyos and places of sale. To obtain the population sample it was used the stratified random sampling method, with no replacement for the group of people who make and sell tlacoyos, and simple random sampling for the group of tourists. The population was stratified into four groups according to characteristics and 72 surveys were applied to people who prepare and sell tlacoyos and 72 surveys to tourists.

Results: The tlacoyo was identified as a traditional food that preserves its original ingredients and form of preparation, knowledge that has been inherited from generation to generation. Up to 87% of people who make and sell tlacoyos in the municipalities of Texcoco and Chiconcuac, and 100% tourists consider it a traditional food that is part of the region's cuisine, though its touristic value has not been measured yet. The elaboration and sale of the tlacoyo promotes family unity with the participation and distribution of work among all family members. The participation of women in the elaboration of tlacoyo is 90%; 52% of them are single with social status of widows, single mothers and divorced. Women are the economic support of their families. Tlacoyo is an identity food with the potential to strengthen the local tourism offer that influences the family unit and represents an important income for the livelihood of women.

Limitations on study/implications: We were not able to identify the exact origin of the maize types or races used to prepare the tlacoyos.

Findings/conclusions: The tlacoyo is traditional local food in Texcoco and Chiconcuac, State of Mexico, but its value to boost gastronomic tourism has not been visualized in the studied region.

Keywords: Traditional food, tlacoyo, family unit, women's work, local tourist offer.

Agroproductividad: Vol. 13, Núm. 1, enero. 2020. pp: 67-74.

Recibido: agosto, 2019. **Aceptado:** enero, 2020.

RESUMEN

Objetivo: Evaluar al tlacoyo como recurso alimentario y su relación con la oferta turística local, su aportación al bienestar de las familias y al trabajo de las mujeres, en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México, México.

Diseño/metodología/aproximación: Se identificaron y enlistaron los puntos de venta de tlacoyos en lugares con más afluencia turística en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México. Estos municipios ofrecen dos tipos diferentes de tlacoyo y lugares de venta. Para obtener la muestra poblacional se usó el método de muestreo aleatorio estratificado sin remplazo para el grupo de personas que elaboran y venden tlacoyos y el muestreo aleatorio simple para el grupo de turistas. Se estratificó la población en cuatro grupos de acuerdo con características particulares y se aplicaron 72 encuestas a personas que elaboran y venden tlacoyos y 72 encuestas a turistas.

Resultados: Se identificó al tlacoyo como un alimento tradicional que preserva sus ingredientes y forma de preparación original, conocimiento que ha sido heredado de generación en generación. El 87% de las personas que elaboran y venden tlacoyos en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, y el 100% de los turistas le han dado el valor para considerarlo un alimento tradicional que forma parte de la gastronomía de la región.

La elaboración y venta del tlacoyo fomenta la unidad familiar con la participación y distribución del trabajo entre todos los miembros de la familia. La participación de las mujeres en la elaboración del tlacoyo es del 90%, siendo el 52% solteras con estatus social de viudas, madres solteras y divorciadas. Se identificó a la mujer como el sustento económico de sus familias. El tlacoyo es un alimento identitario con potencial para fortalecer la oferta turística local que incide en la unidad familiar y que representa un ingreso importante para el sustento de las mujeres.

Limitaciones del estudio/implicaciones: No se pudo identificar el origen de los tipos o razas de maíz usados para la preparación de los tlacoyos.

Hallazgos/conclusiones: El tlacoyo es un alimento tradicional local en Texcoco y Chiconcuac, Estado de México, pero su valor para impulsar el turismo gastronómico no se ha visualizado en la región de estudio.

Palabras clave: Alimento tradicional, tlacoyo, unidad familiar, trabajo de la mujer, oferta turística local.

zonas, además la mayoría de ellas ya no se dedican a la agricultura, lo que ha generado un aumento de los ingresos vinculados al autoempleo y un sostenido crecimiento en las ocupaciones no agrícolas (Senadza, 2012). Los procesos anteriores han contribuido a diversificar las actividades de estas familias por razones de subsistencia con el fin de complementar el gasto familiar. También es importante destacar la participación de las mujeres en las actividades de turismo rural. Según Rico y Gómez (2009), se considera a la mujer rural y su capacidad laboral como elementos imprescindibles en el inicio de nuevas actividades económicas dentro del proceso de diversificación productiva de estas zonas. Dentro de las actividades turísticas rurales la gastronomía forma parte de la nueva experiencia, ya que los turistas, en su mayoría procuran conocer la cultura local, la identidad, comer alimentos autóctonos, probar los platos típicos y todo aquello diferente a lo que están acostumbrados a consumir cotidianamente (Nunes dos Santos, 2007).

El tlacoyo es un alimento de origen prehispánico que formaba parte de la alimentación de los mexicanos. Los antiguos pobladores del Valle de México emprendían largos viajes llevando su itacate (vianda) con tlacoyos. Posteriormente, a la llegada de los españoles el tlacoyo fue parte de su dieta, según lo refiere Fray Bernardino de Sahagún en su "Historia general de las cosas de Nueva España" (1577). El tlacoyo se ha preservado hasta nuestros días y actualmente forma parte importante de la gastronomía mexicana. Barros (2018) reseñó la historia de los tlacoyos y aseguró que a partir del siglo XVI existe evidencia de su consumo en las comunidades prehispánicas.

INTRODUCCIÓN

El turismo rural surge como consecuencia de una revalorización de los espacios rurales, ya que éstos ofrecen contacto directo con la naturaleza e interés antropológico y etnográfico. Algo importante en el turismo rural es que permite obtener fuentes de ingreso alternativas a la agricultura, además de potenciar las demandas de infraestructura y servicios (Fuentes, 2009). Los actores principales dentro del turismo rural son las familias, quienes han tenido que hacer frente a la crítica situación del mercado laboral en estas

A este alimento típico del centro del país se le conoce con distintos nombres según la región de que se trate: puede ser tlacoyo, clacoyo, tlatloyo, tlatoyo o tlatlaoyo.

En la actualidad, el tlacoyo se compone básicamente de una tortilla de maíz con grano de color azul, amarillo o blanco en forma oblonga o romboide, que originalmente se rellena con frijol (*Phaseolus vulgaris* L.). La masa de maíz (*Zea mays* L.) lleva sal y manteca, y se cuece en comal. Hoy en día también se rellena de haba (*Vicia faba* L.), alverjón (*Cicer arietinum* L.), requesón (lácteo), chicharrón (piel de cerdo dorada) y otros ingredientes; y se acompaña de una mezcla de nopales (*Opuntia* sp.), salsa, cebolla (*Allium cepa* L.), cilantro (*Coriandrum sativum*) picado y queso. Este alimento está muy arraigado en las comunidades rurales en donde la combinación de ingredientes varía de acuerdo con el gusto y las costumbres de cada región. Proporciona todo lo que se requiere para una buena dieta ya que contiene carbohidratos, proteínas, vitaminas y minerales (González, 2014). El objetivo de este trabajo fue identificar al tlacoyo como recurso alimentario y conocer el papel que juega este alimento tradicional en la consolidación de la oferta turística local y aportación al bienestar de las familias y al trabajo de las mujeres, en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México.

MATERIALES Y METODOS

La investigación se realizó en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México (Figura 1). Texcoco ($19^{\circ} 24'$ y $19^{\circ} 33'$ N; $98^{\circ} 38' 99''$ y $02'$ O) a una altitud desde 2200 a 4200 m (SE-DESOL, 2016).

El municipio de Chiconcuac ($19^{\circ} 32'$ y $19^{\circ} 35'$ N; $98^{\circ} 52'$ y $98^{\circ} 55'$ O) a una altitud desde 2200 hasta 2400 m (INEGI, 2009).

En cuanto a la población de estudio, primero se identificaron los lugares con afluencia turística en los municipios de Texcoco

y Chiconcuac, considerando que los territorios cuentan con atractivos turísticos naturales y culturales que son motivo de visita. En estos lugares se encuentran personas que se dedican a la elaboración y venta de tlacoyo. También es posible encontrar turistas o visitantes que llegan de la Ciudad de México, estados colindantes a los municipios y personas de poblados cercanos que hacen turismo gastronómico.

Mediante observación participante se conoció y registró el número de establecimientos que elaboran y venden tlacoyos, y se identificó que estas actividades se llevan a cabo de dos maneras muy particulares: 1) tlacoyo por pieza y 2) tlacoyo por docena: 1) El tlacoyo por pieza es la elaboración y venta de tlacoyos en establecimientos ubicados estratégicamente para que el turista o visitante consuma tlacoyos en el lugar. Su tamaño es regular y lo preparan con salsa, nopales, cebolla, cilantro picado y queso. 2) El tlacoyo por docena es la venta de tlacoyos de menor tamaño al de los ofertados por pieza y se venden en lotes de 12 piezas. Los puntos de venta de este tipo de tlacoyo son a la entrada de los mercados locales, donde se encuentran las señoras con sus canastos.

Para identificar la importancia del tlacoyo como un alimento tradicional, la dinámica de la unidad familiar y el trabajo de la mujer, así como la opinión del turista a

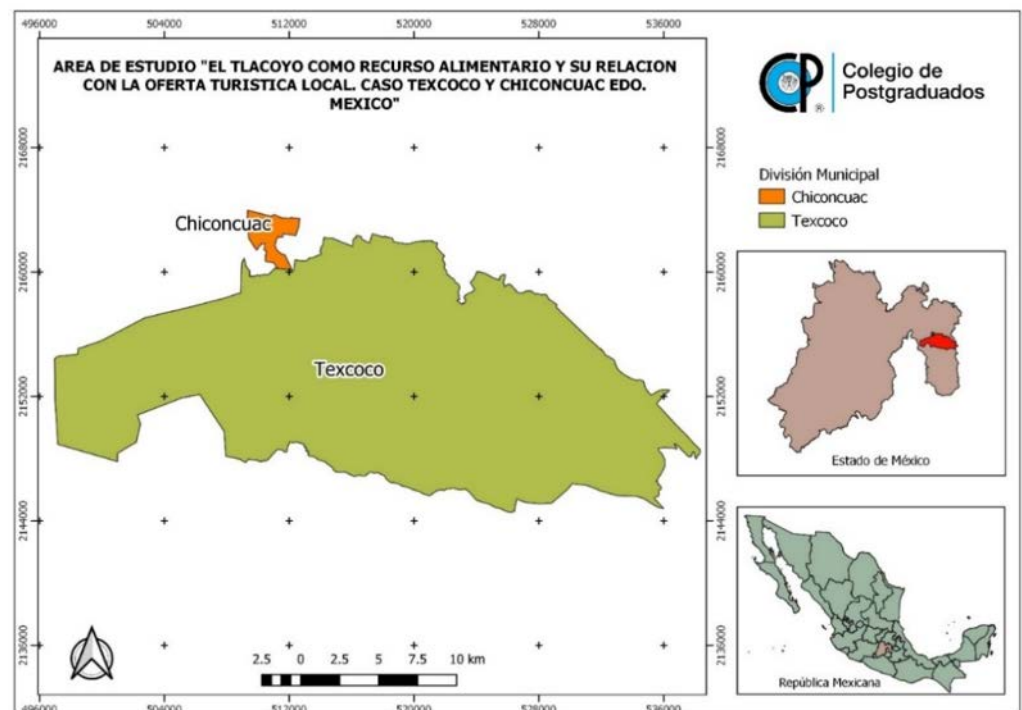


Figura 1. Ubicación geográfica de los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México. Elaboración propia QGIS 3.2, 2019.

cerca del tlacoyo como un atractivo turístico gastronómico, se determinó trabajar con dos grupos de personas; el primer grupo que elabora y vende tlacoyos, y un segundo grupo conformado por turistas consumidores de ambos sexos. Se utilizó el método de muestreo aleatorio estratificado sin reemplazo (Otzen y Manterola, 2017) para el grupo de personas que elaboran y venden tlacoyos y el muestreo aleatorio simple para el grupo de turistas.

La población de 153 establecimientos que elaboran y venden tlacoyos se dividió en cuatro estratos (Cuadro 1), con una muestra poblacional de 72 establecimientos (Cuadro 2):

$$n = \frac{(z_{\alpha/2})^2 \left(\sum_{i=1}^k N_i S_i \right)^2}{N^2 d^2 + (z_{\alpha/2})^2 \sum_{i=1}^k N_i S_i^2}$$

Donde: n es el tamaño de la muestra, Z es la variable estandarizada, N_i es el tamaño de la población y S_i es la desviación estándar. Para determinar el número de la muestra de cada estrato se aplicó la siguiente fórmula:

$$n_i = n \frac{N_i S_i}{\sum_{i=1}^k N_i S_i}$$

Donde: n_i es el tamaño de muestra por estrato, Z es el tamaño de la muestra, N_i es el tamaño de la población y S_i la desviación estándar. Quedando los estratos como se detallan en los Cuadros 1 y 2.

Se elaboraron cinco tipos de encuestas de acuerdo al tipo de tlacoyo, punto de venta (mercados, sitios turísticos y restaurantes) y a turistas de cada uno de los puntos de venta (Figura 2).

Cuadro 1. Asignación de muestra poblacional por estrato en el estudio sobre la producción de tlacoyos en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México.

Estratos	Número de establecimientos Nh	Varianza	Desviación estándar Nn*Sh	Nh*S2h	Asignación Neyman
I	84	96.7	826.3	8127.5	41
II	35	46.8	239.7	1641.1	12
III	21	83.9	192.4	1762.4	10
IV	13	199.8	183.8	2597.4	9
Total	153	427.3	1442.1	14128.6	72

*Margen de precisión 10% y 95% de confiabilidad.

Cuadro 2. Localidades, tipo de tlacoyo de venta y número de entrevistas aplicadas en el estudio sobre la producción de tlacoyos en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México.

Estratos	Localidad	Tipo de tlacoyo	Número de entrevistas por estrato
I	Cabecera Municipal (Col. Centro): Los mercados San Antonio, Belisario Domínguez y la Plaza Central de Abastos de Texcoco (mercado de las vías) y Municipio de Chiconcuac : Mercado Benito Juárez: zona de barbacoa, zona de tlacoyos, zona de pulques y en las calles principales el mercado de ropa.	Por pieza	16
			25
II	Zona de la Montaña : San Jerónimo Amanalco, Santa Catarina del Monte, San Miguel Tlaminca, La Purificación y Parque Nacional Molino de Flores.	Por pieza	12
III	Señoras que venden por docena en el mercado de San Antonio en Texcoco y el mercado Benito Juárez en Chiconcuac.	Por docena	10
IV	Restaurantes ubicados en la Cabecera Municipal de Texcoco	Por pieza	9

La división de los bloques en las encuestas se hizo de acuerdo con la siguiente Información: Señoras que se dedican a la elaboración del tlacoyo; I. Datos de las personas que elaboran tlacoyos (género, edad, escolaridad y estado civil); II. Preparación del tlacoyo como alimento tradicional (años preparando tlacoyos, preferencia del relleno del tlacoyo, día de la semana de mayor venta, temporada con mayor venta); III. El tlacoyo como atractivo turístico gastronómico (conocimiento del tlacoyo como alimento tradicional de la región, lugar de residencia de los comensales); IV. Unidad familiar

y trabajo de las mujeres (número de integrantes de familia, participación de los integrantes de la familia en la preparación, elaboración y venta del tlacoyo, parentesco, ingresos por la venta de tlacoyos, horas de trabajo). Turistas o visitantes I. Perfil sociodemográfico del turista (edad, género y localidad de residencia); II. Motivaciones del turista (motivos de la visita, interés por atractivos turísticos de la región, frecuencia de las visitas); III. El tlacoyo como atractivo turístico gastronómico (conocimiento del tlacoyo como alimento tradicional, si les gustan los tlacoyos, preferencia del relleno de los tlacoyos,

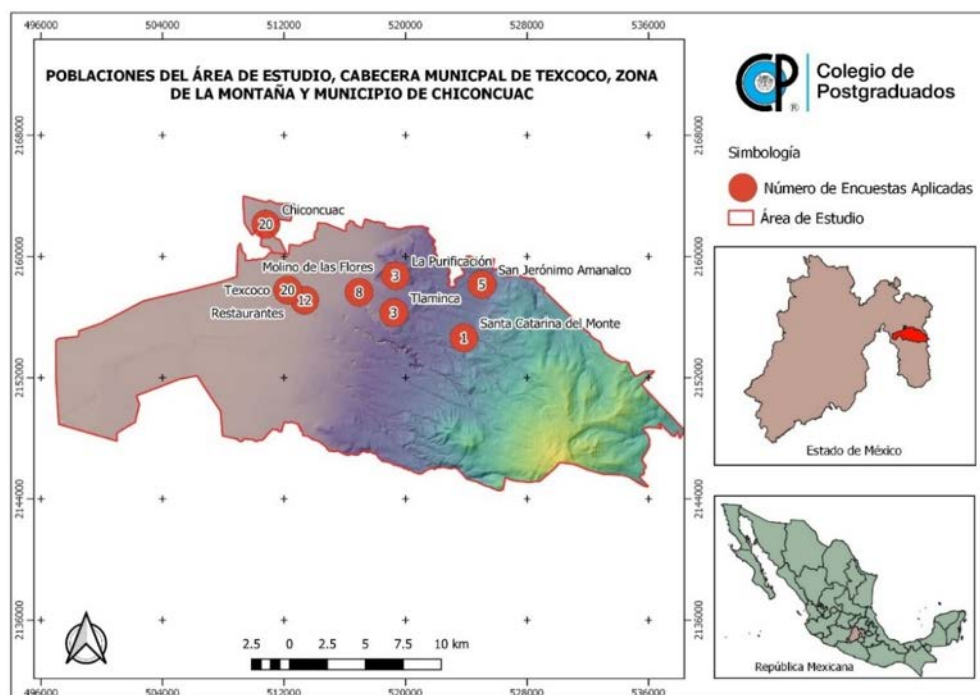


Figura 2. Ubicación de las poblaciones del área de estudio y puntos de venta de tlacoyos en la Cabecera municipal de Texcoco, Zona de la Montaña y municipio de Chiconcuac. Elaboración propia QGIS 3.2, 2019.

eventos a realizarse para la difusión y promoción del tlacoyo). Estos datos se detallan en el Cuadro 3.

Los datos obtenidos se codificaron y tabularon usando cuadros para distribuir las frecuencias absolutas (fa) y la frecuencia relativa (fr). Posteriormente se analizaron utilizando el programa de cálculo de excel.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Información de las personas que se dedican a la elaboración del tlacoyo (género, edad, escolaridad y estado civil)

Los resultados obtenidos en la investigación muestran que la práctica culinaria diaria de la elaboración y venta de tlacoyos es labor de las mujeres (90%). Un 8% de las señoras dedicadas a esta actividad registraron edad de entre 71 y 80 años, de los cuales llevan entre 43 y

53 años elaborando tlacoyos. En este grupo de personas dedicadas a la preparación y venta de alimentos, el tlacoyo se identifica como un alimento tradicional cuyo conocimiento de elaboración se ha heredado por varias generaciones. La escolaridad de las personas que elaboran y venden tlacoyos va desde el nivel básico hasta el superior, predominando las personas que tienen estudios de primaria. Del total de mujeres que se dedican a esta actividad, el 52% reportó ser solteras con estatus social de madres solteras, divorciadas y viudas, permitiendo con esta actividad ser el sustento económico de sus familias (Figura 3).

El tlacoyo como alimento tradicional

El 87% de las señoras que elaboran y venden tlacoyos expresaron que sus abuelos o padres les han hablado de que la elaboración del tlacoyo tiene muchos años y desde el inicio de su comercialización ha tenido pocos cambios en su preparación e ingredientes, motivo por el que tiene un valor como alimento tradicional y típico de la región, y un 47% de los turistas conoce que es un alimento tradicional (Figura 4a y 4b).

Se identificó que el gusto por el relleno de los tlacoyos en un 98% lo prefieren de frijol, lo cual lo relacionan de igual manera con sus ancestros, además de que algunas familias aún se dedican al cultivo de maíz y frijol, ingredientes que se utilizan en la elaboración del tlacoyo (Figura 5), identificando una tradición de saberes. También se utiliza haba, alverjón, garbanzo, requesón y

Cuadro 3. Bloques de encuestas estructuradas en el estudio sobre la producción de tlacoyos en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México.

No.	Personas objeto de estudio	Localidad
1	Señoras que elaboran tlacoyos por pieza	Cabecera municipal de Texcoco, Zona de la Montaña y Chiconcuac.
2	Turistas en los puntos de venta de tlacoyo por pieza	Cabecera municipal de Texcoco, Zona de la Montaña y Chiconcuac.
3	Señoras que venden tlacoyos por docena	Municipios de Texcoco y Chiconcuac.
4	Dueños y señoras que elaboran tlacoyos en restaurantes	Municipio de Texcoco
5	Turistas en restaurantes de Texcoco	Municipio de Texcoco

chicharrón como ingredientes del relleno.

El turismo gastronómico aparece como un segmento cada vez más importante. Según Saramago (2002) es posible encontrar con mucha frecuencia personas que viajan para “experimentar, degustar y probar nuevos sabores”, ya sea en restaurantes, ferias gastronómicas, cenas medievales y otros eventos. Se identificó que el día con mayor venta de tlacoyos en los municipios es el domingo con un 48%, y un 19% los fines de semana en los municipios de Texcoco y Chiconcuac. Sin embargo, el día martes fue relevante para el municipio de Chiconcuac por ser un día de plaza (Figura 6). Se confirma que las razones por las que el turista o visitante elije desplazarse a estos municipios es para disfrutar de la gastronomía, siendo entonces el tlacoyo un elemento de la oferta turística local.

El tlacoyo como atractivo turístico gastronómico y motivación del turista

Se identificaron como atractivos turísticos en los municipios, el Parque Nacional Molino de Flores, monumentos históricos, comida tradicional, zonas arqueológicas, eventos culturales, entre otros. El 42% de los turistas o visitantes eligieron la comida tradicional como experiencia culinaria. 35% de los turistas llegan a los municipios en periodo de vacaciones y el 13% en fin de semana, eligiendo disfrutar de su tiempo libre realizando actividades de recreación en los municipios de Texcoco y Chiconcuac (Figura 7a y 7b).

La mayoría de los turistas que visitan los municipios son del Estado de México (70%) y la Ciudad de México (15%), con una frecuencia de visita

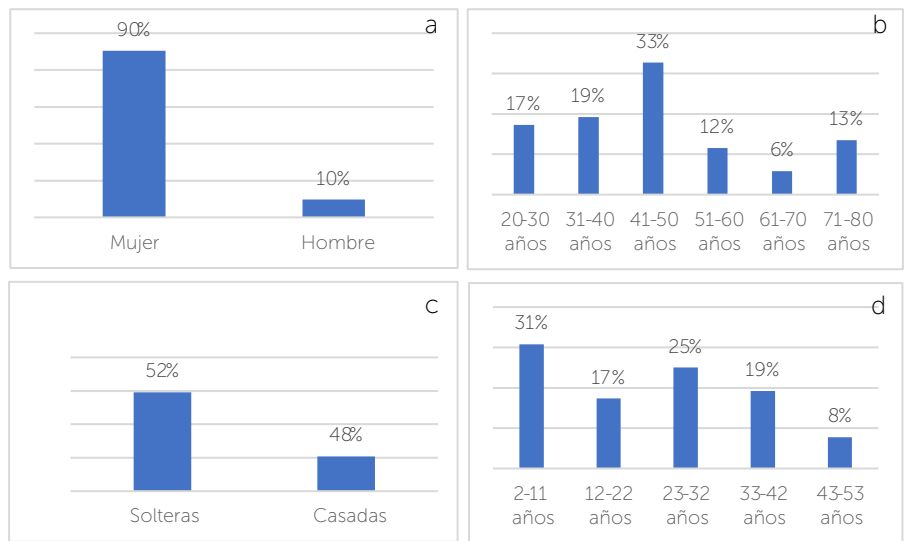


Figura 3. Información de las personas que elaboran y venden tlacoyos en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México. a) Sexo; b) Rango de edades; c) Estado civil de las señoras que producen y venden los tlacoyos; d) Años dedicados a la producción y venta de tlacoyos.

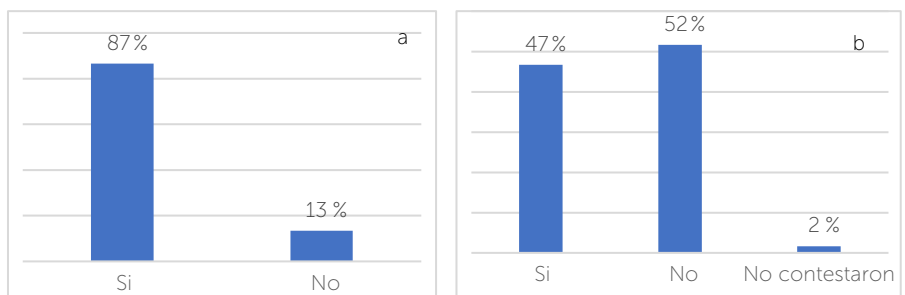


Figura 4. Conocimiento sobre el tlacoyo como alimento tradicional, a) personas que elaboran y venden tlacoyos; b) turistas y visitantes.

mensual de 45%, donde se destaca que se lleva a cabo un turismo regional. Los turistas extranjeros son esporádicos con procedencia de Japón, España, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Colombia y Ecuador (comunicación personal) (Figura 8a y 8b).

Se identificó que el poblado La Purificación, Texcoco, le ha conferido valor al tlacoyo como atractivo turístico gastronómico por tres décadas, organizando la Feria del Tlacoyo, incorporando este evento a la oferta turística local. Los resultados corroboran que el tlacoyo si se puede considerar un atractivo turístico gastronómico, con 100% de

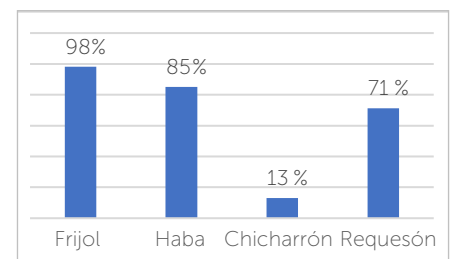


Figura 5. Preferencia mostrada por los comensales y turistas sobre el relleno en los tlacoyos en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México.

los turistas que les gusta consumir tlacoyos.

Unidad Familiar y el trabajo de las mujeres

La elaboración y venta del tlacoyo es un trabajo en conjunto de to-

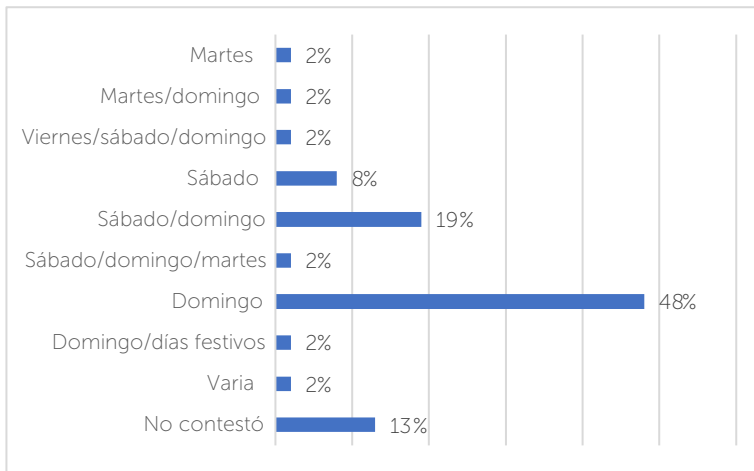


Figura 6. Distribución de la frecuencia de venta de tlacoyos en los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México, durante el año.

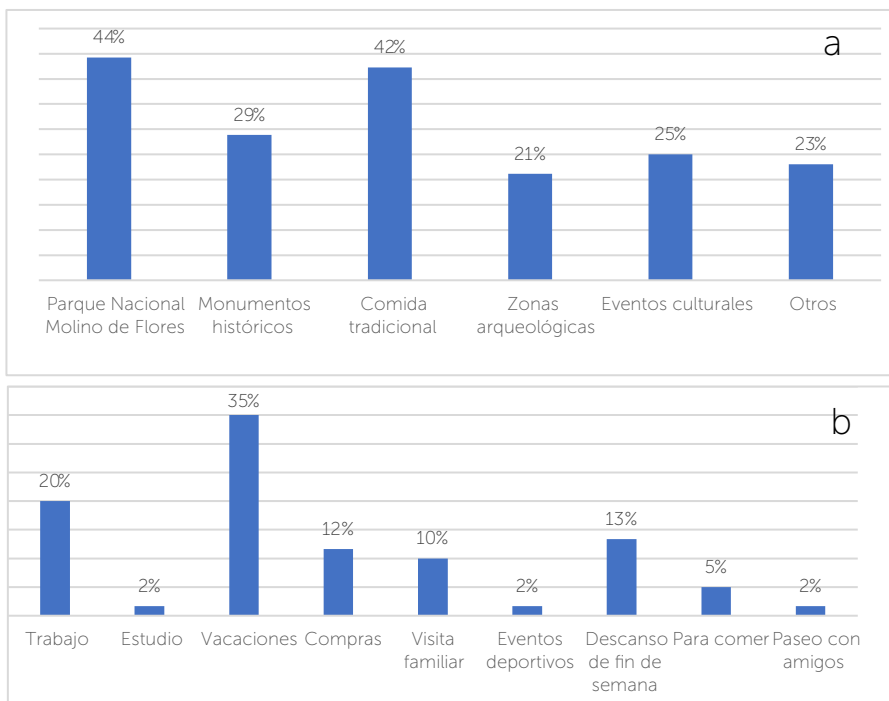


Figura 7. Atractivos turísticos (a) y motivo de visita a los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México.

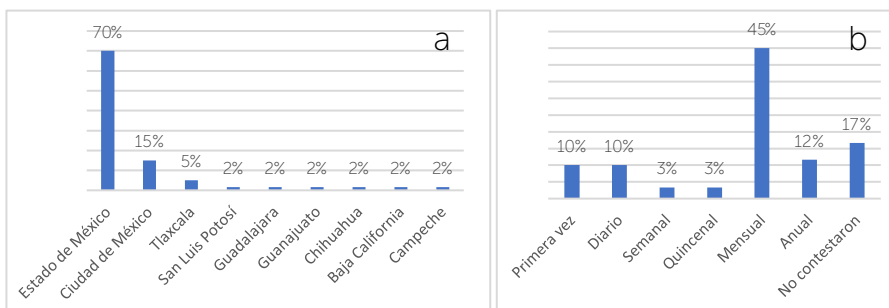


Figura 8. Procedencia de los turistas o visitantes (a) frecuencia de visita a los municipios de Texcoco y Chiconcuac (b) en el Estado de México.

dos los miembros de la familia (esposo, esposa, hermanas, hijas, tías, yernos y nueras), con una participación familiar el 99%, fortaleciendo así la unidad familiar. A cada miembro de la familia le corresponde ayudar en una actividad. La encargada de dirigir las tareas es la esposa o madre de familia. Los ingresos que obtienen las familias con esta actividad ha permitido mejorar la calidad de vida a través de la provisión para educación, salud, alimentación, vestido, transporte y pagos de servicios públicos. El 52% de las mujeres que se dedican a la elaboración y venta de tlacoyo son solteras con un estatus social de madres solteras, viudas y divorciadas. Además, esta actividad permite a las mujeres organizar sus actividades diarias para tener un ingreso económico, estar al pendiente del cuidado de sus hijos y atender sus hogares.

CONCLUSIONES

Los municipios de Texcoco y Chiconcuac, Estado de México, cuentan con atractivos turísticos naturales y culturales que forman parte de la oferta turística, los cuales motivan al turista regional, nacional y extranjero a visitar los municipios principalmente en periodos vacacionales y fin de semana, con el propósito de disfrutar de su tiempo libre. El 83% de los turistas o visitantes buscan consumir alimentos tradicionales en los municipios, considerando entonces al tlacoyo como uno de ellos y parte de la gastronomía local. Los resultados obtenidos de esta investigación permiten afirmar que el tlacoyo es un alimento identitario con potencial para fortalecer la oferta turística local que incide en la unidad familiar y que representa un ingreso importante para el sustento de las mujeres.

LITERATURA CITADA

Barros, C. (12 de septiembre 2018). Investigadores llaman a recuperar el consumo de tlacoyos. La Jornada. p. 41. Página electrónica <https://www.jornada.com.mx/2018/09/12/sociedad/041n3soc>. Fecha de consulta 06/07/2019

- Fuentes, A. (2009). El Turismo Rural en España: terminología y problemas de traducción. *Revista Entreculturas* 1, 469-486.
- Sahagún, B. (1577). *Historia general de las cosas de Nueva España*. Texto manuscrito. Tomo Primero: Libros I – IV. México: Impresión del ciudadano A. Valdés.
- González, J., y Reyes, M. (2014). El conocimiento agrícola tradicional, la milpa y la alimentación: el caso del Valle de Ixtlahuaca, Estado de México. *Revista de Geografía Agrícola* 52-53, 21-42.
- INEGI. (2019). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Prontuario de información geográfica del Estado de México. Página electrónica: [https:// www. inegi.gob.mx](https://www.inegi.gob.mx)
- Nunes dos Santos, C. (2007). Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 16, 234-242.
- Rico, G., y Gómez, J.M. (2009). La contribución de la mujer en la economía rural de Castilla y León. *Cuadernos de Turismo* 16, 175-196.
- Otzen, T. y Manterera, C. (2017). Técnicas de muestreo a una población a estudio. *International Journal of Morphology* 35 (1), 227-232.
- Saramago, A. (2002). Gastronomía, patrimonio y Cultural. In ICEP. *Com os Olhos no Futuro. Reflexões Sobre o Turismo em Portugal*. pp. 15-21.
- SEDESOL. (2016). Catálogo de localidades. Sistema de Apoyo para la Planeación del PDZP. Municipio de Texcoco. Página electrónica <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/LocdeMun.aspx?ent=15&mun=099> Fecha de consulta 25/12/2019
- Senadza, B. (2012). Non-farm Income Diversification in Rural Ghana: Patterns and Determinants. *African Development Review* 24, 233-244.

