



REVISTA DE INVESTIGACIÓN
EN GESTIÓN CULTURAL

Córima, Revista de Investigación en Gestión Cultural

ISSN electrónico: 2448-7694
Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Guadalajara
México
corima@udgvirtual.udg.mx

Año 11, Número 20, enero-junio de 2026

Panorama actual del turismo cultural en Monterrey, Méjico

Current outlook of cultural tourism in Monterrey, Mexico

Andrea Guadalupe Herrera Martínez¹

Universidad Autónoma de Nuevo León

DOI: <https://doi.org/10.32870/cor.a11n20.7506>

¹ Lic. Letras Hispánicas, profesora en la Facultad de Filosofía y Letras, UANL. ORCID: 0009-0006-9709-2766, e-mail: andreaghmtz@gmail.com

Resumen

El presente trabajo ofrece un análisis general de la actual perspectiva del turismo cultural en Monterrey, un municipio ubicado en el estado de Nuevo León, México. Este estudio se centra en la perspectiva del gobierno sobre el turismo en la ciudad, Monterrey, y en el énfasis que se pone en el factor económico en sus proyectos, a menudo pasando por alto otros aspectos que abarcan el rico patrimonio cultural de la metrópoli proveniente de diversas partes del mundo. Se proporciona una breve lista de los sitios culturales más visitados, junto con una descripción general de sus ofertas acompañada de una crítica a los cambios sociales inducidos por el turismo en una sitio de destino.

Palabras clave: cultura, turismo, infraestructura, identidad, INCMTY.

Abstract

The present work provides a general analysis of the current outlook of cultural tourism in Monterrey, a municipality located in the State of Nuevo León, Mexico. This study focuses on the government's perspective on tourism in the Monterrey City and the emphasis placed on the economic factor in their projects, often overlooking other aspects that encompass the metropolis's rich cultural heritage from various parts of the world. A brief list of the most visited cultural sites is provided, along with an overview of their offerings, accompanied by a critique of the social changes induced by tourism in a destination place.

Keywords: culture, tourism, infrastructure, identity, INCMTY.

Introducción

En este trabajo se realiza un análisis de la situación actual del turismo cultural en Monterrey, identificando los espacios culturales con mayor afluencia en la ciudad y la importancia de los turistas en el orden social de una metrópoli destino. Expone la visión que expresan los altos mandos sobre el turismo en esta ciudad del norte de México.

El gobierno de Nuevo León basa sus indicadores en cantidad de ganancias monetarias obtenidas en temporadas vacacionales, y esto ha causado que los proyectos próximos a realizar tengan un propósito financiero o que estén dedicados a las empresas y a la movilidad de empleados para juntas importantes. Comienza a dejarse de lado todo lo demás diferente a la industria.

La situación actual, fuera de eso, está en un camino con obstáculos para el disfrute pleno de la ciudad en construcción para la próxima Copa Mundial de Fútbol 2026. Evento que hasta este momento está programado para al menos tener un par de partidos en uno de los estadios de esta localidad.

El turismo cultural en una ciudad empresarial abarca mucho más. Este ámbito abarca convivencia, diálogo e intercambio de muchas culturas en solo territorio. Es hora de nombrarlo más allá del costo, de los gastos o ganancias; es hora de visualizar la situación desde un local, desde la propia apreciación de la cultura.

Turismo cultural

El turismo cultural, de acuerdo con René Rivera y Alberto Peralta (2016), es un ámbito que “tiene la capacidad de mostrar la cultura de las comunidades detentoras de patrimonio e involucrar al turista en una experiencia que le brinde conocimiento y entretenimiento memorables y

significativos". Este tipo de turismo ha tomado mayor relevancia entre las empresas comerciales de México.

Las actividades recreativas en este país han tenido un giro significativo después de la pandemia que azotó al mundo a mediados de 2020. Muchos lugares cerraron por baja afluencia, otros implementaron la tecnología para brindar visitas virtuales, y otros, los que siguen abiertos, tuvieron que pausar sus recursos por un tiempo indefinido.

Las empresas dedicadas a guías turísticas estuvieron cerca de la quiebra cuando nadie podía salir de su país, incluso de sus propias casas. En pleno 2025 aún hay planes en acción para recuperar lo perdido y brindar una oportunidad a los extranjeros de conocer una gran cultura del país destino, en este caso México.

Rivera y Peralta (2016) recuperan una definición de la UNESCO sobre el turismo cultural:

Excusiones a la medida y de manera informada, en otras culturas y lugares para aprender acerca de su gente, sus estilos de vida, patrimonio y artes, que genuinamente representen sus valores y contexto histórico, lo cual conlleva a tener la experiencia de lo diferente (p. 7).

Este ámbito se sostiene de la mano con museos, galerías y todo tipo de establecimiento que pueda brindar una mirada a la identidad del local. Un museo puede exponer arte de la población del sitio, algunas esculturas que hablen sobre su contexto histórico, vestimenta típica e incluso espacios con música. Un museo es parte primordial de la cultura por todo lo que se puede representar; es algo que nunca se queda externo al turismo cultural.

Fuera de los establecimientos, las calles son la mejor representación de la cultura. Se observan personas, se escucha (en caso de tener el mismo

idioma) las pláticas de la población y se vive en carne propia un vistazo de la realidad más allá de una institución; en caso de que el gobierno o las academias manejen una curaduría estrecha del arte expuesto para el público.

Intercambio cultural: guías turísticos

Hacer turismo, de acuerdo con Raúl Veldez (2003), es más que reservar un hotel bonito en una buena zona de la ciudad destino, hacer un itinerario del viaje o separar una cantidad de dinero para los recuerdos. Es una faceta del propio descubrimiento del ser humano al conocer diversas manifestaciones de otras culturas.

Un lugar con mucha afluencia turística brinda la oportunidad de convivencia entre los locales y los extranjeros de diferentes partes del mundo. Se vuelve cotidiano ver a gente de Asia, Europa y otros lugares, en las calles, charlando, observando y llevando una parte de la cultura consigo mismos gracias a los aprendizajes del viaje.

Las visitas guiadas en grupo son un espacio ideal para el intercambio de conocimiento. En un grupo puede haber gente con el mismo idioma, pero de diferentes zonas geográficas. Todos, en conjunto, pueden aprender algo nuevo y, a la vez, compartir semejanzas con su propia cultura. Ahora bien, es común que los guías transformen los sitios turísticos para el aprovechamiento del externo, en idioma y en contenido, dependiendo del interés particular.

Es común conocer algo desde una vista superficial, ya sea por visitas a lugares con menor afluencia, aquellos “más seguros” o por conveniencia comercial. Una visita con una empresa de turismo puede ser “por encima” por el tiempo destinado. A veces ni siquiera hay tiempo para bajar más de 15 minutos en las paradas y se crea una dinámica de

desconocimiento de lo lejano, de todo lo otro que no se incluye por decisión del externo.

Al tener en cuenta las dificultades en estos recorridos programados no se deja de lado la información nueva y la manera en la cual conocer un sitio turístico puede cambiar la perspectiva de vivencia del otro. A veces la historia de una ciudad es capaz de resignificar espacios, memorias o acciones para todo aquel que la conozca.

En Monterrey, por ejemplo, una de las visitas guiadas más importantes se lleva a cabo en el Paseo Santa Lucía, donde los turistas pueden navegar por el canal de agua de este sitio hasta el Museo de Historia Mexicana. Esta visita es recurrente al punto de tener una gran cantidad de fila en vacaciones y también forma parte del entretenimiento de los locales con sus seres queridos.

Turismo en Nuevo León. Vista de los altos mandos

Es interesante visualizar la perspectiva que el gobierno mantiene del turismo, y conocer los factores que están en su panorama para mejoras.

El gobierno de Nuevo León publicó en 2025 una estrategia llamada INCMTY 2025, donde expresan el impacto del turismo en la economía estatal y la importancia de mejorar la infraestructura turística.

En la conferencia realizada para presentar la información del INCMTY 2025 mencionaron tres aspectos importantes para un ecosistema turístico. Incluyeron el crecimiento económico del sector con una derrama económica de 27 mil millones de pesos generados por el turismo; la conectividad aérea del Aeropuerto Internacional de Monterrey con una movilización de 13 millones de pasajeros en 2024; y una gran ocupación hotelera por reuniones de alto nivel.

Con esa perspectiva se ha optado por modificar la categoría del turismo en la ciudad; en la actualidad es más fácil encontrar datos que señalen

un aspecto de negocios en Nuevo León. Incluso se agregan términos referentes a la innovación y la sostenibilidad, debido a la gran cantidad de dinero que se genera por las empresas, sus reuniones y convenciones. David Casas (2025) brinda datos en su publicación en el periódico *El Sol de México* sobre la cantidad de hoteles y habitaciones disponibles en la ciudad; la cantidad de estrellas que tienen y lo cerca que están del negocio, de las empresas. La funcionaria Maricarmen Martínez, de acuerdo con este periódico, mencionó en la conferencia que el turismo en el estado es un motor de crecimiento que conecta la inversión con la competitividad de otras zonas e incluso países. Existe un departamento llamado *El Pabellón de la Inversión Turística* para conectar inversionistas con proyectos de alto impacto económico.

Resulta relevante entender la visión del turismo para el sector con poder en la sociedad y cuestionar: ¿el turismo es únicamente comercial? La respuesta es no, por lo menos desde la gestión cultural. Este factor incluye intercambio monetario en las reservaciones de hotel, un gasto considerable en la compra de vuelos o transporte y que muchas personas llegan a la ciudad en búsqueda de oportunidades de empleo o reuniones laborales, pero no lo es todo.

El turismo es una actividad de movilidad y de ruptura con lo habitual. Es viajar a otro sitio con una intención. De esa forma se llega a otra ciudad o país, suponiendo interacción con el nuevo entorno, con escuchar conversaciones de locales y visitas a lugares culturalmente importantes. Se visitan museos, oficinas o se realizan traslados en ubicaciones que significan algo más que un espacio en blanco.

Si entendemos la cultura desde el punto de vista económico es posible que se deje de lado el origen de las tradiciones o el verdadero significado emocional que supone ser parte de una población. Recalcar lo monetario en el conocimiento del turista ha causado que las artesanías se conviertan

en un mercado de invalidez. Ahora se vuelve común regatear por el precio, en vez de darle relevancia al proceso de fabricación.

Este giro económico trae consigo un impulso a lo tecnológico. Si las empresas o las convenciones comerciales se convierten en el mayor enfoque de visita en la ciudad, también suponen la importancia de modificar la cultura hacia las nuevas tecnologías de información y comunicación. Transformar la cultura en el camino de la globalización incluye un desconocimiento tardío de factores sociales o culturales que no tienen el mismo alcance en los avances tecnológicos.

En este proceso del consumo y de la innovación todo centro cultural que no mantenga audífonos para escuchar en otro idioma u operador de tarjetas bancarias se queda en el olvido. La cultura se actualiza, y en ese intento de llegar a más personas se desliga poco a poco de la realidad.

Comienzan a olvidarse las lenguas originarias de los habitantes de Monterrey, en este caso. Se dejan de lado las vestimentas tradicionales o los artefactos que ahora solamente se pueden encontrar en el museo. Este INCMTY 2025 aporta a la visita de extranjeros a la ciudad, pero también crea escenarios de ignorancia y de empoderamiento del otro. De aquel empresario lejano a la realidad social de una población.

Monterrey. Sitios turísticos

Monterrey, por sí sola, es una ciudad al norte de México. En realidad, la percepción de Monterrey se extiende a otros municipios para abarcar el área metropolitana; se dice que todos comparten la misma identidad regia. La percepción de uno mismo cambia dependiendo de su hogar, pero todos tienen en común ciertas cosas, ya sea la música o la comida.

Esta ciudad, aunque mantiene una definición muy fuerte sobre ser regio o del norte, en realidad es una mezcla grande de culturas en el territorio. En sus calles se pueden encontrar personas de diferentes partes del

mundo y de distintas comunidades. Se vuelve común encontrarse con europeos y asiáticos, sin dejar de lado a las personas de comunidades indígenas.

La base es diversa. Esta ciudad sin el turismo ya cuenta con una variedad de culturas, idiomas y tradiciones. Sin embargo, el constante movimiento no deja de fomentar pequeñas modificaciones en las afluencias en sectores culturales. Aunque Monterrey es inmenso y abarca una zona geográfica grande, el turismo se centra en un espacio específico: el centro.

En la colonia centro se puede encontrar de todo un poco, desde comercio o espacios artísticos. En las calles de esta colonia se encuentra uno de los edificios con comercio más transitado de la ciudad: Interplaza. Este edificio de varios pisos y muchos locales es un espacio de convivencia durante toda la semana. Pareciera ser un punto de reunión principal para los locales de la ciudad en los fines de semana por la cantidad de gente que visita el lugar.

Cercano a este sitio, otro de los puntos con mayor afluencia en Monterrey es la calle Morelos. Esta calle sin paso de vehículos tiene acceso libre al peatón para caminar sin obstáculos. En los costados se localizan restaurantes o tiendas de recuerdos, ropa, zapatos y demás. En época navideña o vacacional esta calle se llena de personas charlando y pasando el rato libre.

Ambos espacios, aunque son visitados en mayoría por los habitantes propios de la localidad, también son un punto común para los turísticas que buscan conectar con la cultura regia. Además, la calle conecta con otros lugares que no pueden quedarse fuera en una visita turística. A unos cuantos pasos se localiza la famosa Macroplaza; una plaza central que abarca 40 hectáreas.

En esa plaza se ubican monumentos relevantes para la historia de México, y de la ciudad en específico. En su extensión es posible visualizar otro tipo

de recintos con importancia cultural y artística, tales como los tres museos. Estos recintos se catalogan como los museos con mayor afluencia para un recorrido cultural en Monterrey: el Museo del Noreste, el Museo de Historia Mexicana y el Museo del Palacio.

En ellos, el turista puede obtener información sobre la historia del país y cada una de sus batallas, sus personajes históricos importantes e incluso la vestimenta o artículos que se usaban en diferentes contextos de nuestro pasado. El Museo de Historia Mexicana se distribuye en cinco salas espaciosas divididas en: entorno geográfico, el México antiguo, el Virreinato, el siglo XIX y el México moderno.

En el Museo del Noreste pueden conocer seis salas que abarcan la historia regional de los estados de Nuevo León, Tamaulipas y Texas. Algo innovador de este museo es la mención del territorio estadounidense por la cercanía a México y los cambios que se han realizado en el mapa y en el dominio de las zonas geográficas.

Por otro lado, se conecta al Museo del Palacio, donde se suelen llevar a cabo las actividades organizadas por el gobierno. Es punto ideal para la expresión del local en cuanto a quejas o demandas, es decir, este espacio es inicio o final de marchas, huelgas u otro tipo de actividades que no dejan de ser parte de la cultura de la ciudad.

Por mencionar más recintos culturales en Monterrey existe el museo MARCO y el Museo del Acero Horno 3. El Museo de Arte Contemporáneo (MARCO) abrió sus puertas con la exposición *Mito y Magia en América: Los Ochenta* en el año 1991. En este lugar se exponen obras de artistas internacionales, aunque les brindan mayor importancia a latinoamericanos. MARCO es un foro de artistas jóvenes, accesible e innovador con la finalidad de incitar al diálogo y la convivencia de sus asistentes.

El Museo del Acero Horno 3 está localizado en el Parque Fundidora. Es uno de los espacios con mayor importancia en la historia de Monterrey

para la comunidad obrera. En este parque se encuentran las antiguas instalaciones de la Compañía Fundidora de Fierro y Acero de Monterrey. En sus 144 hectáreas totales se pueden visitar diferentes sitios como un Museo de Cera y el Salón de la Fama del Béisbol.

El Parque Fundidora cuenta con más de ocho millones de visitantes al año y es un espacio de constante movimiento por los eventos que se realizan en sus instalaciones. Un ejemplo de ello es el Tecate Pal Norte, un festival de música que se realiza anualmente en la mayoría de las hectáreas de este recinto. Este magno evento reúne visitantes de todo el mundo con el propósito de disfrutar de sus cantantes favoritos y de vivir un buen ambiente con otras personas de otras culturas, pero con los mismos gustos.

Barrio Antiguo: la cuna de las culturas

Después de mencionar múltiples museos y ubicaciones culturales en la ciudad, resulta fundamental abordar un barrio que se ha convertido en un espacio de expresión e identidad. Barrio Antiguo es una zona en el Centro de Monterrey, ubicada al oriente de la Macroplaza, y es considerado el corazón de la ciudad. Este lugar se ha transformado en uno de los espacios con mayor afluencia de locales y también de extranjeros.

En sus calles se pueden visualizar espacios dedicados para la toma de fotografías como pinturas en paredes, anuncios, luces o incluso un estilo colonial llamativo. Se encuentra todo tipo de negocios, aunque los que más abundan son restaurantes, cafeterías y algunos bares con música en vivo por las noches. Además de los sitios de comida pueden encontrarse distintas galerías de arte, teatros, librerías y espacios culturales independientes.

Los domingos, por ejemplo, se crea una dinámica de mercado de artesanías, donde los artistas de la región pueden vender sus creaciones,

ya sea libretas decoradas con cuero, libros de segunda mano, pinturas o llaveros. Desde hace unos años es una actividad permanente para la localidad; es común encontrar diversidad de personas recorriendo sus calles e incluso se opta por cerrar la vía de automóviles para mayor seguridad.

Barrio Antiguo es una zona que puede identificarse por el término “independiente”. En sus calles se han abierto diversas librerías, centros culturales o cafeterías con la idea de un espacio libre de normativas institucionales. En ellos se crean eventos, conferencias o espacios de lectura sin tabú, sin esperar que alguien diga que esos temas no se pueden tratar.

El turismo y sus ganancias solventan estos sitios. Es fundamental recordar que este tipo de establecimientos suelen participar en convocatorias o reducir costos para lograr solventarse por un tiempo, dependiendo de su localización, el turismo resulta una vía significativa. Considero que estos espacios independientes en Barrio Antiguo son aquellos que crean el vistazo juvenil, los que aportan vida a esas calles.

Turistas como agente de cambio cultural

Después de brindar un panorama de los lugares que no pueden faltar en el turismo cultural, resulta primordial conocer el impacto que tienen los turistas en la ciudad, en sus calles y en sus establecimientos. Los turistas aportan a la ciudad-destino dos enfoques completamente diferentes.

El primer punto es positivo. El turismo aporta beneficios económicos para los establecimientos tales como museos o galerías con la compra de boletos de acceso. Una temporada alta de venta de boletos salvaguarda la economía de los espacios independientes, aunque eso depende de que tan conocido sea el lugar. Aunque sea una época vacacional los sitios pueden obtener menos afluencia de la esperada, ya dependería de aquello que puedan ofrecer al público.

El turismo también aporta en las ventas de artesanías. Sin embargo, la posibilidad de regateo del costo no permite apreciar el proceso de fabricación. Los puestos o vendimias que estén en zona turística tienen mayor posibilidad de mejorar su porcentaje de ventas, sin dejar de tener en cuenta que los productos sean novedosos para el turista.

En el caso de Monterrey, algunos de los artículos que se venden como recuerdos de la ciudad son llaveros con la figura del Cerro de la Silla, otros en forma de sombreros vaqueros y algunos objetos que mantengan similitud con el tequila o el licor en general. Otros objetos conocidos son referentes a la comida de la región como un trompo, tacos o tortas. En realidad, la representación gastronómica suele variar, porque se mezclan con platillos tradicionales de otros estados de México.

El impacto negativo que mantiene el turismo en la ciudad-destino está relacionado, no obstante, al cambio del escenario. En Barrio Antiguo, sitio catalogado como el corazón de la ciudad, ya se volvió recurrente encontrar carteles o menús en inglés. Incluir un nuevo idioma en estos establecimientos está bien, pero no es correcto utilizar únicamente el idioma extranjero.

Utilizar como único idioma el inglés en un establecimiento en México es contraproducente. Un cambio tan sencillo o básico puede cambiar todo motivo de convivencia; ahora ya no es para el local, ahora es para el visitante. Innovarse en la cantidad de idiomas de manejo es una forma adecuada para ampliar el porcentaje de público, pero crea un espacio de desvinculación del mexicano con su país, con su propio idioma.

Turismo es Cultura Monterrey

Turismo es Cultura Monterrey es una organización gubernamental afiliada al gobierno de Monterrey, y en este momento se vincula con el alcalde Adrián de la Garza. Esta organización está dirigida por la Mtra. Silvia

Nancy García; la directora con la ayuda de más trabajadores ha supervisado distintos eventos culturales en el municipio.

Entre sus eventos se encuentran conferencias de historia e identidades en sus instalaciones o en escuelas públicas. Esta organización configura la Gran Orquesta de Monterrey, evento semanal llevado a cabo los domingos, donde los habitantes de Monterrey pueden disfrutar un espacio seguro con música, baile y algunos refrigerios.

A mediados de 2023 se realizó la Encuesta sobre Hábitos y Consumo Cultural Nuevo León 2023. Esta encuesta fue organizada por la Secretaría de Cultura del Estado en colaboración con el Consejo Nuevo León, la cual fue presentada en julio de ese año en el Palacio del Gobierno. Imelda Robles, a través del periódico *El Norte*, compartió las siguientes estadísticas:

- Menos de 30 % de la población acude a espacios culturales
- 58 % de la población mayor de edad menciona que no lee libros.
- 39.9 % de la población encuestada menciona que no acude a actividades culturales, porque no tiene tiempo.

Una encuesta de hace dos años no es lejana temporalmente, y no deja de lado los porcentajes para la situación del aprendizaje cultural de los habitantes en el estado, el municipio y la ciudad. Esos indicadores prenden una alarma a la necesidad de acercar la cultura a la sociedad.

Para esta investigación se intentó contactar a esta organización gubernamental, *Turismo es Cultura Monterrey*, pero al final no se logró tener un acuerdo para la realización de una entrevista con la finalidad de conocer los parámetros actuales. Sin embargo, resulta novedoso pensar en el turismo cultural desde la visión de un local de la ciudad, pensar en

la realidad fuera de porcentajes que suelen dejar de lado información relevante.

El gobierno de Nuevo León brinda datos exactos sobre viajes y cantidad de habitaciones de hotel reservadas para encuentros financieros o empresariales, pero no brinda una visión adecuada de la cultura más allá de eso. Estas vacaciones de abril tuvieron una mayor afluencia en museos o sitios culturales en comparación con otros años, de acuerdo con Jesús Garza (2025) de ABC Noticias, pero no brindan estadísticas reales para comprobar la información.

Actualmente, *Turismo es Cultura Monterrey* está realizando un vínculo internacional con Corea del Sur, con la finalidad de realizar un intercambio de cultura positivo. Esta organización realizó durante un mes un evento llamado *KMTY 2025*, donde invitaron a un grupo de artistas coreanos llamados *JustB*. El grupo se presentó en escuelas públicas y privadas a lo largo de unas semanas de actividades. Acudieron a realizar presentaciones musicales a distintas facultades y preparatorias de la Universidad Autónoma de Nuevo León, al Tecnológico de Monterrey y a un colegio privado.

El gobierno de Monterrey organizó un evento de tres días en la Plaza Zaragoza, enfrente del Palacio Municipal de Monterrey. En esos días pusieron a la venta artículos importados desde Corea del Sur tales como ropa, comida, de higiene personal o de papelería. Los eventos, en palabras de la directora Silvia García, fueron realizados con la intención de fortalecer los vínculos internacionales, aceptar una cultura externa en esta ciudad y escuchar los gustos que predominan en los habitantes de Monterrey.

Se observan dos dinámicas diferentes, tomando en cuenta los proyectos que está realizando el gobierno de Monterrey y comparándolo con el *INCMTY 2025* que promueve el gobierno de Nuevo León. Por un lado, está una acción que le brinda importancia al reconocimiento del otro, de la

persona del exterior que tiene algo relevante por aportar. El municipio está optando por compartir algo, una convivencia o una parte de la historia al mostrar la vestimenta típica o los platillos que se preparan en festividades.

Por otro lado, está el estado con una visión comercial de los altos mandos con poder y riqueza. Ellos apuestan por aumentar la cantidad de vuelos al año y la renta de espacios para conferencias tecnológicas o con lenguaje técnico; esas actividades que disfruta un porcentaje mínimo de la población en esta región. No pretendo dar una idea de que este proyecto empresarial sea innecesario o que deban cancelarlo, sin embargo, considero que estamos en un contexto sociocultural donde es más necesaria la intervención para una ciudadanía respetuosa, empática y con conocimiento de sus propias raíces.

Conclusión

Hablar de turismo cultural en Monterrey abarca mucho. Se puede crear una lista inmensa de sitios culturales para promocionar su visita, tomar algunas fotografías y disfrutar de exposiciones en museos, galerías o recintos para conciertos. Se crean páginas en línea para encontrar reservaciones, comentarios o sugerencias del público y algunas rutas, dependiendo del gusto de quien lo experimentó.

Es más que eso. El turismo es entender y disfrutar la situación actual de la ciudad-destino. Es caminar por las calles. Son los ojos abiertos y la mente, capturando todo lo nuevo que Monterrey, en este caso, puede ofrecer. Este municipio y ciudad, fuera de nombrarse una zona industrial con relevancia en el negocio, también brinda un ambiente de convivio e intercambio en sus calles con música, talento regional y aceptación del otro.

Los turistas han modificado el orden social de cada lugar que visitan, tal vez alguno de ellos necesitó pagar con una tarjeta bancaria y desde entonces cada centro cultural necesita innovarse para ir de la mano con las necesidades de la población visitante. La cultura ofrece un vistazo de apreciación, pero también una forma de moldeo de acuerdo con quien la observa.

Referencias

- Casas, D. (2025). Nuevo León se afianza como destino para el turismo de negocios. *El Sol de México*. Recuperado de <https://oem.com.mx/elsoldemexico/mexico/nuevo-leon-se-afianza-como-destino-para-el-turismo-de-negocios-23038592>
- Garza, J. (2025). Museos de Monterrey registran afluencia durante Semana Santa. *ABC Noticias*. Recuperado de <https://abcnoticias.mx/local/2025/4/15/museos-de-monterrey-registran-afluencia-durante-semana-santa-246322.html>
- Gobierno de Nuevo León (2025). *Turismo, Innovación y Crecimiento: Nuevo León presenta su estrategia en INCMTY 2025*. Recuperado de <https://www.nl.gob.mx/es/boletines/turismo-innovacion-y-crecimiento-nuevo-leon-presenta-su-estrategia-en-incmty-2025>
- Rivera, R. y Peralta, A. (2016). *Turismo cultural en México. Reporte Anáhuac de Investigación Turística*. Universidad Anáhuac México.
- Robles, I. (2023). Reproban regios en cultura, revela encuesta. *El Norte*. Recuperado de <https://www.elnorte.com/reproban-regios-en-cultura-revela-encuesta/ar2649661>
- Veldez, R. (2003). *Turismo Cultural: la Experiencia Mexicana*. Cuaderno Virtual de Turismo. Universidade Federal do Rio de Janeiro.