



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

INSTITUTO DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RURALES

MAESTRÍA EN AGROINDUSTRIA RURAL DESARROLLO TERRITORIAL
Y TURISMO AGROALIMENTARIO



TRABAJO TERMINAL DE GRADO

“Propuesta de una ruta agroalimentaria del pulque como herramienta de
valorización y comercialización en Jiquipilco, Estado de México”

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO (A) EN AGROINDUSTRIA
RURAL, DESARROLLO TERRITORIAL Y TURISMO AGROALIMENTARIO

PRESENTA:

L. en T. Minerva Peralta Escobar

Directora de tesis

Dra. Rebeca Osorio González

Co-directores

Dr. Héctor Favila Cisneros

Dr. Gerardo Novo Espinosa de los Monteros

Toluca de Lerdo, México, noviembre 2022

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general diseñar una ruta agroalimentaria como herramienta de valorización y comercialización del pulque en el municipio de Jiquipilco. En los objetivos específicos se describió la situación socio-productiva que presentan los integrantes de la asociación de producción rural “Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V, además de elaborar un inventario del patrimonio natural y cultural de los recursos con los que cuenta la asociación, con la finalidad de presentar una propuesta de ruta agroalimentaria.

El diseño de la ruta agroalimentaria tiene como fin valorizar el pulque como producto agroalimentario y apoyar en su promoción y comercialización, así como abonar a la diversificación de la oferta turística en el territorio, a través de la participación de los socios de la Cooperativa.

La metodología empleada está compuesta de tres fases, para la primer fase se ocupó la Metodología para los Sistemas Agroalimentarios Localizados SIAL con el fin de generar un diagnóstico de los socios productores para conocer su interés por incursionar en el ámbito turístico, así como datos relevantes acerca de su organización; en cuanto al inventario y estructura del mismo se ocupó la Metodología para el proceso de planificación turístico de la Organización Mundial del Turismo (OMT) siendo esta la segunda fase, y para el diseño de ruta agroalimentaria se empleó la metodología Diseño de Rutas Turísticas del SENA, Colombia como fase final.

Los resultados dieron cuenta del arraigo territorial que los productores de la asociación tienen hacia la producción de pulque, su sentido de pertenencia e identidad, además del entusiasmo por participar en el desarrollo de la ruta turística. El inventario mostró recursos naturales y culturales con potencial turístico, que pueden ser aprovechados por la asociación. El modelo Canvas dejó ver la viabilidad



en la ruta, la cual puede ser una opción para diversificar la oferta turística del municipio y un medio para mitigar los problemas que tiene la producción del pulque en dicha entidad.



Índice

1. Antecedentes.....	5
1.1 Objetivo general.....	13
1.2 Objetivos particulares.....	13
1.3 Justificación.....	13
2. Marco teórico- conceptual.....	19
2.1 Turismo rural.....	19
2.2 Agroturismo.....	21
2.3 Turismo agroalimentario y gastronómico.....	22
2.4 Rutas turísticas.....	24
2.4.1 Rutas agroalimentarias.....	24
2.4.2 Rutas alimentarias.....	27
2.4.2 Consideraciones para implementar una ruta.....	29
3. Caso de estudio.....	29
3.1 Contexto sociocultural de Jiquipilco.....	29
3.2 Cooperativa.....	32
3.3 Producción de pulque.....	36
4. Metodología.....	42
4.1 Tres fases.....	42
4.2 Modelo Canvas.....	46
5. Resultados.....	49
5.1 Modelo Canvas para la ruta agroalimentaria del pulque en Jiquipilco, Estado de México.....	49
5.2 Ruta.....	59
5.2.1 Situación socio productiva que presentan los integrantes de la cooperativa “Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V.	60
5.3 Propuesta de ruta agroalimentaria del pulque en Jiquipilco Estado de México.....	72

Conclusiones

Bibliografía

Anexos



1. Antecedentes

Las rutas alimentarias están ampliamente difundidas en Europa, donde han tenido más trascendencia, principalmente en países mediterráneos, como Francia, Italia y España (Barrera, 2010 citado en Sosa y Salido, 2013), sin embargo, las publicaciones respecto a esta temática se han generalizado en el resto del mundo y especialmente interesa revisar el caso de la producción e investigación en Iberoamérica.

Así López y Sánchez (2008), en su publicación: La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas, abordan las rutas agroalimentarias como un producto turístico, conformado a partir de la producción del vino en España. El objetivo fue analizar la creación y desarrollo de rutas enológicas como producto turístico en áreas rurales, asimismo se revisaron tres perspectivas de rutas: la primera desarrolla un estudio a profundidad acerca de que son las rutas turísticas enológicas, su creación y desarrollo en otros países; la segunda aportación realiza un análisis de cómo se certifican en España las rutas del vino, y por último se ejemplifica la ruta del vino de Montilla Moriles en la Provincia de Córdoba, como una ruta certificada.

Los autores llegan a la conclusión que las rutas enológicas ayudan en el desarrollo de determinados territorios rurales, por medio de la atracción de visitantes que desean degustar y conocer el proceso de producción del vino. Por lo cual la ruta es tomada como un producto turístico, que lleva a los destinos a crear una oferta de productos y servicios, así como a generar una imagen turística en los territorios que producen vino.

Otra aportación sobre rutas la comparten Blanco y Riveros (2004), quienes analizan las rutas agroalimentarias en Latinoamérica como herramientas para valorizar productos de las agroindustrias rurales, y desarrollan a su vez el caso de la Ruta del queso en Turrialba (Costa Rica).



Estos autores hacen un análisis de las características generales del turismo rural, el agroturismo y las rutas alimentarias, así como la manera en que esos conceptos pueden aplicarse en un territorio específico, para potenciar procesos y productos con identidad, como es el caso del queso Turrialba, alrededor del cual se propone la construcción de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo local y valorización de la agroindustria quesera artesanal. Todo ello a través de la vinculación de productores, organizaciones locales y las áreas de promoción y turismo en la zona de estudio, esto permitió generar un Plan de Desarrollo Agroturístico a partir del cual se desprende la mencionada ruta alimentaria.

Los autores llegan a la conclusión de que el agroturismo asociado con las agroindustrias rurales y las rutas gastronómicas, constituyen una gama de opciones para el desarrollo de negocios rurales al generar empleos e ingresos. Además, establecen que el aprovechamiento de los alimentos locales a través de las agroindustrias, favorecen la creación de rutas que pueden abonar al rescate de las tradiciones y los saberes-locales, y a su vez apoyar el desarrollo de procesos, productos, recetas y hábitos de consumo.

Otro estudio se ubica en Argentina, este país ha sido uno de los países pioneros en generar rutas en torno a alimentos, por ejemplo la propuesta por Ramírez (2015), en su artículo “Las rutas agroalimentarias como estrategias de desarrollo e inclusión en el territorio: el caso del pan de arroz en Restrepo, Meta”; que tuvo como objetivo el diseño de una ruta agroalimentaria del pan de arroz, misma que buscó abonar a la organización territorial de la zona de estudio, a partir de la revalorización cultural y socioeconómica de este producto alimentario; además de la identificación de los atractivos turísticos, la caracterización de la demanda y la oferta, y la definición de trayectos turísticos.

El tipo de metodología empleada fue participativa, utilizando talleres, encuestas y entrevistas para la recopilación de la información. El autor llegó a la conclusión que los visitantes reconocen al pan de Restrepo como identitario del territorio, y que la



ruta agroalimentaria puede contribuir a la protección del saber hacer tradicional de la localidad anfitriona, así como la incursión en nuevos segmentos del mercado que, pueden dinamizar la economía local, de tal forma que se promueve la imagen de Restrepo como un sitio agradable y de descanso con una oferta de turismo atractiva y diversificada, pensando al turismo como actividad económica que integra los sectores productivos del municipio.

Un segundo caso de rutas en Argentina, es un estudio llamado “Las rutas alimentarias como instrumento para el desarrollo territorial: el caso de la ruta de la yerba mate de Argentina” propuesta por Barrera (2009), cuyo propósito fue generar la vinculación de la producción primaria con el turismo, donde la actividad turística juega el papel de promotor de alimentos locales, además de una opción para que los productores locales de la yerba mate puedan dar valor agregado a su producto, y con ello generar nuevas presentaciones a los productos y a la par generar un nuevo canal de comercialización.

En este sentido la ruta de la yerba mate integra gastronomía producida con la yerba, actividades rurales, visitas a la agroindustria, actividades de naturaleza, actividades culturales entre otros servicios y atractivos del territorio. Asimismo esta ruta permitió la vinculación del sector primario con el turismo, por medio de un producto local.

En este escenario latinoamericano también sobresalen algunas rutas mexicanas, por ejemplo, “La ruta de la sal prehispánica de Zapotitlán Salinas, una estrategia de desarrollo comunitario basada en los alimentos con identidad local”, donde Barrera y Bringas (2009), toman como base un alimento local con gran importancia cultural e histórica dentro del territorio, para el diseño de una ruta turística.

Esta ruta está integrada a partir de la producción de sal, la cual posee una fuerte carga histórica, ya que este alimento se produce desde la época prehispánica en México. La ruta integra la cultura local y la gastronomía más popular, servicios y circuitos turísticos recreativos. Uno de los objetivos de dicha ruta fue crear la



Denominación de Origen (DOP) de la Sal Prehispánica de Zapotitlán, Salinas en Puebla.

A partir de un diagnóstico participativo se consideró a la sal como un recurso turístico y el diseño de la ruta de la sal prehispánica integró recursos naturales y culturales en torno al alimento como: fiestas, artesanías, gastronomía, productos derivados como shampoos, jabones, sales de exfoliación entre otros, y por supuesto las salineras -espacios de producción-. Integrando además a los actores locales como la Red de Productoras Indígenas RENAMUR, prestadores de servicios locales, guías locales y gobierno local entre otros actores.

Los autores, concluyen que en la organización de una ruta alimentaria es importante tener diversas consideraciones, como la revalorización de la cultura comunitaria, el desarrollar un inventario de recursos y el promover una vinculación activa entre los clústers de alimentos y bebidas con el turismo, por mencionar algunos ejemplos.

Por otra parte, en los estudios a nivel nacional el Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales (ICAR) de la Universidad Autónoma del Estado de México, ha desarrollado propuesta de rutas agroalimentarias turísticas en zonas rurales, con base en productos locales característicos de un territorio.

Dentro de las aportaciones de rutas se encuentra, la tesis de Pescador (2012), la cual se titula "Propuesta de una ruta agroalimentaria turística del queso en el municipio de Aculco, Estado de México", su objetivo fue el diseño de una ruta agroalimentaria centrada en los recursos y productos del territorio específicamente los quesos, alimento característico del municipio, esto como un medio y una estrategia para el desarrollo de Aculco.

La metodología empleada en dicho documento fue el enfoque en Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL). Los resultados obtenidos fueron la realización de un inventario de atractivos y recursos turísticos, así como el análisis del perfil del



turista, como consumidor de productos gastronómicos (quesos) y de esparcimiento. Aunado a esto, la autora validó la factibilidad de la ruta con la participación de los productores y clasificó los tipos de quesos más representativos del municipio. Dando como resultado un mapa con la propuesta de la ruta agroalimentaria.

Otro de los estudios realizados acerca de alimentos con identidad territorial, es la “Metodología para el diseño de una ruta alimentaria en Zacazonapan, México; desde un enfoque de turismo rural”, por Osorio, et. al (2016). El objetivo de este artículo de investigación fue proponer una metodología para el diseño de una ruta alimentaria enfocada al queso añejo, en el municipio de Zacazonapan, Estado de México. Los autores tomaron como base metodológica para el diseño de la ruta, el Manual de Rutas Alimentarias Argentinas, el cual tiene como objetivo determinar los alimentos con mayor potencial para integrar una ruta turística. Dentro de las aportaciones destaca la adaptación del formato de evaluación del manual para un caso mexicano, construcción de un catálogo de recursos, propuesta de cédula de inventario adecuada para calificar y evaluar el potencial de un recurso; el diseño del logo, el mapa de la ruta y el itinerario, además se hace mención de los actores que podrían operarla.

Torres (2013) presentó por su parte, el trabajo titulado “Diseño de Ruta Agroalimentaria de Maguey como estrategia de los Productores de San Martín de las Pirámides, Teotihuacán y Tecámac del Sector II de Zumpango, México”. Esta investigación tuvo el propósito de potencializar los recursos turísticos y gastronómicos de los municipios referidos, por medio de una ruta agroalimentaria haciendo uso y aprovechamiento del maguey pulquero de la zona, sus objetivos específicos fueron identificar el patrimonio cultural asociado al saber hacer de productos derivados del maguey, así como la identificación de la infraestructura utilizada para la producción de los mismos, y por último se describió la situación organizativa de los productores involucrados en cuanto a procesos de proyectos comunitarios y procesos administrativos.

En la metodología el autor tomó como base el modelo SIAL, para obtener el diagnóstico del territorio, para luego identificar los recursos y atractivos con



potencial turístico, a través de instrumentos de investigación ya avalados, y con eso desarrollar estrategias por medio de la participación de los actores sociales; para el diseño de la ruta se apoyó de dos metodologías a partir de trabajos previos por Thomé y Barrera, de las cuales hizo una combinación después hizo una combinación. Ambas investigaciones se centran en el desarrollo de productos turísticos como alternativa del medio rural, para la potencialización de los recursos y productos locales que ayudan al desarrollo local, por medio de alimentos endógenos que identifican al territorio.

En este sentido el pulque como alimento local y bebida típica que otorga identidad a un territorio, específicamente en Jiquipilco Estado de México, se ha vuelto objeto de estudio de diversas investigaciones y publicaciones. Es así que existen diversos autores que han escrito acerca del municipio y sus recursos, tanto naturales como culturales.

Entre las que se ubicada la tesis de Cúlhuac (2013), llamada “Análisis de la cadena productiva del pulque del Estado de México y Tlaxcala”, la cual tuvo como objetivo realizar la comparación de la cadena productiva del pulque en los municipios de Jiquipilco Estado de México, y Nanacamilpa en el Estado de Tlaxcala, con el objetivo de conocer los elementos que determinan que un municipio obtenga mayores ingresos económicos por la misma bebida. Para apoyar dicha comparación el autor utilizó el método Delphi, que contempla la aplicación de cuestionarios a expertos del tema y el posterior procesamiento de los datos.

Como resultado del análisis de datos se identificó las variables que determinan la diferencia entre ambas cadenas, mediante una tabla que concentra y señala los contrastes de ambos estados. Para el municipio de Jiquipilco el autor concluye que se debe diversificar la bebida para lograr penetrar en el gusto de los consumidores, dar valor agregado, así como capacitación técnica para buenas prácticas de manufactura e implementación de medidas de control de calidad, ya que la producción de la bebida no sigue medidas de higiene, esto debido a que su



producción sigue siendo artesanal y los productores no tienen la información necesaria para el correcto control de calidad de la bebida.

De los resultados anteriores surge la tesis realizada por Blas (2015), titulada “Propuesta de producción y aprovechamiento integral del maguey pulquero en Jiquipilco, México” la cual tuvo como objetivo formular estrategias adecuadas para la conservación del cultivo de maguey pulquero, por medio de una propuesta de producción y aprovechamiento integral de los derivados de la planta.

En su primera aproximación a la zona de estudio, el diagnóstico arrojó que la producción de maguey ha disminuido por diversos factores socioculturales, que han tenido impactos negativos en su conservación. Por tal motivo una de sus primeras acciones fue la consolidación jurídica de los productores de aguamiel que tiene por nombre “Productores de aguamiel y sus derivados del agave salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V. La autora llevó a cabo sesiones con los socios de la cooperativa, con la finalidad de conocer y mejorar procesos de producción y aprovechamiento integral del maguey, al combinar el conocimiento tradicional y el técnico-científico, ello dio origen a diversas propuestas de trabajo, distribuidas en un Programa de Acción Integral (PAI).

De este estudio se derivó la creación de una ruta agroalimentaria turística como un plan de difusión cultural y exhibición de productos derivados del maguey, con el objetivo de resguardar la tradición pulquera y la cultura de la siembra del maguey en el territorio, principalmente de la producción del pulque. La metodología de la investigación fue la Investigación Acción Participativa (IAP) y la puesta en marcha de actividades y herramientas de la metodología de Campesino a Campesino (CaC), por medio de sesiones de campos y pláticas con los involucrados.

Una tercera aproximación al municipio de Jiquipilco la representa la investigación realizada por Villavicencio (2016), en su tesis titulada “Desarrollo de estrategias comerciales de productos alimenticios y artesanales del maguey pulquero en el



municipio de Jiquipilco, Estado De México” a partir de la planeación estratégica, la autora realizó un análisis de la cadena productiva en la Sociedad Cooperativa de Productores de Maguey y Derivados, a partir de sus cadenas de producción, manejo postcosecha y comercialización, donde identificó las actividades necesarias para el cultivo de la planta y para la obtención de la materia prima. De igual forma detectó los productos que se obtienen del maguey y sus formas de comercialización.

A partir de esta información, Villavicencio (2016) estableció cinco modelos para realizar la evaluación económica y financiera de los productos, mediante la metodología de estudios financieros para proyectos productivos. La vida del proyecto fue definida en un periodo de diez años, desde el inicio del cultivo del maguey, hasta la culminación de la etapa productiva del mismo, en cada modelo se evaluaron los Indicadores de Rentabilidad, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Relación Costo Beneficio (B/C), como resultados se obtuvieron valores positivos en dichos indicadores, lo que determina la viabilidad de los proyectos.

En las conclusiones se menciona que el pulque es el principal derivado que el consumidor conoce y es el que tiene mayor reconocimiento en el mercado, aunado a esto la implementación de estrategias de comercialización requiere que los productos cumplan con los estándares de calidad necesarios, ya que mostrar los atributos y beneficios de los productos, es un requisito indispensable para atraer la atención del mercado.

En este sentido a partir de los estudios realizados en el municipio de Jiquipilco y con base en las conclusiones que los diversos autores en sus investigaciones establecen, surge la propuesta de estudiar al pulque, desde una perspectiva turística, ya que al ser un alimento local que cumple con elementos de identidad territorial, se puede abordar desde esta óptica.

En este marco, se presentan los objetivos establecidos para esta investigación:



1.1 Objetivo general

Diseñar una ruta agroalimentaria como estrategia de valorización y comercialización del pulque en Jiquipilco, Estado de México.

1.2 Objetivos particulares

- ❖ Describir la situación socio-productiva, los aspectos históricos, identitarios, comerciales y territoriales de la producción de la bebida, que se presentan tanto en el municipio como en la cooperativa “Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V.
- ❖ Elaborar un inventario del patrimonio natural y cultural, con el que cuentan los socios productores de la Cooperativa.

1.3 Justificación

Actualmente existe un nuevo interés en el octli -nombre náhuatl del pulque- (Viesca et. al , 2015), sin embargo, a pesar de esta premisa y del creciente interés que existe en torno a la bebida, el municipio de Jiquipilco-área de estudio- conocido como un territorio dedicado a la producción del agave pulquero y al pulque, este no ha logrado posicionarse como un territorio pulquero a nivel estatal o federal, es reconocido únicamente a nivel regional. Esto debido a la falta de visibilidad de sus productores locales, la mala comercialización y desvalorización del producto, además del desinterés de generaciones jóvenes por seguir produciéndolo, ya que no les parece redituable.

El territorio al contar aún con la elaboración del producto blanquecino, hace que exista un arraigo cultural de la bebida, un saber-hacer que se ha heredado de generación en generación, productos derivados de él y una importante identidad territorial con respecto a la bebida.



Se han tomado acciones para rescatar esta bebida dentro del municipio, tal es el caso de la Feria del Pulque, que se lleva año con año a partir del 2010, sin embargo, la oferta de actividades culturales y turísticas en torno a este alimento es poca, por lo cual esta importante producción no ha sido valorizada y aprovechada en su totalidad por los productores locales.

Los productores a pequeña escala de pulque que conforman la Sociedad Cooperativa de Productores de Aguamiel y Derivados del Agave Salmiana R.L. de C.V., cuenta con una importante tradición pulquera que los identifica, los actores mantienen un saber-hacer generacional, cuentan con recursos históricos, naturales, culturales, materiales e inmateriales, que refieren la importancia de la cultura pulquera de la zona y los cuales pueden ser aprovechados turísticamente.

Existe un paisaje agavero y recursos naturales que pueden complementar la propuesta que se pretende desarrollar, los cuales se pueden volver sitios de interés turístico, gracias a su originalidad y belleza única, lo que forma parte de la riqueza con la que cuenta el territorio.

Sin embargo, los productores a pequeña escala que mantienen la cultura del pulque en la zona, tienen una serie de problemáticas que afectan en la producción, consumo, comercialización y preservación de la bebida.

Una de ellas y que de manera general e histórica afecta a los productores de la cooperativa, es la mala imagen que se tiene de la bebida, gracias a la leyenda la “muñeca”¹, la cual se generó cuando entro la industria cervecera al país, con el fin de desprestigiar al pulque, aunque sigue prevaleciendo hasta nuestros días, provocando que nuevos consumidores no quieran probar la bebida. En este sentido, no existe una estrategia para contrarrestar la imagen negativa que se tiene del pulque y que además dé cuenta del proceso productivo que se lleva a cabo en el territorio.

¹ Se refiere a que la fermentación del pulque se hace con heces fecales de animales y/o seres humanos , (Erlw ein, et al., 2013), ello ocasiona que la bebida se considera como antihigiénica y de dudosa procedencia (Rodríguez, et al., 2014).



La Cooperativa antes mencionada, también presenta problemas de inocuidad y malas prácticas de manufactura en su producción, que hacen que el producto pierda calidad frente a otros competidores en los estados de Hidalgo y Tlaxcala, donde su producción, es mayor y tecnificada.

Los productores de Jiquipilco, aún mantienen las prácticas y técnicas que sus familiares les han transmitido de manera empírica, siendo este un conocimiento tradicional y artesanal, por lo tanto, el valor de este conocimiento generacional incrementa el valor del producto, ya que los conocimientos son específicos y endógenos del territorio.

El consumo en el territorio sigue siendo bajo y de manera más local, a excepción de los días de la Feria del Pulque, único medio por el cual los productores pueden vender su bebida de manera directa al consumidor final y a personas foráneas dentro del territorio. En este sentido, los socios de la cooperativa buscan abrirse camino solos, ya que de forma organizada no han encontrado una estrategia de comercialización, para promover y vender la bebida, y sus derivados.

Los socios de la cooperativa tienen que buscar por sus propios medios la manera de vender su producción, una forma de venta, es acudir a mercados, tianguis regionales de los municipios aledaños o bien venderlo a intermediarios que son los que se encargan de distribuir el pulque en los principales centros urbanos: Metepec, Toluca y Zinacantepec entre otros. Además de ello la venta la realizan en sus propios predios, donde tienen su tinacal con la producción de pulque, reciben esporádicamente compradores para surtir en alguna fiesta o evento especial, sin embargo, no es recurrente, ya que no hay información de ellos que indique sus lugares de producción y de venta. La única promoción que tienen es de boca en boca entre los propios pobladores, que conocen a los socios como productores de pulque.



En este sentido, los productores a pequeña escala no cuentan con un punto fijo de venta, lo que causa que las ventas sean discontinuas y pocas, esto propicia un excedente de producción, por lo tanto, se recurre a malbaratarlo, tirarlo o bien utilizarlo como abono orgánico, esto repercute en los ingresos económicos de los productores.

Otro punto identificado, es que el precio de venta del pulque al natural en el territorio es de entre \$10 y \$12 pesos por litro, los intermediarios quienes lo distribuyen fuera del municipio lo venden en \$20 y \$25 pesos, por lo tanto, existe una disparidad de precios entre productor y revendedor, siendo los revendedores quienes obtienen mejores ingresos por la venta. En este sentido, se crea una desigualdad de precios, un trabajo mal pagado por la producción de la bebida, y con ello un desinterés por las generaciones futuras por seguir produciendo, ya que el trabajo es arduo, largo y mal pagado, provocando una pérdida de conocimientos. Existe el apoyo de familiares como esposas e hijos, solo para la venta del producto, sin embargo, para la producción muy pocos son los que se interesan en seguir preservando este legado histórico.

La competencia desleal juega otro factor importante dentro del territorio ya que, al no haber un trabajo en equipo dentro de la cooperativa, cada uno de los productores prefieren abrirse camino de manera individual al tener que buscar con sus propios medios y recursos donde vender, lo que genera que algunos productores tengan más presencia y visibilidad que otros, siendo algunos de ellos los que tienen un mejor contacto con el gobierno local así como con los posibles consumidores, por lo tanto los vínculos con el gobierno, los apoyos que llegan al municipio y las ventas quedan dispares entre los socios de la cooperativa, ya que algunos reciben mayor reconocimiento como productores que otros.

Aunado a esto la competencia con otros productores que no están dentro de la cooperativa y que tienen mejor posicionamiento en el territorio, hace que sea casi imposible acaparar las ventas externas y algunas veces también las ventas locales.



Por lo tanto existe una competencia a nivel interno y externo entre los socio productores, y los ingresos económicos se van hacia los socios productores con mayor visibilidad en el territorio.

Los productores asociados refieren que están interesados en seguir preservando y promoviendo la cultura pulquera, ya que reconocen la importancia económica que el pulque ha tenido en el territorio, además del valor sentimental y simbólico que conlleva la producción, como lo mencionaron ellos en los primeros acercamientos que se tuvieron con la cooperativa.

Es por eso que a partir de las problemáticas antes mencionadas se hace la propuesta de una ruta agroalimentaria, a iniciativa de los productores, que involucre a todos los eslabones de producción, desde la siembra hasta la transformación de la bebida y los productos derivados de él; con el fin de ayudar en la conservación del saber hacer, aumento de las ventas directas, disminución de las ventas informales y los intermediarios, así como la competencia desleal entre los miembros de la cooperativa, todo esto a partir del aprovechamiento de la bebida por medio de la actividad turística.

Lo anterior como alternativa de aprovechamiento de sus recursos, y una fuente secundaria de ingresos para los productores a pequeña escala que conforman la cooperativa.

En este marco, existen investigaciones en el territorio que han trabajado una parte de la producción del pulque y de sus actores locales, estos estudios se enfocan especialmente en los aspectos fisicoquímicos, culturales o de cultivo del maguey pulquero, sin embargo, la vinculación con el turismo ha sido poco estudiada.

Por ello se hace la propuesta de producto turístico a partir de la generación de una ruta agroalimentaria del pulque, para aprovechar el patrimonio del pulque como bienes materiales e inmateriales, así como los sitios naturales y culturales con los



que cuenta el municipio, como un medio que ayude a comercializar el pulque y sus derivados y que a su vez sea una herramienta de valorización y promoción.

Se pretende con la ruta se distribuyan los ingresos de manera equitativa a partir de la visita de los consumidores en cada uno de los predios de los productores, lo que conllevará a tener un mejor trabajo en equipo y por ende apoyará en la reducción de la competencia desleal, dividiendo las fases de producción de la bebida entre los productores locales de la asociación, conforme a las condiciones y recursos de cada uno de ellos.

Por lo que el trabajo de investigación ayudará a que los productores de pulque a pequeña escala tengan una opción novedosa para resolver la problemática de comercialización, ayudando a hacer visibles a los propios productores y la producción de la bebida, agregando valor a uno de los alimentos y/o bebidas más antiguas del país. Esto trae un rescate, valorización y preservación de varios de los elementos del pulque, como herramientas, técnicas de producción, gastronomía entre otros.

El fin es generar un impacto económico, principalmente a los integrantes de la cooperativa, teniendo una alternativa de difusión, comercialización, y preservación de la bebida, a partir del interés turístico de las personas por conocer el proceso de elaboración. La derrama económica que se genere por parte de los visitantes, ayudará a crear nuevos empleos, fomentar los que ya están y mantenerlos, y por su puesto aumentar las ventas de los negocios locales como tiendas, restaurantes, puestos de comida, servicios de transporte, gasolineras entre muchos otros comercios. Hacia la cooperativa, se verá reflejado en un ingreso adicional de los pequeños productores y en una diversificación de actividades de la producción de la bebida, por lo cual ayudará en la conservación del saber-hacer, disminución de las ventas informales e intermediarios comerciales, y aumentará las ventas directas en las unidades de producción.



2. Marco teórico- conceptual

2.1 Turismo rural

Ante el actual escenario del turismo en el mundo, se está permitiendo la expansión de nuevos modelos de turismo temático, alejado de las actividades recreativas convencionales de sol y playa (Sariego, 2015). Aunado a la nueva conciencia ecológica que empieza a desarrollarse en las sociedades actuales ha impulsado, la aparición de consumidores que demandan una forma diferente de disfrutar su tiempo de ocio (Mediano & Vicente, 2002), con actividades más cercanas con la naturaleza, comprometidas con el cuidado del medio ambiente, demanda de alimentos sanos entre otras, siendo estos algunos de los motivos por los cuales las nuevas modalidades de turismo surgen como una alternativa de oferta turística.

El turismo rural es una de estas nuevas modalidades y surge para responder a objetivos de lucha contra la pobreza y protección del medioambiente (Kieffe, 2018), así como para satisfacer las nuevas demandas de los consumidores. Esta modalidad de turismo es una alternativa turística que esencialmente se caracteriza por desarrollarse en espacios rurales y basarse en principios de tipo ambiental, social, cultural y económico (Pérez, 2010), se entra en la reactivación y revalorización del aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de las localidades rurales.

La actividad turística en el medio rural surge entonces como una alternativa para el desarrollo de las áreas rurales, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida del mundo rural por medio del desarrollo de nuevas fuentes de empleo y de ingreso para las comunidades, además ayuda a mitigar problemas sociales como la pobreza, marginación y migración al diversificar las actividades del campo y ayudar a la revalorización de los recursos naturales, culturales y sociales de un espacio rural (Perez, et. al., 2008).

Un rasgo distintivo de este tipo de turismo, es ofrecer a los visitantes un contacto personalizado al turista, donde se les brinde la oportunidad de disfrutar el entorno



físico y humano de las zonas rurales, así como la participación en actividades, tradiciones y estilos de vida de la población, donde la cultura este implícita (Román et. al, 2009 en González,2011).

El concepto de turismo rural es abordado a partir de diversos autores y esferas de acción, no existe una definición absoluta del término, siendo este relativamente nuevo.

Para Thomé (2008), el turismo rural desde un aspecto social, lo conceptualiza como aquel que esta operado por los propios actores sociales del territorio (campesinos e indígenas), que tiene como finalidad realizar diversas actividades en una interacción constante con el mundo rural, siendo este el verdadero valor del turismo rural.

Zambrano et. al, (2017) mencionan que:

comprende cualquier actividad que se desarrolle en el medio rural y áreas naturales, compatibles con el desarrollo sostenible, esto último implica permanencia y aprovechamiento "óptimo" de los recursos, integración de la población local, preservación y mejora del entorno, en contraposición al concepto de la máxima rentabilidad (Zambrano et. al, 2017, p.106).

Desglosado de los conceptos anteriores se puede argumentar que el turismo rural, es aquel tipo de turismo desarrollado en medios rurales, a partir del aprovechamiento sustentable de los recursos naturales culturales y sociales de un territorio, en el cual convergen actividades recreativas destinadas al descanso de visitantes provenientes de los medios urbanos. Las actividades turísticas que se realizan en esos espacios rurales son operadas por los mismos actores locales, productores, guías locales entre otros.

En este sentido para Blanco y Riveros (2004), los objetivos del Turismo Rural son la creación de empleo y generación de riqueza valorizando la oferta rural, los productos y la identidad regional, además de favorecer la asociatividad de los oferentes de productos y servicios para la diversificar, la comercialización y promoción de productos.



En este marco Osorio (2021) además agrega que el Turismo Rural:

Se define como actividad económica -no como fenómeno social- que ofrece servicios turísticos, cuya finalidad es vender la cotidianidad de la población local-rural a los turistas, en una convivencia activa, de participación constante, donde este tipo de turismo es productor, consumidor y transformador de los territorios al imponer un sistema de concepciones, así como estilos de vida específicos. Cuya principal diferencia con el turismo en su acepción general es que se realiza en comunidades rurales [...], donde se vende su mundo de la vida íntimo y cotidiano, ese mundo como totalidad de sentido. Con una participación directa y activa por parte de actores locales en relaciones subordinadas, aunque no jerarquizadas de *facto* como sería en un modelo de gran turismo (Osorio, 2021, p. 52).

En consecuencia, a partir de la aparición de este tipo de turismo en el medio rural, se han desencadenado otras modalidades que dan cuenta de la actividad turística en el campo, por tanto, el turismo rural tiene diferentes variantes o subtipologías, las cuales se han desarrollado a partir de la incorporación de actividades turísticas en el medio rural. Algunas modalidades se sitúan entre la producción y el consumo de alimentos, tal es el caso del turismo agroalimentario y agroturismo.

Otras subtipologías se retoman desde Barrera (2006) en López (2008), dicho autor las clasifica a partir de la realidad latinoamericana, de la siguiente manera: agroturismo, ecoturismo, turismo cultural, turismo de aventura, turismo deportivo, turismo técnico-científico, turismo educativo, turismo y eventos, turismo de salud, turismo gastronómico, turismo étnico, turismo en pueblos rurales y comunidades de recreación y retiro.

A continuación, se retomarán algunas de las tipologías antes mencionadas para fines de la investigación, como agroturismo, turismo gastronómico y agroalimentario, siendo estos la base conceptual para el proyecto de la ruta agroalimentaria.

2.2 Agroturismo

Este tipo de turismo hace referencia a los viajes en las áreas agropecuarias con sociedades campesinas que comparten su idiosincrasia, sus técnicas agrícolas, su



entorno natural en conservación, sus manifestaciones culturales y socioproductivas, en donde se busca que esta labor represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo (Sánchez, 2014).

Dicha modalidad permite ofrecer al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos (Blanco y Hernando, 2004). Ejemplos concretos de agroturismo se muestran en la participación de la recolecta de café o de otras frutas, ordeñar manualmente una vaca, participar de un proceso de elaboración de un queso, conocer y participar en las prácticas que se llevan a cabo en un vivero de plantas ornamentales (Paredes 1998 en Blanco y Hernando, 2004) entre otros. Es una participación activa desde la siembra, cosecha y transformación del producto agroalimentario.

Es así que el agroturismo, se vuelve una forma de venta de productos típicos, una manera de disfrutar el paisaje y de un ambiente con recursos naturales no contaminados. En esta modalidad de turismo rural, el incluir actividades de recreación, se presenta como una oportunidad que garantiza ingresos económicos a los pequeños productores.

Sin embargo, en este escenario dichos elementos deben ser articulados para un adecuado aprovechamiento y comercialización del producto agroalimentario. En este marco es donde aparecen las rutas alimentarias como un producto integrador.

2.3 Turismo agroalimentario y gastronómico

El turismo rural hace énfasis en los productos del campo, en su espacio territorial y sus actores locales, al ser un nuevo tipo de turismo, se están desarrollando productos turísticos novedosos entorno a esta modalidad.



El turismo agroalimentario y turismo gastronómico son dos modalidades de este tipo de turismo, fuertemente enlazadas por los alimentos locales y gastronomía de un territorio.

Ambas tipologías al estar enlazadas, difieren en algunos elementos particulares que hacen que tengan singularidad el uno del otro, el turismo agroalimentario se basa en el aprovechamiento de productos alimenticios locales como principal foco de atracción de la actividad turística, a partir del carácter patrimonial del alimento en el contexto comercial moderno, donde su singularidad cobra un valor alto asociado con su origen e historia (Barrera, 2009). Ya que el alimento nace de la tierra, y se desarrolla como fruto del trabajo de los agricultores y de un sinnúmero de agentes económicos participantes en llevar el alimento de su lugar de producción, a su lugar de consumo (López, 2009).

Al igual que el turismo rural no se tiene una definición total del término, por lo tanto, autores como Thomé et. al (2015), consideran al turismo agroalimentario como una actividad lúdica y educativa, que expresa la cadena agroalimentaria de la tierra a la mesa, mostrando todo el proceso productivo de los alimentos desde la generación de insumos, producción, transformación y consumo.

Por su parte el turismo gastronómico, para Hall y Sharples (2003) en Fusté (2016), definen esta modalidad como el desplazamiento de las personas a regiones gastronómicas, con una motivación recreativa y de entretenimiento, que incluye visitas a productores alimentarios primarios y secundarios, festivales gastronómicos, ferias culinarias, eventos, mercados agrícolas, shows de cocina y demostraciones, degustaciones de productos de calidad y cualquier otra actividad turística relacionada con la gastronomía, donde el único objetivo es degustar los platillos típicos de una región.

Ambos tipos de turismo se relacionan con las producciones primarias de los alimentos, sin embargo, el turismo gastronómico no muestra toda la cadena de valor



de la producción del alimento, se enfoca únicamente en la transformación de dichos insumos locales por medio de recetas, platillos típicos de un territorio. En cuanto al turismo agroalimentario se encarga de valorizar los alimentos locales a partir de su proceso productivo, de su origen con el territorio, y del reconocimiento del productor local, las dos tipologías enaltecen el trabajo de los campesinos y de los productores, revalorizando el trabajo del campo.

En la modalidad de turismo agroalimentario se puede articular una o varias de las fases relacionadas con la producción agropecuaria, así como las agroindustrias, artesanías o gastronomía local (Blanco & Rivero, 2010). Es por eso que está íntimamente ligado con el turismo gastronómico.

Ambas tipologías hacen uso del agroturismo para sus fines, otra tipología íntimamente ligada a las anteriores, ya que representa la interacción de productores locales en cuanto a la producción de alimentos con visitantes foráneos interesados en conocer el proceso productivo, esta tipología enaltece la forma de producción, donde no precisamente el alimento es el principal motivador.

A partir de estas modalidades de turismo rural, surgen diversos productos turísticos enfocados en los alimentos locales, uno de ellos son las rutas temáticas, en su caso agroalimentarias y/o gastronómicas, que ponen en valor los productos locales, revalorizando e innovando los territorios por medio de los alimentos artesanales aportando un estilo de turismo único y más natural, menos masificado y con mayor exclusividad.

2.4 Rutas turísticas

2.4.1 Rutas agroalimentarias

Este tipo de productos turísticos han tenido trascendencia y una amplia difusión en Europa, principalmente en países como Francia, Italia y España, siendo Francia el país líder en el desarrollo de estrategias turísticas en el medio rural, por medio de



la incorporación de los alimentos al ámbito turístico, desarrollando rutas gastronómicas (Barrera 2006 y 2010 citado en Sosa y Araiza, 2013).

En América, Argentina ha sido uno de los principales países que ha desarrollado las rutas alimentarias a partir de alimentos locales (Blanco y Hernando, 2004), así como Colombia, Chile, Costa Rica, México y Estados Unidos, de tal modo que los alimentos con identidad local que se asocian a un territorio en particular y que además por su consumo y producción constituyen como menciona Barrera y Bringas (2009), los recursos que dan fundamento a las rutas alimentarias.

Las rutas alimentarias o agroalimentarias han sido visualizadas desde diferentes ángulos: algunas desde el aspecto cultural y patrimonial de los alimentos; otras como un producto turístico para diversificar la oferta de un territorio; como una estrategia de desarrollo, así como un medio de valorización de los productos locales o bien un medio para articular cadenas de producción agroalimentaria y gastronomía local, en espacios rurales.

Una primera aproximación refiere que las rutas alimentarias son entendidas como itinerarios basados en alimentos identitarios, donde se articulan productos recreativos y culturales, en los cuales el turista aprecia la cadena de valor agroalimentaria desde el campo hasta la mesa; siendo estas modalidades del turismo rural vistas como un producto turístico novedoso, centrados en un alimento que tienen como finalidad construir y ampliar la oferta turística, en los territorios rurales, pero también de valorizar y posicionar los alimentos más emblemáticos del mismo (Barrera y Bringas, 2009).

Jembey (2016), menciona que las rutas agroalimentarias se definen como un producto turístico estructurado, que contribuye al mantenimiento del paisaje, la difusión de la cultura local, el desarrollo económico y el posicionamiento del territorio.



Desde otra óptica para Blanco y Riveros (2004) y Osorio, et. al, (2016) se menciona que las rutas alimentarias son itinerarios turísticos donde se combinan producciones agroindustriales y gastronomía regional, recursos naturales y atractivos históricos y culturales de un determinado territorio, las cuales se organizan en torno a un producto clave que las caracteriza y les otorga su nombre.

Para Renard et. al, (2010), por su parte las definen bajo un concepto similar al anterior, haciendo una conjugación del valor patrimonial de los alimentos así como la acción colectiva entre diversos actores locales, los autores mencionan que las rutas alimentarias son un mecanismo de interpretación turística para los recursos agroalimentarios, a través del valor patrimonial de algún alimento local con respecto al resto de los atractivos, de tal modo que estas se vuelven un incentivo al desarrollo de la acción colectiva y requieren de la colaboración entre actores diversos, como los agricultores, hoteleros, transportistas, agencias de turismo u otros.

Sin embargo, Barrera (2009 y 2010 citado en Sosa y Araiza, 2013) agrega que las rutas alimentarias son un vínculo entre la producción primaria y la actividad turística, donde los alimentos más emblemáticos o típicos de cada región constituyen un recurso turístico, alrededor del cual se conforma un entramado social y una cultura de producción y consumo, que es muy atractivo para los visitantes.

De las anteriores definiciones, son diversos los elementos que retoma cada autor para la conceptualización de las rutas alimentarias, sin embargo, todos ellos concuerdan en que los alimentos locales que son emblemáticos de un territorio se vuelven un motor de atracción de visitantes, donde a su alrededor se teje una serie de cadenas productivas que colaboran entre sí.

En este sentido para Pastor (2006 en Jeambey, 2016), se refiere a la estructura de una ruta turística, como oferta ordenada y completa, ha de destacar claramente: el producto estrella que tematiza la ruta y alrededor del cual se desarrollan unas actividades especializadas; los servicios logísticos necesarios para atender a las

necesidades del turista y finalmente, las actividades complementarias que diversifican la oferta y ofrecen alternativas que se adaptan a los gustos de diversos visitantes para con ello cumplir una serie de objetivos que las rutas alimentarias traen inmersas en su diseño.

En este sentido Barrera (2012), menciona que el objetivo primordial que debe cumplir una ruta alimentaria es el de promover el desarrollo territorial, y con ello otra serie de objetivos, tales como: valorizar los alimentos del territorio; estimular el desarrollo de distintivos de calidad (denominación de origen, indicaciones geográficas, productos orgánicos, entre otros); promover la mejora continua de la calidad de los alimentos del territorio; promover la cultura gastronómica local y nacional a través de las expresiones culinarias regionales; diversificar la oferta turística y prolongar la estancia y gasto de los turistas. Y como objetivo adicional, dar a conocer los atractivos naturales, culturales y todas aquellas actividades que estén relacionadas con la cultura de cada zona, en donde se está desarrollando, por medio de las cuales se ayuda a promover los atractivos del medio rural (Pescador, 2012).

Las rutas alimentarias deben ser consideradas como un instrumento comercial, que se diseña para contribuir a posicionar los alimentos con identidad local en el mercado, constituyen un instrumento de promoción de los alimentos y de sus apelativos de calidad (Barrera, 2013).

A la par comentar que la serie de objetivos antes anunciados se deben de considerar al momento del diseño, integración y puesta en marcha de una ruta alimentaria.

2.4.2 Rutas alimentarias

Las rutas alimentarias, han conformado una diversidad de oferta dentro de un territorio rural, misma que ha surgido a partir de las nuevas demandas de consumo



por parte de los turistas que cada día están en busca de un turismo menos globalizado, más personalizado y con mayor contacto con la naturaleza.

En ese sentido las rutas turísticas se establecen a partir de un tema en particular, elemento, historia, patrimonio, recursos naturales o culturales que generan cierta identidad a dicha ruta. Gambarata y Lorda (2017), refieren que las rutas turísticas, consisten en unir varios sitios a través de una temática común que se componen de un conjunto de localidades, elementos, comunidades, etc., organizados en forma de red dentro de una región determinada y que, estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico.

El diseño de rutas alimentarias es importante por los amplios beneficios que traen consigo, siendo una propuesta alternativa para posicionar ciertos alimentos, consolidar la identidad cultural gastronómica regional, crear sellos de calidad, convirtiéndose en una estrategia para movilizar las economías productivas locales y regionales.

Para esto se tiene una diversidad de rutas que pueden implementarse en un territorio, dependiendo del sentido que se le quiera dar a la misma, Barrera (2008 en Marianelli, 2013), menciona que las rutas alimentarias se organizan a partir de un producto, un plato típico de determinada región o considerando la tradición culinaria de cierto grupo étnico, por lo que las clasifica de la siguiente manera:

1. **Rutas gastronómicas por producto:** Se diseña la ruta alimentaria en base a un producto en particular, con la intención de valorizarlo y posicionarlo en cierto territorio. Ejemplo: “mezcal” en Oaxaca, “quesos artesanales” Aculco, Estado de México.
2. **Rutas gastronómicas por plato:** Se planifica la ruta en torno a un plato característico de cierta localidad, región o país. Ejemplo: Paella en zonas características de España.

- 3. Rutas étnicas gastronómicas:** Se construye la ruta considerando la supremacía del componente étnico, con base a tradiciones de pueblos nativos y corrientes de inmigrantes. Ejemplo: Grupo étnico matlazinca en el Estado de México.

2.4.2 Consideraciones para implementar una ruta

Sosa y Araiza (2013) retoman a Bringas (2010), para argumentar que dentro de los elementos propuestos para la construcción de una ruta alimentaria regional se debe de incluir lo siguiente: el alimento identitario, consistente con la región, o una canasta de alimentos que dan soporte a la ruta; un contexto cultural inserto de manera indisoluble, que distingue e identifica a la ruta a través de sus diferentes manifestaciones (patrimonio cultural intangible [historias, memorias, costumbres, tradiciones, religión, lenguas, creencias, ritos, mitos, medicina tradicional, música, poesía] y patrimonio cultural tangible [artes plásticas, escultura, patrimonio arquitectónico, patrimonio arqueológico, patrimonio paleontológico, obra escrita]); un área geográfica delimitada; organizaciones públicas y privadas que apoyen la ruta; productores del sector primario; el sector productivo de alimentos, artesanías o suvenires; industrias del sector turístico (hotelería, gastronomía, transporte y agentes turísticos diversos); empresas de servicios turísticos complementarios; asociativismo, calidad, capacitación y desarrollo de marcas y denominaciones de origen.

Estas consideraciones, se toman de acuerdo a cada uno de los casos de implementación de una ruta, a continuación, se expone el caso de estudio del cual se parte para la generación de la propuesta final de trabajo de investigación.

3. Caso de estudio

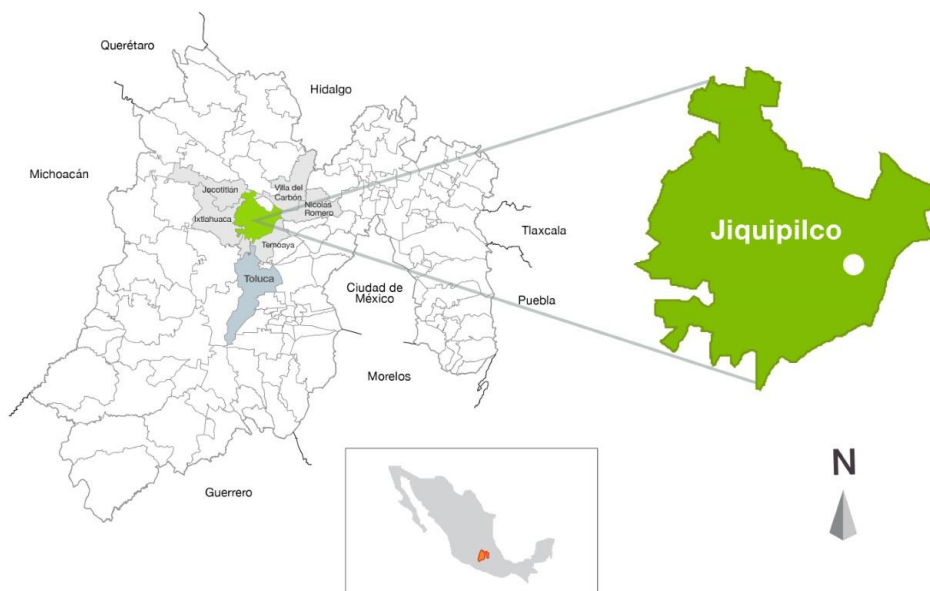
3.1 Contexto sociocultural de Jiquipilco

El estudio de caso se realiza en el municipio de Jiquipilco, Estado de México, localizado al norte del Valle de Toluca y al oriente del Valle de Ixtlahuaca



(Villavicencio, 2016). Limita al norte con los municipios de Villa Carbón, Isidro Fabela y Villa Nicolás Romero, al poniente con el municipio de Ixtlahuaca. Pertenece a la región V Atlacomulco y su distancia aproximada a la capital del Estado de México, es de 42 kilómetros.

Imagen no. 1 Ubicación de la zona de estudio



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2022.

Jiquipilco es un municipio netamente rural y agrícola, dentro de sus principales producciones se encuentran cultivos de maíz, cebada, haba, papa, avena, hortalizas, maguey pulquero, peral, durazno, granada y capulín (H. Ayuntamiento de Jiquipilco, 2016).

De la siembra de maguey pulquero destacan sus paisajes, siendo este un cultivo representativo de la entidad, debido a que el producto que se obtiene de la extracción y fermentación de aguamiel (pulque) aún forma parte de la dieta cotidiana de una gran parte de los pobladores (Ayuntamiento de Jiquipilco 2003, citado en Villavicencio 2016). Dicha actividad, es una de las actividades económicas con mayor arraigo cultural, que aún prevalece en el territorio y de la cual se generan

algunos empleos. Su valor es tal, que muchos habitantes reconocen que los beneficios del maguey favorecieron el desarrollo económico del territorio, por lo cual se considera representativo del lugar (Viesca et. al, 2016).

Imagen no. 2 Paisaje pulquero de Jiquipilco



Fuente: Minerva Peralta Escobar, 2019.

El aguamiel es una savia azucarada que es obtenida a partir de diferentes especies de maguey pulquero, en Jiquipilco las variedades que principalmente se utilizan para la extracción del aguamiel son variedad mexicana (Manso), el oyoteco (Ayoteco) y maguey verde.

El pulque es una bebida que se produce a partir de la fermentación natural del “aguamiel” la cual se obtiene de la raspa del corazón del maguey pulquero (Castro y Guerrero, 2013; Herrera, 2007 citados en Rojas, et. al, 2016), es de color blanquecino, viscoso y con un olor especial, su grado de alcohol depende del tiempo de fermentación del mismo; estas características cambian de acuerdo a las variedades de maguey y la altura en la que se siembra.

La bebida es considerada como la “Bebida de los Dioses” ya que en la época prehispánica ocupaba un lugar privilegiado en los rituales, la religión, la mitología y la economía de los pueblos indígenas (Viesca, et. al, 2016), de tal modo que desde

tiempos prehispánicos se ha consumido en México. Hoy en día el consumo del pulque ha permanecido en muchos pueblos y ciudades del país (México Desconocido, 2010).

El rescate y valorización de la bebida dentro del municipio es gracias a productores a pequeña escala, que siguen trabajando el maguey, existe un grupo de 14 personas integrado por hombres y mujeres, comprometidos con la preservación de la bebida, para quienes representa un modo de vida y genera ingresos económicos para sus familias. Están constituidos legalmente y mantienen un saber-hacer generacional, cuentan con recursos históricos, naturales, culturales, materiales e inmateriales, que refieren la importancia de la cultura pulquera de la zona.

3.2 Cooperativa

Gracias a la creciente afluencia de visitantes a la Feria del Pulque que se lleva año con año, entre la segunda y tercera semana de marzo, son 12 ediciones en 2022, la popularidad de la bebida ha sido tal, que un grupo de productores a pequeña escala decidieron organizarse en torno a una sociedad, es así que en el 2014 se constituye la Sociedad Cooperativa de Productores de Aguamiel y Derivados del Agave Salmiana R.L. de C.V., legalizada ante la Secretaría de Economía con 33 productores inicialmente (Blas, 2015; Villavicencio, 2016). A partir de la falta de interés y las necesidades individuales de productores que ya contaban con un mercado establecido, poco a poco fueron saliéndose de la cooperativa, quedando actualmente 14 productores con producción de pulque y derivados del maguey: como miel de agave, artesanías de ixtle y quiote; postres como atole de aguamiel y pan de pulque, entre otros productos. La producción es a pequeña escala y su comercialización es deficiente, por lo tanto no ha habido una estrategia para potencializar comercialmente dichos productos.

Para ellos el producir la bebida significa un modo de vida, además de una tradición familiar que de generación en generación han heredado por familiares. Todos ellos



trabajan de diferente manera con la bebida, algunos desde la siembra del maguey hasta la comercialización, o bien compran aguamiel con vecinos o conocidos, y lo transforman en pulque.

Imagen no. 3 Parte de los integrantes Sociedad Cooperativa de Productores de Aguamiel y Derivados del Agave Salmiana R.L. de C.V.,



Fuente: Minerva Peralta Escobar, 2019.

Los productores se enfrentan a problemas como la falta de un punto fijo de comercialización, poca visibilidad en el territorio como productores de pulque, intermediarios comerciales, mala imagen de la bebida en cuanto a su proceso productivo, problemas de inocuidad e higiene, precios injustos de la bebida, competencia desleal entre los socios de la cooperativa, falta de transporte propio para reducir gastos de traslado para la venta de la bebida entre otros.

Los encargados de la producción de la bebida, son personas mayores de 55 años en adelante, existiendo en la cooperativa gente de la tercera edad, lo cual indica que no existe un relevo por parte de la gente joven, ya sea por: falta de interés, pocos ingresos dentro de esta actividad o la pérdida del saber hacer tradicional (Hernández, 2013), lo que a la fecha prevalece y provoca que los conocimientos

ancestrales y tradicionales de los tlachiqueros (oficio de la persona que extrae el aguamiel y se encarga de producir pulque) se pierdan.

El único valor agregado con el que cuenta el pulque es el curado, que consiste en saborizar el pulque con frutas de la región y algunas semillas como la nuez, cacahuete, almendras entre otros, para el consumo en el mismo día (Hernández, 2013).

Un medio por el cual se revaloriza la bebida y se le da un uso como recurso cultural y gastronómico es a través de la Expo Feria del Pulque, como un intento para estimular nuevamente la actividad, recobrar la identidad del municipio y recuperar la tradición pulquera; en ésta se reúnen los principales productores del municipio, participando en ella la mayoría de los productores de la cooperativa.

Durante la Expo Feria la bebida se pone a la venta sin considerar el contexto que le da valor, el significado histórico y cultural que posee, sus propiedades alimenticias, el ecosistema que conlleva el cultivo del maguey, las condiciones sociales y económicas e inclusive a las personas que trabajan en la actividad (Viesca et. al, 2016). Este evento ha propiciado que exista una transformación en los términos e imágenes asociadas a la producción del pulque, por ejemplo, el nombre de Tlachiquero por Productor del Pulque, por lo que los visitantes carecen del término original cuando compran la bebida en el evento, aunado a esto los consumidores desconocen las técnicas de elaboración del mismo, existiendo un desconocimiento del consumidor acerca del proceso productivo.

Este evento cultural representa para los productores un medio por el cual pueden comercializar tanto la bebida como los productos derivados de ellos, sin embargo, a pesar de esto y de la temporalidad del evento, el resto del año presentan problemas de comercialización, ya que se tiene una limitante en la venta de pulque, pues en zonas urbanas como Toluca y Metepec, o en tianguis locales de municipios aledaños, no se les permiten su venta en los mercados por ser una bebida



alcohólica. Los han desalojado de diferentes lugares ocasionando que se trabaje en la informalidad, situación que genera trabas en la promoción, comercialización y venta del producto. Para ellos como productores a pequeña escala les es difícil obtener los permisos necesarios para poder vender el pulque en esos sitios, de tal modo que recurren a acaparadores o intermediarios, que son los que distribuyen el pulque en las pulquerías de Toluca y Metepec, ya que ellos si cuentan con el permiso de venta.

Otra de las vías de venta a consumidores, es directamente en los predios de los productores, sin embargo, las personas que recurren son de la misma comunidad, externamente no tienen contacto con los consumidores o compradores finales del pulque.

Esporádicamente reciben compradores para surtir en alguna fiesta o evento especial, sin embargo, no es recurrente, ya que no hay información de ellos que indique sus lugares de producción y de venta. La única promoción que tienen es de boca en boca entre los propios pobladores que conocen a los socios como productores de pulque.

Lo anterior, causa que las ventas sean discontinuas y pocas, esto propicia un excedente de producción, por lo tanto, se recurre a malbaratarlo, tirarlo o bien utilizarlo como abono orgánico, esto repercute en los ingresos económicos de los productores.

Los precios de venta en el que los revendedores adquieren la bebida son muy por debajo de lo que ellos lo venden al público en general, ellos son quienes le ganan el doble o triple de lo que vale realmente directamente con los productores, por lo que existe una disparidad de precios entre productor y revendedor, siendo los revendedores quienes obtienen mejores ingresos por la venta.



En este sentido se crea una desigualdad de precios, un trabajo mal pagado por la producción de la bebida, y con ello un desinterés por las generaciones futuras por seguir produciendo, ya que el trabajo es arduo, largo y mal pagado, provocando una pérdida de conocimientos. Existe el apoyo de familiares como esposas e hijos, solo para la venta del producto, sin embargo, para la producción muy pocos son los que se interesan en seguir preservando este legado histórico.

Los productores asociados refieren que están interesados en seguir preservando y promoviendo la cultura pulquera, ya que reconocen la importancia económica que el pulque ha tenido en el territorio, además del valor sentimental que conlleva la producción.

3.3 Producción de pulque

El municipio de Jiquipilco es reconocido como uno de los territorios que aún mantiene la producción de pulque y cultivo de maguey en la región. El territorio al contar aún con la elaboración del producto blanquecino, hace que exista un arraigo cultural de la bebida, un saber-hacer que se ha heredado de generación en generación, productos derivados de él y una importante identidad territorial con respecto a la bebida.

A partir de la propuesta de producción y aprovechamiento integral del maguey pulquero en el municipio de Jiquipilco, México que diseñó Sandra Blas en 2015, el cultivo de maguey se ha ido recuperando en el territorio, ya que anteriormente como ella menciona la siembra de dicha planta estaba en retroceso, por diversos motivos, entre ellos una deficiente comercialización de la planta y de los productos derivados de ellos, escasez de plantas para siembra, pocos métodos de producción y el más importante, apatía de los jóvenes para incursionar en la actividad.

Estos motivos fueron los que ocasionaron que no se siguiera con la tradición de cultivar maguey y por ende, dejar a un lado la producción de pulque y demás



productos que se elaboran de la planta. Las acciones tomadas por parte de gobierno local, como la incorporación de a Feria del Pulque, ocasionó que la siembra de maguey se retomara, y los pocos cultivos que ya existían crecieran.

El cultivo de maguey pulquero requiere de una serie de pasos para su siembra, el crecimiento de la planta de maguey tarda alrededor de 15 a 20 años hasta llegar a su edad productiva; depende del tipo de maguey, del proceso de siembra y de los cuidados que el productor ocupe para su crecimiento.

Su producción puede ser *in vitro* o bien por medio de hijuelos, el primer término hace referencia a que su reproducción se hace por semilla, y el segundo a partir de pequeños magueyes que crecen alrededor del maguey adulto, los cuales se pueden transplantar para su posterior crecimiento (Blas, 2015). Una de las etapas importantes de siembra del maguey pulquero, es el almacigo se refiere al espacio territorial donde se transplantan por primera vez los magueyes (hijuelos) que tienen aproximadamente 10cm de altura, se hacen estilo chinampas.

Posterior a ello, se vuelven a sembrar a una distancia adecuada y se dejan ahí hasta que alcancen una estatura deseada para su posterior trasplante hasta que lleguen a una altura deseada. Una vez que alcanzaron los 60cm aproximadamente, el maguey con esta altura se planta en el sitio donde será su lugar de crecimiento final, y ahí se dejan hasta que alcance su etapa de madurez para posteriormente ser cosechados. Así es como algunos de los productores de la cooperativa manejan la siembra de la planta, sin embargo no todos siguen las mismas reglas, cada uno lo hace de acuerdo a sus conocimientos y forma de sembrar.

Imagen no. 4 Almacigo de maguey





Fotografía: Minerva Peralta Escobar, 2019.

El repoblamiento del maguey en el territorio ha continuado y ahora se puede visualizar la siembra y los cultivos de los productores de la zona, denotan un interés por producir el maguey como fuente de ingresos, ya que de diferentes zonas del estado han llegado a comprar maguey en el territorio, lo que da otro medio de ingreso para los productores.

En cuanto al proceso de producción del pulque, este aún sigue manteniendo las condiciones tradicionales de la localidad, los productores siguen empleando sus conocimientos empíricos a partir de las técnicas de producción que han heredado verbalmente de generación en generación, por medio del papá, mamá y/o abuelos como sus principales maestros (Viesca, et al., 2016).

El proceso de producción de la bebida es largo, ya que el tiempo de madurez de un maguey conlleva años, de tal modo que el productor tiene que buscar aquellos en edad productiva para poder ser raspados como ellos refieren, para la posterior extracción del aguamiel. Primero se elige el maguey maduro, después se busca “la puerta” como ellos llaman al lado por el cual el tlachiquero abrirá un espacio quitando pencas, para poder llegar al corazón de la planta. Una vez abierto el corazón de la planta se raspa, esto para quitar un telita muy delgada que tiene la piña, con el fin de que empiece a descender la sabia de las pencas y de empiece a acumular el líquido para su posterior extracción.

Se deja reposar el maguey y se tapa con un pedazo de penca el orificio hecho por el tlachiquero, para evitar que los animales como el cacomiztle se beban el aguamiel o bien entren otro tipo de animales o insectos en el líquido, además de tierra u otro tipo de basura.

El tlachiquero regresa al maguey capado, y procede con la extracción del aguamiel, esto por medio de un acocote o bien una botella de refresco de 2L adaptada con una manguera para facilitar su extracción, una vez que se ha terminado de extraer el líquido se vuelve a raspar con una cuchara de metal, herramienta especial que utiliza el tlachiquero para sacar las capas de la piña, y con ello dejar que salga de nuevo el líquido, y así en cada una de las extracciones.

La extracción la hacen dos veces durante el día, en la mañana y en la tarde-noche, durante 1 ó 3 meses, tiempo que dura un maguey en producción (depende de la temporada del año), pasado ese tiempo el maguey deja de producir líquido y muere, y ahí es donde se aprovechan las pencas y la piña del maguey para realizar sillas o artesanías con ixtle. En cada extracción el productor recolecta alrededor de 10 litros de aguamiel por maguey.

Imagen no. 5 Capa de maguey



Fuente: Minerva Peralta Escobar, 2020.

Imagen no. 6 Extracción de aguamiel de maguey



Fuente: Minerva Peralta Escobar, 2020

El aguamiel extraído se transporta en garrafones de plástico, al tinacal espacio donde es producido y almacenado el pulque, y donde se resguardan todas las herramientas que el tlachiquero ocupa para el proceso de elaboración, desde cucharas de raspa, recipientes donde se fermenta el pulque, hasta el acocote y demás instrumentos utilizados para su producción.

Imagen no. 7 Tinacal



Fuente: Minerva Peralta Escobar, 2020.

Una vez en el tinacal, el aguamiel se vierte en el pulque ya fermentado, o bien se puede elaborar nuevo, todo depende de qué tipo de líquido se desee producir y que cantidad de alcohol tenga. Existen diferentes tipos de pulque, los productores los denominan como: joven, medio y maduro, el maduro es el pulque más fuerte en niveles de alcohol.

Imagen no. 8 Pulque



Fuente: Minerva Peralta Escobar, 2020.

Los productores de Jiquipilco, aún mantienen las prácticas y técnicas que sus familiares les han transmitido de manera empírica, siendo este un conocimiento tradicional y sin tecnificación, el valor de este conocimiento generacional incrementa el valor del producto, ya que los conocimientos son específicos y endógenos del territorio.

Algunas herramientas que tradicionalmente se ocupaban para la producción de la bebida, como el acocote, la bota y otros instrumentos, se han modificado o cambiado en su totalidad por otros más duraderos y menos costosos como envases de plástico (pet), garrafones de plástico entre otros (Cúlhuac 2013; Blas 2015 y Viesca, et al.,2016).

Ante los motivos expuestos en este apartado, surge la propuesta de un proyecto que ayude a mitigar esos problemas, a partir de la construcción de un producto turístico novedoso: una ruta agroalimentaria que involucre a todos los eslabones de producción, desde la siembra hasta la transformación de la bebida y los productos derivados de él; con el fin de ayudar en la conservación del saber hacer, al aumento de las ventas directas, la disminución de las ventas informales y los intermediarios, así como la competencia desleal entre los miembros de la cooperativa, todo esto a partir del aprovechamiento de la bebida por medio de la actividad turística.

El proyecto es 100% social, y emergió a partir del propio interés del productor local y de la cooperativa, esto con base en las pláticas y entrevistas que se tuvieron con los productores locales.

En lo sucesivo se describe el apartado sobre la metodología empleada para el Trabajo Terminal de Grado, el cual está compuesto por tres fases; además de una descripción acerca del método CANVAS, el cual fue aplicado para revisar la viabilidad de la ruta agroalimentaria.

4. Metodología

4.1 Tres fases

El tipo de investigación que se llevó a cabo fue un estudio de caso de enfoque cualitativo, se utiliza la investigación exploratoria que contribuye a aproximarse a fenómenos desconocidos, poco estudiados o novedosos y profundos (Jiménez & Comet, 2016). En este caso, se requirió explorar el área para saber si existen las condiciones para establecer una ruta agroalimentaria. Se recurrió, también, a la investigación descriptiva con el propósito de describir situaciones y eventos (Danke, 1986, citado en Hernández, 1997), ya que lo que se requería era referir el contexto socio-productivo, los recursos con los que cuenta la Cooperativa y las condiciones de los mismos, posterior a ello presentar la propuesta de la ruta para ayudar a mitigar la problemática encontrada.

El tipo de muestreo que se utilizó para la selección de la muestra fue el muestreo no probabilístico-intencional, ya que la naturaleza de la investigación es de orden cualitativo. El muestreo intencionado se realiza de acuerdo a criterios preestablecidos por el investigador, guiados por la teoría previa sobre el problema o con base en evidencias empíricas, para la definición de criterios de inclusión y exclusión (Otzen & Carlos, 2017). En este sentido se eligió trabajar únicamente con la Sociedad Cooperativa de Productores de Aguamiel y Derivados del Agave Salmiana R.L. de C.V, ya que la mayoría de ellos son pequeños productores con producción a pequeña escala, los cuales se encuentran organizados y con varios



años de trabajo en conjunto, además tienen el interés por revalorizar la bebida por medio de otras actividades económicas como el turismo, lo cual apoya al producto turístico que se pretende diseñar. En este sentido la:

- **Población de estudio:** Son productores de pulque a pequeña escala, del municipio de Jiquipilco.
- **Unidades muestrales:** 14 productores que pertenecen, a la Sociedad Cooperativa de Productores de Aguamiel y Derivados del Agave Salmiana R.L. de C.V.
- **Criterios de selección:** Pertenecer a la asociación, ser productor de pulque , participar en alguno de los eslabones de la cadena de valor de la producción y poseer un saber-hacer tradicional y generacional.

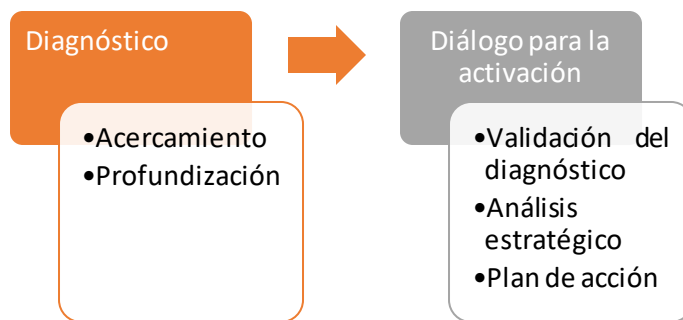
La metodología ocupada para dicha investigación se desarrolló en 3 fases:

Fase I

Esta fase está relacionada con la descripción de la situación socio-productiva que presentan los integrantes de la cooperativa “Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V.; misma que se llevó a cabo a partir de la fase del diagnóstico y del diálogo para la activación de la Metodología Activación Territorial de los Sistemas Agroalimentarios Localizados AT-SIAL (Boucher & Reyes, 2013), donde se validó el diagnóstico.

Imagen no. 9 Fase de diagnóstico de la Metodología Activación Territorial de los Sistemas Agroalimentarios Localizados AT-SIAL





Fuente: Elaboración propia, 2022 con base en Boucher y Reyes, 2013.

Las herramientas utilizadas para dicha fase fueron, diario de campo, entrevistas semiestructuradas (Anexo 1) aplicadas a todos los socios productores de la cooperativa, fotografías y observación no participante. El instrumento estuvo integrado por los siguientes tópicos: historia de producción, identidad, territorio, y se contempló un apartado acerca de la ruta.

El diario de campo, que se utilizó como herramienta de uso diario dentro de cada una de las visitas a campo realizadas a los productores, estuvo estructurado por las evidencias observadas y acontecimientos importantes que fueron surgiendo en los recorridos y sitios visitados, como tiempos, distancias, datos numéricos, ubicación y lo que se iba visualizando conforme a las visitas en sus propiedades, entre otros puntos.

Los meses en los que se llevó a cabo dichas visitas fueron de junio a noviembre de 2019, periodo donde además se aplicaron las entrevistas semiestructuradas. Las fotografías fueron tomadas de acuerdo con los eventos que la cooperativa tenía, así como de cada una de las visitas en los predios de los socios productores para obtener evidencia fotográfica, en cuanto al patrimonio material con el que cuenta cada uno de ellos.

Fase II

Para esta fase se contempló, la elaboración de un inventario del patrimonio natural y cultural con el que cuenta la cooperativa, así como los sitios naturales y culturales

del municipio, para ambos puntos se retomó la Metodología Proceso de Planificación Turística de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994).

En el caso del inventario se consideró la fase de estudios y evaluaciones, la cual hace referencia a la recolección de información referente al sistema turístico local y sus elementos como la planta de servicios, atractivos (inventario), comunidad receptora, demanda e infraestructura, misma que nos permitió generar una radiografía general de la situación actual o línea base para la generación de productos turísticos; para la descripción turística la fase de análisis y síntesis, es la parte donde se analizan todos los elementos del sistema con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados, que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones. Dichas fases forman en conjunto la parte del diagnóstico turístico de la zona de estudio.

El instrumento que se utilizó para la recolección de información en la conformación del inventario de recursos naturales y culturales, es la cédula (Anexo 2) del Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional de Perú (MINCETUR, 2012), para identificar y clasificar dichos atractivos, jerarquizarlos y posteriormente definir cuál o cuáles de ellos formarán parte de la ruta. Sin embargo, solo se tomaron algunos apartados de la cédula del inventario original del manual, ya que no todos eran adecuados para el tipo de recursos que se encuentran en el municipio.

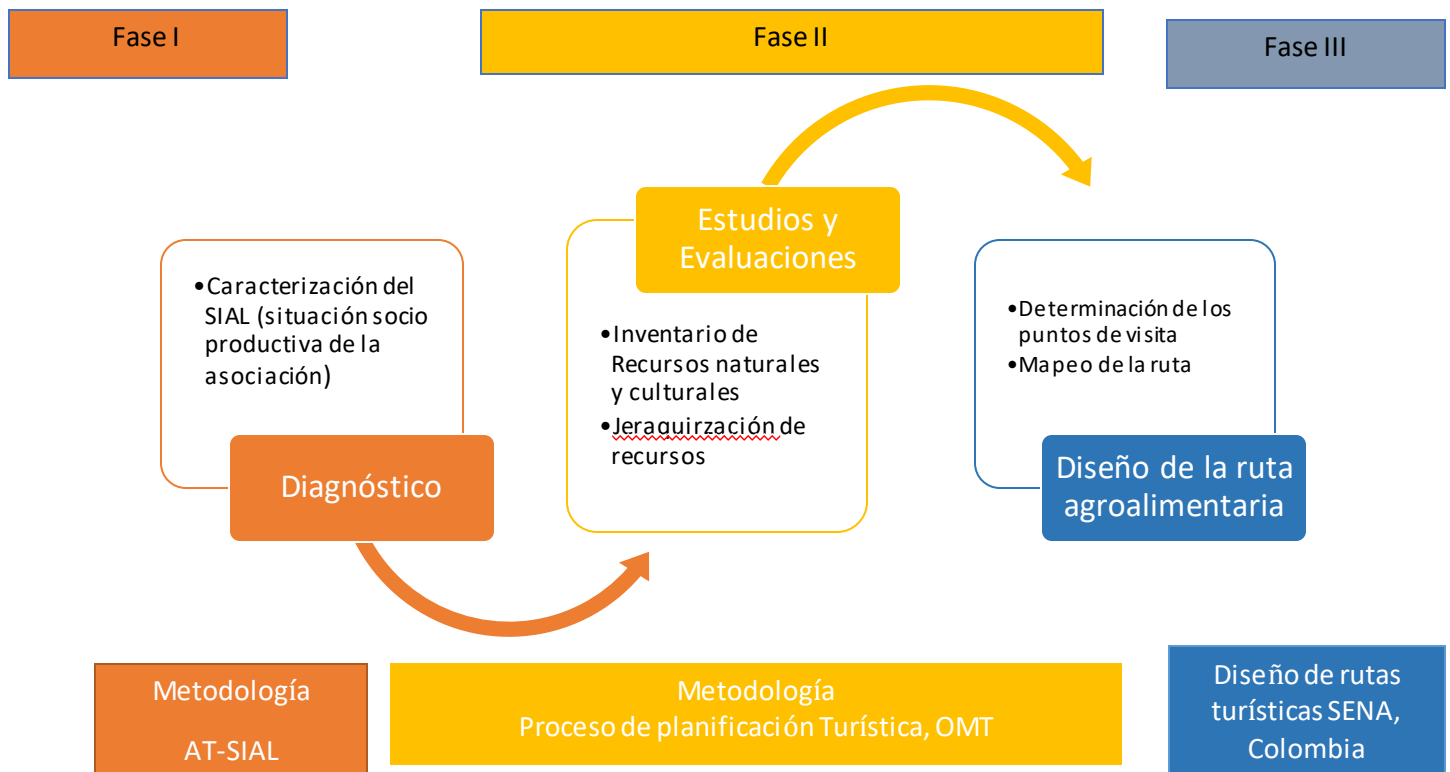
En cuanto a la descripción de la situación turística del municipio, se recurrió a fuentes de información como revistas científicas, páginas de gobierno oficiales, trabajo de campo por medio del diario de campo y observación no participativa, lo cual nos permitió establecer un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

Fase III



Para esta última fase a partir de la información recabada de la Fase I y II, se procedió al diseño de la ruta agroalimentaria retomando la metodología de Diseño de Rutas Turísticas (SENA, 2019), donde se mapeo la ruta y determinaron los puntos de visita, a partir de los recursos naturales y culturales identificados.

Imagen no. 10 Metodología Ruta agroalimentaria del pulque



Fuente: Elaboración propia, 2019.

4.2 Modelo Canvas

Este tipo de modelo de negocio, describe la forma como la empresa genera valor o produce ingresos, un buen modelo lleva al mercado un producto o servicio de manera atractiva. Este se integra por 9 elementos: segmento de mercado; propuesta de valor; canales de comercialización y distribución; relación con los clientes; fuentes de ingreso; actividades clave; recursos clave; aliados clave y estructura de costos, los cuales se definirán a continuación.

El modelo será una base de negocio para la ruta turística, por lo cual más adelante se aplicarán cada uno de sus elementos a la propuesta de aprovechamiento (Esquivel, 2018 y UAEM, 2021): (Esquivel, 2018) (UAEM, 2021)

1. Segmentación de mercado: define los diferentes grupos de personas u organizaciones a los cuales una empresa apunta a alcanzar y servir, para el modelo Canvas están considerados los siguientes segmentos de mercados:
 - Mercado masivo: No distingue entre segmentos de mercados diferentes (público en general).
 - Nicho de mercado: mercados específicos y especializados, relación proveedor-cliente.
 - Segmentos: clientes con necesidades y problemas ligeramente diferentes.
 - Diversificado: atiende a dos segmentos de mercado que no están relacionados y que presentan necesidades y problemas muy diferentes.
 - Plataformas (o mercados) multilaterales: Sirven dos o más segmentos de clientes interdependientes.

2. Propuesta de valor: se definen las ventajas del producto o servicio comparado con lo que hoy utilizan los clientes, se comunica de manera sencilla las razones por las cuales la propuesta es mejor, enfatizando algunas cualidades como desempeño, novedad, personalización, precio, reducción de riesgos, accesibilidad, conveniencia y diseño, entre otros.

3. Canales de comercialización: un canal de comercialización es el modo o forma en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para poder llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor. Los canales de comunicación, distribución y venta establecen contacto entre la empresa y los clientes, y tienen entre otras funciones dar a conocer a los



clientes los productos y servicios de una empresa; ayudar a los clientes a evaluar la propuesta de valor de una empresa; permitir que los clientes compren productos y servicios específicos; proporcionar a los clientes una propuesta de valor y ofrecer a los clientes un servicio de atención posventa.

4. Relaciones con los clientes: las empresas establecen relaciones con un determinado segmento de mercado, por lo que ellas son las que determinan el tipo de relación a establecer, la cual puede ser personal o automatizada; y, basada en los siguientes fundamentos: captación de clientes, fidelización de clientes, estimulación de las ventas (venta sugestiva).
5. Por otro lado, las categorías de relaciones con los clientes que pueden coexistir en las relaciones que una empresa mantiene con un segmento determinado son: asistencia personal; asistencia personal exclusiva; autoservicio; servicios automáticos; comunidades y creación colectiva.
6. Fuente de ingresos: Representa el dinero que la empresa genera de cada segmento de mercado, es la ventaja del producto o servicio que da sentido a que el cliente pague por él.
7. Recursos clave: se describen los requerimientos para que la propuesta de valor logre llegar al segmento de mercado que se ha elegido, considerando los canales de comunicación, la relación con los clientes, fuentes de ingreso. Estos pueden ser:
 - Físicos: instalaciones, infraestructura, vehículos, maquinaria, puntos de venta y redes de distribución.
 - Intelectuales: marcas, patentes, derechos de autor, bases de datos, certificaciones.
 - Humanos: personal
 - Financieros: recursos económicos para la etapa de arranque



8. Actividades clave: este apartado define con claridad cuáles son las acciones fundamentales para que opere la propuesta de valor, los canales, la relación con los clientes y todo aquello que genere ingresos, las actividades se clasifican en:
- Producción: aquellas que permiten llevar tu producto o servicio al mercado
 - Atención al cliente: aquellas que son obligadas para satisfacer las necesidades del cliente.
 - Red: estas actividades están enfocadas en la gestión de la plataforma que conecta diversos clientes, proveedores entre otros.
9. Asociaciones clave: Las asociaciones clave son redes de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio, y tiene por objetivo la asignación de recursos y economías de escala, reducir los riesgos en un entorno competitivo donde impera la incertidumbre, compra de determinados recursos y actividades.
10. Estructura de costos: Se identifica todo aquello que requiere inversión para hacer funcionar las fuentes de ingresos, el contraste de ambos te permite determinar el margen de utilidad.

5. Resultados

5.1 Modelo Canvas para la ruta agroalimentaria del pulque en Jiquipilco, Estado de México

Como resultado de las exigencias del mercado y de las tendencias de consumo hacia un turismo menos masivo y más sustentable, se están desarrollando nuevos productos turísticos más especializados; como objetivo principal de esta investigación es proponer una ruta agroalimentaria del pulque en Jiquipilco, Estado de México como un producto turístico que diversifique la oferta turística del municipio, pero además sea una opción de aprovechamiento para los productores de pulque de la asociación; el presente apartado tiene por objetivo estructurar un modelo de negocios Canvas para el establecimiento de la ruta. El modelo se estructura a partir de sus 9 esferas de trabajo: segmentación de mercado;



propuesta de valor; canales de comercialización; relaciones con los clientes; fuentes de ingresos; recursos; actividades y asociaciones clave y estructura de costos.

Este apartado solo sentará las bases del modelo de negocio que se pretende realizar con la ruta para su posterior implementación. A continuación, se describen cada uno de estos puntos.

5.1.1 Segmentación de mercado

El segmento de mercado para la el proyecto de la ruta, está compuesto específicamente para un nicho de mercado en particular, el grupo social “millenials”, quienes oscilan en un promedio de edad de 25 a 45 años, este segmento presentado mayor interés por alimentos más sanos, menos industriales y un por querer consumir productos locales, cuidando el patrimonio cultural alimentario del país (Yagoda, 2017). Además de llegar al mercado de nostalgia, y a los consumidores que buscan alimentos más sanos, y buscan el rescate y fortalecimiento de la identidad nacional por medio del consumo local:

- Demográficos: Mujeres y hombres, estado civil indistinto, estado económico indistinto, profesión indistinta, edad de 25 a 45 años.
- Psicológicos: Personas con valores de consumo en alimentos locales y sanos, que aprecien el campo y tengan interés por conocer el proceso productivo de la bebida, busquen el rescate de las tradiciones, que les guste el contacto con la naturaleza. Un turista que sea empático con el medio ambiente y el consumo local, y busque apoyar a las comunidades rurales.
- Geográficos: la meta de mercado es llegar principalmente a la población de las ciudades de Toluca, Metepec y Ciudad de México, quienes han presentado un creciente interés por conservar la bebida, al seguirla consumiendo.

5.1.2 Propuesta de valor

- Valor de producto



La propuesta de la ruta está elaborada por y para el grupo de productores a pequeña escala que forman la Sociedad Cooperativa de Productores de Aguamiel y Derivados del Agave Salmiana R.L. de C.V., que cuenta con una importante tradición pulquera que los identifica. Mantienen un saber-hacer generacional, cuentan con recursos históricos, naturales, culturales, materiales e inmateriales, que refieren la importancia de la cultura pulquera de la zona.

El proyecto es 100% social ya que surge del interés de los productores por querer aprovechar la producción de la bebida a partir del turismo. La ruta agroalimentaria involucra todos los eslabones de la cadena de valor de todo el proceso productivo, desde la siembra hasta la transformación de la bebida y la producción de derivados; con el fin de ayudar en la conservación del saber hacer, aumento en las ventas directas, para la disminución de las ventas informales y los intermediarios, así como la competencia desleal entre los miembros de la cooperativa, todo esto a partir del aprovechamiento de la bebida por medio de la actividad turística, ya que la oferta turística en el territorio es casi nula.

Por medio de la ruta se le dará visibilidad a los productores de la asociación, por lo que los visitantes podrán ubicar de manera más sencilla cada una de las fincas agroindustriales donde se produce el pulque, dentro de estas fincas el visitantes podrá participar en las actividades de producción de la bebida a partir de todo el proceso productivo, desde la siembra del maguey, la cosecha del aguamiel, la transformación del líquido en pulque, los productos derivados de él y la comercialización final. Se tendrán actividades como talleres de elaboración de papel de fibra de maguey, cata de pulques, gastronomía local hecha con la bebida, fotografías con vestuarios típicos de la región, entre muchas actividades.

En este sentido la ruta proporcionará al visitante, descanso, recreación, esparcimiento y aprendizaje (histórico, cultural y lúdico), ya que podrá participar en las labores cotidianas en la producción del pulque, de la guía de productores locales



de la zona. Además de degustación de comida elaborada por mujeres locales y recetas elaboradas con la bebida.

Se pretende que por medio del trabajo cotidiano de los productores se haga conciencia de esta actividad y de la vida rural, desmintiendo uno de los mitos de la producción de la bebida, que dice que es antihigiénica y producida con eses, ya que el turista podrá participar en las actividades de producción.

El valor de la sustentabilidad hacia las 4 esferas de acción social, ambiental, económico y cultural serán los principales ejes rectores para el ejercicio de la ruta, los cuales, por medio de la aportación económica, el visitante podrá apoyar en todos esos ámbitos a los productores locales, con lo cual el valor se retribuye en la siembra de maguey, en la aportación monetaria del consumo de los productos locales.

- Valor del servicio

El servicio de guía turístico, y las explicaciones durante la ruta será dado por los propios actores locales, en este caso los productores, se pretende que ellos sean los impulsores de esta actividad en el territorio, con el fin de que el turismo sea una actividad que ayude en la revalorización de los productos locales como el pulque, para que la tradición pulquera en el municipio no se pierda.

En cuanto a los alimentos y bebidas se pretende que sea hecha por la propia gente local, y sean ellos quien generen todo el valor del servicio hacia los visitantes, por lo tanto, la experiencia de la ruta se basa en la convivencia con personas que producen y mantienen con vida la producción del pulque y la gastronomía típica en el medio rural.

Se pretende que la ruta sea manejada únicamente por los integrantes de la asociación, de tal modo que serán los propios productores quienes den el servicio, dando la explicación de su labor diaria, de sus conocimientos, su modo de vida y su



cultura. Entonces se establecerá un lazo de solidaridad entre el campo y la ciudad, entre el productor local rural y el visitante para crea una experiencia única.

- Valor personal

El visitante podrá establecer un contacto directo con la población local, principalmente con los productores de pulque, ellos estarán apoyando a la gente local por medio de su visita y su derrama económica, además se seguirá fomentando la tradición pulquera en el municipio.

El visitante podrá adentrarse en la vida cotidiana de la población local por medio de la producción de la bebida y de la gastronomía típica en el medio rural, convivencia con la naturaleza, podrá disfrutar de los servicios ambientales como aire limpio, contacto con la naturaleza, contacto con lo autóctono, el agua limpia, la no contaminación auditiva y visual de un espacio. El acercamiento con el origen de los alimentos y el origen de la población local de Jiquipilco.

Los visitantes podrán desconectarse del mundo citadino para tener contacto con la gente local, el medio rural y la naturaleza, además del consumo de alimentos sanos y ricos en nutrientes, menos industrializados.

El visitante contribuirá al mantenimiento de la producción de la bebida, generará interés y dará valor al trabajo diario de los productores, revalorizará la vida en campo.

- Valor de la imagen

Se resaltarán valores éticos, como el consumo local, sustentabilidad, apoyo a comunidades rurales, desarrollo local, alimentos orgánicos, productos locales.

El valor de prestigio que les dará a los turistas o consumidores de la ruta será el de apoyar el consumo local, dejando una derrama económica a productores a pequeña escala, lo cual motivará a que ellos sigan manteniendo las tradiciones nacionales



como lo es la elaboración del pulque. El visitante disfrutará de un proyecto endógeno, no gubernamental y a base del esfuerzo de la gente local, además fomentará la producción local con calidad a través de las familias rurales y aportará a la generación de ingresos económicos en las zonas que tienen rezago social y pobreza.

5.1.3 Canales de comercialización

- Los canales de comercialización serán principalmente las redes sociales, principal medio de información que está siendo utilizada por muchos para hacer llegar los productos con el cliente final, se utilizarán redes como Facebook, Instagram, Tik, tok, Whats app y YouTube. Son medios gratuitos que no les generaran costos a los productores para publicitarse. Se pretende capacitar a los productores y familiares más jóvenes de sus familias, en el uso y manejo de estos medios, además las personas que estén de servicio social con la asociación, pueden ayudar en administrar y publicar el contenido
- La feria del pulque que se lleva año con año es otro medio que servirá para darle publicidad a la ruta, sin costo alguno; considerando que esta actividad cultural recibe a cientos de personas.
- Promoción por medio de posters en pulquerías de las principales ciudades, como Ciudad de México Toluca y Metepec.
- Promoción en eventos gastronómicos, culturales y artísticos donde los productores puedan participar.

5.1.4 Relaciones con los clientes

- El cliente podrá llegar por medio de la publicidad que se establecerá en diferentes pulquerías de las ciudades de Toluca, Metepec y Ciudad de México, encontrará la información en un poster.
- Asociación con dueños de pulquerías locales en las ciudades de Toluca, Ciudad de México y Metepec para la promoción de la ruta, con el fin de atraer visitantes a la ruta.

- Crear contenido llamativo por medio de las redes sociales, para atraer visitantes por medio de la participación de las personas involucradas en el proyecto, productores.
- Invitar a blogueros que tienen interés por conocer las tradiciones del país, para que ellos difundan contenido y lleguen a más personas la información de la ruta.
- El visitante se podrá relacionar con el productor local por medio de ferias o actividades gastronómicas, culturales y artísticas donde participen.
- El productor podrá tener contacto con los posibles visitantes por medio de las redes sociales.

5.1.5 Fuentes de ingresos

Los pagos que se recibirán para el cobro de los servicios de la ruta serán por medio de efectivo como principal medio, posterior a ello se pretende implementar el cobro con tarjeta, una vez que se capacite a los productores en este rubro y se incorpore un punto de venta móvil, lo que depende mucho de la infraestructura de internet para que los socios puedan adquirir este servicio e incursionen en el mundo digital.

5.1.6 Recursos clave

- Financieros: los ingresos se darán por medio de la prestación del servicio de la ruta y con ello de la venta de productos derivados y artesanías, se requiere de participación económica por medio de los productores para el mejoramiento de la presentación de sus tinacales, y de otros elementos necesarios para la ruta como mejor inocuidad y tal vez certificaciones por parte de la SECTUR (Secretaría de Turismo).

También se requiere de recurso financiero por parte de gobierno para la generación de la actividad turística de la zona, para el mejoramiento de infraestructura carretera, vial, seguridad pública, y servicios complementarios para el disfrute del visitante.



- Físicos: se requiere de señalamientos, se materiales para los talleres, escenografía para fotos acorde al ambiente rural, camioneta turística para el transporte de visitante.
- Intelectuales: se requiere de capacitaciones a los productores para su transición hacia el turismo.
- Humanos: se requiere de los productores locales como principales actores, pero también de la gente local en la prestación de otros servicios como transporte.

5.1.7 Actividades clave

Se pretende que los productores dentro de su predio puedan dar un recorrido con actividades clave y organizadas, para los visitantes que lleguen a la ruta. Siendo estos los diferenciadores del producto turístico, aunado al trato y la convivencia que ellos generaran al recibir al visitante:

- ❖ Bienvenida por parte de los productores locales
- ❖ Explicación de la siembra del maguey Taller de siembra tu propio maguey
- ❖ Explicación sobre el proceso de extracción del aguamiel
- ❖ Degustación de aguamiel recién extraída
- ❖ Proceso de elaboración del pulque
- ❖ Degustación de pulque natural y curados
- ❖ Explicación/ venta de productos derivados del pulque, maguey y aguamiel
- ❖ Degustación de platillos elaborados con pulque
- ❖ Convivencia con los productores locales y su modo de vida

5.1.8 Asociaciones clave

- Como principal grupo de trabajo está la asociación de “Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana” constituidos legalmente desde el 2013, integrada por 14 personas y sus familias las cuales estarían participando dentro de la ruta para la elaboración de gastronomía típica, principalmente sus esposas junto con el apoyo de otros familiares como hijos.



- Dentro de asociaciones claves, el equipo cuenta con un grupo de profesionista multidisciplinares, en áreas de Turismo, Agronomía, Sociales, Cultura, Biología, Agronomía y otros, provenientes de universidades públicas como la UAEMéx y la Universidad de Atlacomulco.
- Se pretende que se haga una sinergia con el ayuntamiento local, para el apoyo del mejoramiento en infraestructura carretera, señalamientos, alumbrado público entre otras necesidades de índole material para el mejoramiento de la experiencia del visitante.
- También se pretende hacer asociaciones con estudiantes que tengan la necesidad de liberar prácticas profesionales o servicio social, que quieran contribuir con sus conocimientos en el desarrollo del proyecto y que quieran aprender en el desarrollo de un proyecto turístico local.
- Asociaciones con dueños de pulquerías para la promoción de la ruta

5.1.9 Estructura de costos

Estos costos están contemplados para 20 personas como máximo

Taller siembra tu propio maguey

Materiales	Cantidad	Cos. Unitario	Cos. Total
Palas	2 u	\$268.00	\$538.00
Maguey	20 pzas	\$10.00	\$200.00

Total \$738.00

Costo por persona \$10.00

La actividad consiste en darle al visitante su propio maguey, el cual podrá sembrar en el terreno donde crecerá hasta su etapa de madurez, le podrá elegir un nombre, se estará deforestado con maguey en el terreno de los productores.

- Degustación de aguamiel



Materiales	Cantidad	Cos. Unitario	Cos. Total
Jarros pequeños	20	\$5.00	\$100.00
Aguamiel	2 litros	\$15.00	\$30.00

Total \$130.00

Costo por persona \$6.50

El visitante podrá degustar recién extraído el líquido del aguamiel, al momento de la cosecha del mismo. Este será fresco, y se servirá en jarritos de barro, para evitar contaminar con plásticos.

- Degustación de pulque natural y curados

Materiales	Cantidad	Cos. Unitario	Cos. Total
Fruta de temporada	2kg	\$25.00	\$50.00
Fruta de temporada	2kg	\$20.00	\$40.00
Pulque natural	20 litros	\$10.00	\$350
Jarros de medio litro	20 u.	\$13.00	\$260

Total \$900.00

Costo del litro \$35.00 por persona (20pax)

El visitante podrá degustar los diferentes tipos de pulque además de sus diversos sabores. Los curados estarán hechos de fruta de temporada del territorio como opción para diversificar los sabores del pulque curado, o bien el productor podrá presentar sus sabores, se servirán en jarros de barro, para evitar contaminar con plásticos.

Inversión gubernamental

- Señalamientos: de dos tipos que indiquen a que altura de la carretera están ubicados los productores, así como flechas para llegar al predio.



Inversión personal (productores)

- Mejoramiento de tinacales: Inversión en material para mejorar el aspecto de cada uno de los tñcales, y de las condiciones de producción.
- Taller de higiene y salubridad: este taller va dirigido a los productores locales, ya que no conocen las buenas prácticas de manufactura, ya que alguno de ellos no tiene en las mejores condiciones sus sitios de producción. Se pretende que con este taller los productores mejoren su sistema de producción, para darle una mayor seguridad de higiene al consumidor. Con esto se buscaría tal vez una certificación en la producción de alimentos (Distintivo H).

5.2 Ruta

Los beneficios a partir de la implementación de la ruta serán favorables para mantener la tradición del pulque, y con ello incrementar su producción. Lo que se traduce en ingresos adicionales para los pequeños productores y para la comunidad local, así como una motivación para seguir impulsando la producción de la bebida.

Se pretende que con este producto turístico el municipio tenga un mayor reconocimiento como productor de la bebida, lo cual aportaría a la diversificación de actividades turísticas ofertadas en el territorio y complementaria a las ya existentes, como es la Feria del pulque.

En cuanto a los beneficios para los productores a pequeña escala los costos de traslado de la bebida disminuirían, esto debido a que el producto no tendría que trasladarse a otros puntos de venta; el consumo se haría directamente con el productor y en su predio, se descartarían intermediarios por que la venta sería directa hacia el consumidor.



Los productores cuentan con la mejor disposición para implementar la ruta turística, sobre todo por continuar con esta tradición, fue lo que mencionaron durante las entrevistas que se les realizaron, quieren participar y tener una opción de ingresos diferente de acuerdo a lo que ellos producen.

5.2.1 Situación socio productiva que presentan los integrantes de la cooperativa “Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V.

Los siguientes resultados se dieron a partir del trabajo de campo, realizado durante un periodo que comprende los meses de junio a noviembre de 2019, con base en las visitas a los predios de los productores que conforman la Asociación, las diversas pláticas que se tuvieron con ellos, además de la revisión bibliográfica y académica que hay de la zona, así como las entrevistas semiestructuradas aplicadas, y conforme lo observado en cada una de las visitas, de acuerdo a la metodología planteada.

De tal modo que, gracias al trabajo de campo, se tiene que los productores se encuentran categorizados de la siguiente manera:

En su mayoría son personas de la tercera edad, de los 50 a los 75 años, un grupo conformado por hombres y mujeres, su escolaridad varía entre primaria y secundaria, su principal oficio, es el de ser campesino del cual deriva el ser tlachiquero, y otros como productores de pulque. Se dividen en productores con cadena completa, y productores con cadena incompleta de producción.

Productores con cadena completa

En cuanto al inventario de producción agroalimentaria se tiene que dentro de la cooperativa solo 6 productores cuentan con la cadena completa de producción en sus predios, desde la siembra del agave hasta la producción de pulque y derivados.



Aunado a lo anterior, todos los productores cuentan con la producción de la materia prima, desde las plantas, el almacigo, hasta los predios donde tienen maguey propio para raspa, y un tinacal que es el espacio dedicado a la producción de pulque. Así como las herramientas, los utensilios, para la producción.

Los nombres de los tinacales de la cooperativa son peculiares: “La mansión de los chupamirtos” “Corporativo castillo” entre otros, apelativos que los propios productores han incorporado a sus lugares de producción y consumo como si se tratará de pulquerías. También cuentan con paisaje agavero dentro de su predio, una casa típica de Jiquipilco que aún conserva sus cualidades tradicionales, y herramientas tradicionales.

Uno de los productores cuenta en su predio con un espacio adaptado como un pequeño museo del pulque donde se exponen herramientas, fotos y demás objetos relacionados a la producción pulquera que han venido heredándose familiarmente.

Productores con cadena incompleta o dispersa

Existe otro tipo de productores dentro de la asociación, aquellos que apenas empezaron a sembrar maguey y que no cuentan aún con toda la cadena de producción, sin embargo, tienen los conocimientos de producción del pulque, cuentan con un almacigo y/o con un tinacal, pero no cuentan con suficiente maguey para raspar y extraer el aguamiel. En este sentido este tipo de productores que no cuenta con magueyes propios para ser raspados, acude a la compra de magueyes que ya están en proceso de producción de aguamiel, con vecinos, conocidos o amigos, siendo los magueyes aprovechados durante toda su vida productiva que son alrededor de uno a tres meses o bien prefieren solo comprar el aguamiel ya extraído, para su posterior fermentación.

Cuadro no. 1 Lista de productores

Productores con cadena completa



PRODUCTOR	NOMBRE DEL TINACAL	UBICACION	RECURSOS/PRODUCTOS	INF. ADICIONAL
Venustiano	“Corporativo Castillo”	Mza 6ta centro	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas antiguas • Artesanías de Ixtle • Casa antigua, arquitectura local • Pulque natural y curados • Almacigo • Producción planta de maguey 	Cerca de Laguna verde
Amador	“Mansión de los chupamirtos”	Mza 6ta baja	<ul style="list-style-type: none"> • Almacigo • Pulque natural y curados • Producción planta de maguey 	Cerca de Laguna verde
Carlota e Issac	“El tejocote”	Mza 6ta alta	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas tradicionales Almacigo • Tinacal • Miel de agave, papel de ixtle • Pulque natural y curados • Producción planta de maguey 	Paisaje boscoso-zona alta
Maurilio y Lizbeth	“Los tres magueyes”	Mza 6ta alta	<ul style="list-style-type: none"> • Almacigo • Miel de agave • Pulque natural y curados • tinacal 	Paisaje Boscoso zona alta
Productores con cadena incompleta o dispersa				
Pedro		Mza 2da	<ul style="list-style-type: none"> • Almacigo • Miel de agave 	Paisaje boscoso y agavero, zona alta
Inocencio	“Calzoncin”	Mza 4ta	<ul style="list-style-type: none"> • Almacigo • Pulque natural y curados • Producción de maguey 	Cerca del centro de Jiquipilco



			<ul style="list-style-type: none"> • Artesanías de quiote 	
Demetrio y Mario	“Mi colega Demetrio”	Mza 5ta	<ul style="list-style-type: none"> • Pulque natural • Almacigo 	Zona boscosa
Filemon	“El octágono”	Santa María Nativitas	<ul style="list-style-type: none"> • Almacigo • Miel de agave, pulcaletas, artesanías de ixtle • Pulque natural y curados Producción de planta de maguey 	Cerca cerro de Santa Cruz Tepexpan
Felipe	“El hijo desobediente”	Mza 6ta	<ul style="list-style-type: none"> • Almacigo • Miel de agave • Pulque natural y curados Producción de planta de maguey 	Paraje palomitas, dueño de un predio en ese lugar
Alejandro		Mza 6ta	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas antiguas • pan de pulque y maíz, atole de aguamiel, licores, mermeladas • Gastronomía: platillos con pulque 	Cerca de la carretera Jiquipilco-Temoaya
Bernardo		Mza 3ra	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas antiguas • Pulque natural 	

Fuente: elaboración propia, 2022.

Además de la producción de pulque, algunos también se dedican a otro tipo de productos agroindustriales como miel de agave, artesanías de ixtle y productos gastronómicos entre otros.

Imagen no. 11 Púas de maguey con ixtle





Fuente: Minerva Peralta Escobar, 2020.

Uno de los productores, tiene los conocimientos de producción de la bebida ya que su padre fue tlachiquero en su época, sin embargo, ya no produce y solo se especializa en elaborar alimentos con pulque o aguamiel: pan, roscas, atole con aguamiel y salsas entre otro, actualmente tiene problemas para comercializar sus productos, su producción se enfoca en alimentos gastronómicos utilizando como base al pulque o el aguamiel de la zona.

La mayoría de ellos produce pulque gracias a los conocimientos que adquirieron de padres y abuelos, que eran reconocidos como tlachiqueros. Su saber-hacer es tradicional y endógeno de la región a la manera de producir específicamente del territorio esto de acuerdo con las entrevistas. Están ubicados entre la mazana 6ta y 5ta de Jiquipilco, los cuales están sobre una de las principales vías de acceso al centro del municipio, por lo tanto, la accesibilidad hacia los predios de los productores es fácil, pero hace falta señalización en la zona.

También se pueden identificar vestimentas típicas de un tlachiquero, así como artesanías con varios años de antigüedad.

Historia de producción

Algunos productores entraron a la Asociación desde sus inicios, hace más de 8 años, posteriormente otros se fueron incorporando en el camino teniendo ya dentro 6 o 4 años, unos más recientes que otros, todos concuerdan con dos puntos principales, el primero entraron a la asociación para mantener viva la tradición y dar a conocer su trabajo y su producción haciéndose visibles para otros productores de la región y en segundo punto para ingresar a los programas gubernamentales más fácilmente, ya que individualmente les era más difícil acercarse y conseguir el apoyo solicitado. Asociados han conseguido apoyos de toda índole, desde capacitaciones hasta material: como plántula de maguey. Además el ser miembro del grupo les ha permitido relacionarse públicamente con el sector gubernamental tanto estatal como municipal.

En su mayoría se volvieron productores de pulque por falta de recursos económicos y vieron una forma de generar ingresos adicionales a su ingreso económico como productores de campo, algunos iniciaron con esta labor desde muy pequeños, desde su adolescencia ayudando a sus padres, el motivo principal es por su historia de vida.

Comentan que el proceso productivo es el mismo, sin embargo, solo han cambiado los utensilios o herramientas para la producción de la bebida, por ejemplo, el acocote se dejó de utilizar por lo costoso y frágil que resultaba al momento de extraer el aguamiel y decidieron cambiarlo por algo más económico como una botella de pet y un pedazo de manguera más duradero y menos frágil. Ya que estas herramientas hoy en día es difícil de conseguir las y su costo es alto, por tal motivo las tienen guardadas para dar cuenta de la historia de producción de la bebida en el territorio años atrás.

Algunos productores aún cuentan con herramientas con más de 50 años de antigüedad, que eran las que se utilizaban para la extracción del aguamiel, así como para la producción del pulque.



En cuanto a la fermentación de la bebida antes lo hacían en barriles de piedra, madera, barro y en el famoso “toro”, piel del animal que se extendía en una estructura de madera en donde se vertía el líquido para su fermentación; “la bota” que es un cuero de borrego, buey o vaca donde se transportaba el aguamiel una vez extraído o bien para transportar el pulque a los lugares de venta. Ambas herramientas se cambiaron por barriles o garrafones de plástico más económicos y con mayor duración de vida.

Imagen no. 12 El “Toro”



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019.

Imagen no. 13 Bota de cuero y acocote



Fuente: Minerva Peralta Escobar, 2019.

También comentan que utilizaban herramientas de metal que eran utilizadas por los tlachiqueros de antes: cucharas, marca personal que es una varilla con la inicial del apellido del tlachiquero, la cual colocaban en cada maguey para identificar como suya la planta.

Imagen no. 14 Sello de fierro para marcar maguey



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019.

Han querido incorporar herramientas tecnológicas como un extractor mecánico, pero comentan que su mantenimiento es costoso. Refieren que la utilización de agroquímicos, fungicidas y otros productos químicos para hacer crecer la planta de maguey, se han incorporado en la producción del maguey, siendo en épocas anteriores todo de manera natural para el crecimiento de la planta.

En la mayoría de los casos, el productor es el único que participa en la producción de la bebida desde la siembra del maguey, hasta la cosecha del aguamiel y posteriormente la fermentación de la bebida, familiares como esposas o hijo(a)s participan en la venta, o en la preparación de los curados u otros productos derivados. Algunas esposas conocen el proceso de producción y saben la técnica de extracción de aguamiel, sin embargo ellas no participan tanto en esta etapa a menos que sea necesario.

Algunos productores comentan que la producción de pulque es su modo de vida y de la cual generan ingresos económicos, por lo que se les ha inculcado a sus hijos(a)s la producción de la bebida, esto con el fin de que la tradición prevalezca, junto con su legado y el amor por el campo.

Identidad

Ellos comentan que producir pulque para ellos significa un modo de mantener a su familia, pero también de mantener la tradición, algunos otros lo ven como un alimento que forma parte de su canasta de alimentos y realzan las propiedades y beneficios que tiene, sin embargo, no dejan de lado su sentido de pertenencia con el territorio por medio de esta actividad. Ya que gran parte de su vida han vivido en el municipio y han visto los cambios que este ha tenido así como han vivido los cambios en la producción de la bebida.

Comentan que seguir produciendo la bebida los hace sentir orgullosos, para ellos es una satisfacción grande mantener la tradición, y ser reconocidos como tlachiqueros o productores dentro del municipio. Consideran que es una tradición



muy mexicana y que se debe mantener. Algunos otros su sentido de pertenencia con la producción es menor, esto debido a que llevan menos tiempo siendo productores, reconocen el valor de mantener viva la tradición del pulque, ya que familiares, como padres, abuelos, tíos fueron consumidores y tal vez productores, sin embargo ellos no estuvieron tan inmersos en la actividad.

Varios productores comentaron que la producción de la bebida es para autoconsumo y venta, ya que aún forma de su dieta alimenticia, algunos otros lo ven más como un medio para generar ingresos, ambos casos reconocen los beneficios y cualidades de la bebida, no solo en el ámbito nutricional si no en el espiritual y en lo cultural, por la historia que tiene el pulque como lo comentan ellos.

Imagen no. 15 Puesto de venta “El hijo Desobediente”



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2022.

En su mayoría solo producen pulque curados y natural, sin embargo, otros se han especializado y han aprendido a producir otros derivados, como pan de pulque, paletas congeladas de pulque, miel de agave, licor de agave entre otros productos.

Los productores consideran que la producción de pulque si le da identidad al municipio, ya que los visibiliza como productores de la bebida además de ser un territorio productor, esto gracias a la Feria del Pulque.

Territorio

Los productores comentaron que existen diferentes variedades de maguey dentro del territorio, reconocen solo 3 tipos como los productores de aguamiel de calidad, estos son: oyoteco, mexicano y verde; estas variedades son las más utilizadas por los productores y las que más siembran.

Consideran que para producir un buen pulque y que tenga una calidad única, se deben de mezclar el aguamiel de las 3 variedades de maguey. Consideran que el maguey oyoteco produce más aguamiel que las otras dos variedades, sin embargo, su dulzura es menor, y en cuando al mexicano y verde estos dos magueyes producen el aguamiel muy dulce, pero en menor cantidad, así es como ellos nivelan la cantidad de líquido con la dulzura del mismo para obtener un muy buen pulque y obtener la calidad deseada como ellos mencionan.

Además los productores consideran que las características del territorio influyen para tener un buen pulque, por ejemplo, la altura y el tipo de tierra, a mayor altura mayor producción de aguamiel y de mejor calidad. Piensan que el clima y otros factores ambientales hacen que el aguamiel tenga ciertas características como la dulzura. Por otro lado, existe un productor, que es quien lleva más tiempo produciendo la bebida, que considera que las fases lunares producen diferentes tipos de pulque, comentó que en primavera se tiene un pulque agrio, en verano amargo, en otoño picoso y el invierno salado o dulce, dependiendo del aguamiel. También considera que cuando el corazón del maguey esta delgado eso le indica que está listo para raspar.

Ruta agroalimentaria

En su mayoría los productores comentaron que la propuesta de una ruta agroalimentaria del pulque, sería una manera de aprovechar la tradición del pulque para mostrar su labor, además de tener una manera diferente de dar a conocer el producto y los atractivos que tiene el municipio. Comentaron que es una buena forma de mantener la tradición del pulque, ya que los pocos visitantes que han



recibido como consumidores de la bebida, les piden mostrarles como es la producción, el cliente pide esa información.

En su totalidad mostraron interés por participar en la ruta, ya que para ellos representaría mayor ingreso económico, atracción de visitantes y una manera de mostrar y compartir sus conocimientos con respecto a la bebida.

Algunos productores comentaron que quieren participar en la ruta con cualquier actividad que se necesite, como guía de turistas, relaciones públicas, comercialización, demostración o alguna otra labor que sea requerida. Sin embargo, al hablar con ellos de manera individual dentro de la entrevista, se notó que no saben trabajar en equipo, quieren participar, pero les cuesta relacionarse con algunos productores que están dentro de la cooperativa, existe mucho individualismo, envidias, y recelo por participar con otros productores.

Los productores no tienen inconveniente de recibir a personas de otros municipios, estados o países, ya que al estar algunos familiarizados con la Feria del Pulque, actividad donde reciben personas de otros estados, hacen que su interés por recibir a personas fuera de su municipio sea mayor. Son personas con gran carismas abiertas a conocer y compartir con otras personas su labor diaria.

Comentaron que no tienen inconveniente en mostrar su trabajo y todo el proceso de producción, sin embargo, recetas propias o individuales de los productos que elaboran preferirían mantenerlas al margen.

Ellos comentaron que, con la implementación de la ruta, las ventas tendrán un aumento aunado a seguir manteniendo la producción viva. En un sentido ellos esperan que con este proyecto sus generen mayor ingreso económico, reciban más gente y comercialicen sus productos.



A continuación, se presenta la Propuesta de la Ruta agroalimentaria del Pulque en Jiquipilco, Estado de México, objetivo principal del proyecto de investigación.

5.3 Propuesta de ruta agroalimentaria del pulque en Jiquipilco Estado de México

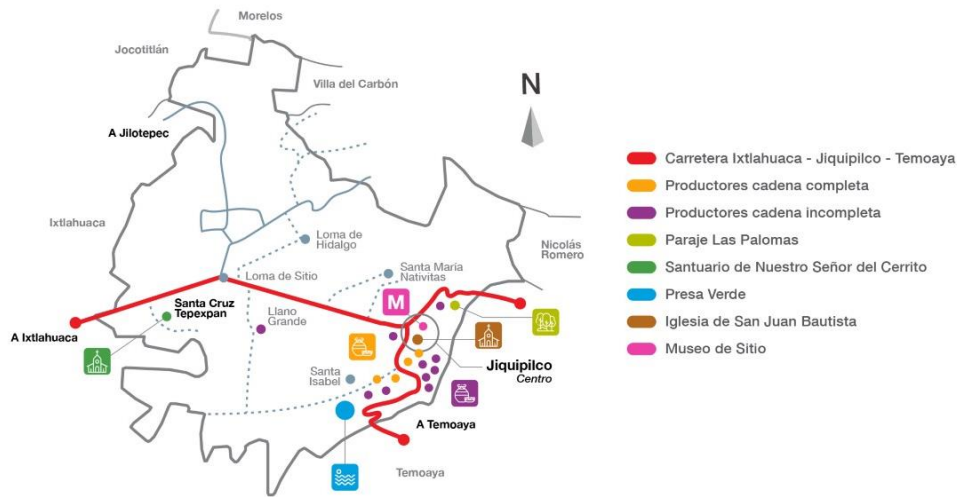
El diseño de la ruta agroalimentaria tiene como fin valorizar el pulque como producto agroalimentario y apoyar en su promoción y comercialización, así como abonar a la diversificación de la oferta turística en el territorio, a través de los socios de la Cooperativa.

Esta ruta agroalimentaria involucra todos los eslabones de la cadena de valor de todo el proceso productivo, desde la siembra hasta la transformación de la bebida; con el fin de ayudar en la conservación del saber hacer, aumento en las ventas directas, ayude en la disminución de las ventas informales y los intermediarios, así como la competencia desleal entre los miembros de la cooperativa, todo esto a partir del aprovechamiento de la bebida por medio de la actividad turística.

Consiste en aprovechar los recursos naturales, culturales, materiales y sociales, con los que cuenta la cooperativa, a partir de la producción del pulque, por lo cual la ruta turística es una opción novedosa y diferente en el territorio, ya que su oferta turística es casi nula. Además de puntualizar los recursos naturales y culturales que se tienen en el municipio, los cuales pueden dar un valor adicional a la ruta.



Imagen no. 16 Ruta agroalimentaria del pulque



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2022. Conclusiones

De acuerdo a los objetivos planteados en el Trabajo Terminal de Grado, y los resultados obtenidos en el mismo a continuación, se presentan las conclusiones.

En el objetivo específico 1, sobre la descripción de la situación socio-productiva, los aspectos históricos, identitarios, comerciales y territoriales de la producción de la bebida, que se presentan tanto en el municipio como en la cooperativa “Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V, se dió cuenta de la importancia que tiene la producción de pulque en el territorio, además de la fuerte identidad que esta bebida da a sus productores.

Por otro lado, este objetivo permitió dividir a los productores en dos rubros: el primero en productores con cadena de producción completa, y productores con cadena de producción incompleta, por lo tanto, no todos los productores están en las mismas condiciones de recibir visitantes, ya que no cuentan con todas las etapas de producción en sus predios, habría que ayudarles a desarrollar las etapas faltantes o buscar sinergias entre los propios productores para complementarse y desarrollar un recorrido con todos los eslabones de producción.

Hace falta el desarrollo de un itinerario de actividades, con el cual los productores puedan trabajar de manera más organizada al momento de dar la explicación del proceso de producción junto con actividades que sean atractivas para el desarrollo del turismo en la zona.

Asimismo, falta desarrollar con ellos una estandarización de la producción de la bebida, ya que a partir del trabajo de campo que se realizó durante las dos ediciones de la Feria del Pulque, y al visitarlos en sus lugares de venta, es evidente que para minimizar costos y les sea más redituable participar en dicho evento, algunos rebajan sus pulques curados con agua o bien no utilizan fruta y la cambian por refrescos o bebidas que tengan sabor de fruta, como el boing de guayaba o mango. Por lo tanto, estos factores hacen que decaiga el producto y su calidad se devalúe, es indispensable trabajar con ellos en crear precios justos, y estandarizar el proceso con el fin de presentar producto de calidad para el disfrute de los visitantes.

En cuanto al desarrollo de una marca colectiva como opción para resaltar sus productos y puedan ingresar al mercado más fácilmente, abriría un mundo de posibilidades para que los derivados, pulques y demás productos que los productores de la asociación elaboran, así como la ruta, tenga una mayor venta y resalten por sobre los demás productores locales. Esto abriría paso a la comercialización justa y les daría mayor visibilidad como asociación.

También se detectó que, en cuanto a las buenas prácticas de manufactura, no cuentan con una estandarización de manejo de alimentos, y lo siguen haciendo de manera empírica, por lo tanto, es de vital importancia crear un manual con estas prácticas para que los socios productores tengan un mejor manejo de los productos y cuiden la inocuidad y la higiene a la hora de prepararlos.

Durante el trabajo de campo se recibió a diversos grupos de estudiantes y personal administrativo de la Universidad de Atlacomulco, así como alumnos del Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales (ICAR) interesados en conocer el proceso



productivo de la bebida, algunos de ellos eran de nacionalidad Hondureña; a quienes se les dio un recorrido por uno de los predios de un productor que cuenta con toda la cadena de producción, este tuvo una duración de 4 horas aproximadamente, donde se explicó todo el proceso productivo de la bebida, en palabras de los propios productores, esto acompañado de una degustación de comida local, pulques curados y aguamiel recién cosechado. Esto nos permitió dar cuenta de la falta de organización que los productores tienen a la hora de recibir gente, se propone trabajar con ellos en el fortalecimiento y desarrollo de habilidades en cuanto a la comunicación verbal y de manejo de grupos.

Esto ha sido uno de sus primeros acercamientos al desarrollo de actividades de recreación por medio de la producción del pulque.

Sin embargo, dentro de las debilidades que presentan los productores como asociación, con base en las entrevistas y lo observado en campo, se denota su falta de compañerismo y de trabajo en equipo.

Este objetivo, también dejó ver que las nuevas generaciones, principalmente hijos de los productores, están integrándose en alguno de los eslabones de la cadena de valor de la producción por lo que está creciendo la participación de los jóvenes en la venta, comercialización y difusión de la bebida, teniendo mayor participación en el rescate de la bebida. Sin embargo, hace falta estudiar la labor que tienen tanto mujeres (esposas) como jóvenes, hoy en día, dentro de esta producción, en cuanto a la división del trabajo y aspectos de género.

Es indispensable abordar un estudio de los gustos, preferencias y percepciones del nuevo y ya consolidado consumidor. Ya que no existe aún estudios que aborden la demanda del consumo del pulque.

Los productores se muestran participativos y con ganas de seguir aprendiendo todo lo que es relacionado con turismo, sin embargo, se requiere de un manual de operaciones que les ayude a incorporarse a este ámbito, además de capacitación



en el área de atención a clientes, primero auxilios, finanzas, comercialización y manejo de redes sociales. También se debe trabajar con ellos el asociativismo, calidad en el servicio, desarrollo de marcas y tal vez en denominaciones de origen.

En cuanto al área turística, se requiere de capacitación en conceptos básicos de turismo, que es una ruta turística y que es lo que la define como tal, ya que, bajo su percepción, ellos consideran una ruta como el solo hecho de mostrar los puntos naturales con los que cuenta el municipio, dejando de lado su labor como productores de pulque.

Para el objetivo dos, sobre la elaboración o construcción de un inventario del patrimonio natural y cultural, con el que cuentan los socios productores de la Cooperativa, este permitió identificar que el municipio de Jiquipilco cuenta con recursos naturales y culturales con potencial turístico, los cuales pueden ser aprovechados por los productores para complementar la ruta.

Por lo que el inventario de atractivos permitió plasmar estos recursos, y dejó ver las condiciones en las que estos se encuentran, por ejemplo, algunos recursos requieren infraestructura vial, para que el acceso al sitio sea más fácil. Durante el trabajo de campo para la identificación de los recursos, dio como resultado que El Santuario de Santa Cruz Tepexpan y la Presa Verde, cuenta ya con afluencia de visitantes. Sin embargo, hace falta estudiar la capacidad de carga de dichos recursos, así como la cantidad de visitantes que se reciben al año, principalmente el Santuario el cual mostró mayor afluencia de visitantes religiosos, esto debido a las festividades que ahí se realizan.

En cuanto a la feria del pulque del municipio, gracias al trabajo de campo realizado y el acompañamiento que se realizó con los productores en 2 de las ediciones de la feria, dejó ver que la bebida se pone a la venta sin considerar el contexto que le da valor, el significado histórico y cultural que posee, sus propiedades alimenticias, el ecosistema que conlleva el cultivo del maguey, las condiciones sociales y



económicas e inclusive a las personas que trabajan en la actividad (Viesca et. al, 2016)

Este evento ha propiciado que exista una transformación en los términos e imágenes asociadas a la producción del pulque, por ejemplo, el nombre de tlachiquero por productor del pulque, por lo que los visitantes carecen del término original cuando compran la bebida en el evento, aunado a esto los consumidores desconocen las técnicas de elaboración del mismo, existiendo un desconocimiento del consumidor acerca del proceso productivo. Por lo que es pertinente estudiar desde el ámbito turístico la Expo-Feria del Pulque, cómo es que esta ha ido transformando esos términos, el tipo de consumidor que asiste, así como medir el interés por conocer el proceso productivo.

El inventario de recursos, dejó ver que el municipio no cuenta con infraestructura turística como hospedaje, seguridad turística, módulo de información y otros servicios básicos que se necesitan para el disfrute de los visitantes, por lo que este punto puede ser de gran aprovechamiento para impulsar a los productores al mundo del turismo, con el desarrollo de productos y servicios turísticos de manera asociativa o individual. Lo cual generaría mayores ingresos.

Este objetivo se alcanzó en gran medida para documentar y dejar por escrito los recursos con potencial turístico, los cuales por su belleza y características particulares enaltecen el municipio, pero también pueden ser incorporados por los productores para complementar la experiencia de la ruta agroalimentaria.

En cuanto al modelo CANVAS, dejó ver que si se puede llevar a la práctica la ruta agroalimentaria, dando una base de operación de negocios, hacia donde va y cómo se visibiliza en un futuro para su implementación, además de lo que se pretende alcanzar, este modelo sirvió para dar cuenta de la viabilidad de la ruta, la cual es alta. Este modelo puede ser un parteaguas para elaborar un plan de negocios, hace



falta elaborar un itinerario de actividades para recorridos dentro de los predios de los productores.

A pesar de las carencias turísticas anteriores pueden fomentar actividades culturales de un día, ya que el municipio si cuenta con establecimientos de alimentos y bebidas, sitios atractivos, hospitales, seguridad pública, tiendas, gasolineras, servicios que todo destino debe de tener para el disfrute de los visitantes y cubrir las necesidades de estos.

La ubicación de Jiquipilco, favorece a los productores y a la implementación de la ruta para la atracción de visitantes, al estar situado a poca distancia de los principales centros urbanos como Toluca, Metepec y Lerma, por lo que estos tres municipios pueden ser el mercado potencial de la ruta del pulque. Un estudio de mercado ayudaría a definir con mayor precisión el mercado meta de la ruta.

Se puede concluir que los productores cuentan con suficientes elementos para poder incorporar la ruta, ya que la cultura pulquera, la identidad local, los elementos históricos y naturales, el patrimonio material e inmaterial que gira en torno a la producción del pulque, los recursos humanos junto con el saber- hacer de los actores, forman parte indispensable para el funcionamiento de una ruta turística, y con los cuales ellos cuentan.

Este trabajo terminal de grado aportara al turismo del municipio de Jiquipilco y a sus productores locales una alternativa de aprovechamiento paralela a su producción agrícola. La ruta agroalimentaria es una propuesta de producto turístico desarrollado a partir y para la gente local, principalmente los productores locales. Se aposto por un tipo de turismo consiente, amable con el ambiente, sin masificación a partir de las características del territorio, por lo que este producto turístico sienta un parte aguas para el desarrollo de otros a través de un turismo rural, tipología que puede ser empleada para el desarrollo local.



La ruta, sienta una base del potencial que tiene la producción de pulque en el municipio, ya que, al contar con un arraigo territorial, historia, gente con producción a pequeña escala, herramientas, saber-hacer endógeno en las formas de producción y al ser un modo de vida de la gente local, tiene altas posibilidades de ser reconocido como un territorio pulquero en el Estado a través de esta actividad. La investigación también dio cuenta de la viabilidad que esta ruta podría tener para los productores, por lo que se asume que esta propuesta tendría grandes posibilidades de éxito por su posición en el mapa, al estar cerca de grandes urbes y tener diferentes accesos para llegar al municipio.

Esta investigación deja un precedente de los tipos de productos turísticos que se podrían desarrollar en municipio y porque no pensar también, en el Estado, ya que el turismo agroalimentario y rural aún no se ha visto desarrollado en estos niveles de gobierno y principalmente aquí en el Estado de México, no se ha apostado por él, lo que permite una oportunidad de diferenciación con otros territorios, y una oportunidad para los productores locales de ingresar al turismo por medio de este tipo de turismo.



Bibliografía

- Barrera, E. (2006). *Rutas alimentarias una estrategia cultural para el desarrollo rural mexicano*. Cuaderno, CONACULTA, Patrimonio Cultural y Turismo, México. Recuperado el 14 de marzo de 2019
- Barrera, E. (julio-septiembre de 2009). *Revista Universidad de Sonora*. Recuperado el 22 de julio de 2019, de <http://www.revistauniversidad.uson.mx/>
- Barrera, E. (2012). 7° Curso internacional de "Rutas Alimentarias y Turismo del Vino". *Las Rutas Alimentarias: Fundamentos, Estrategias políticas y Análisis de casos* (págs. 4-46). Buenos Aires: Facultad de Agronomía Universidad de Buenos Aires .
- Barrera, E. (2013). Rutas alimentarias una estrategia de desarrollo turístico inclusivo fundada en alimentos con identidad. En H. M. González, *Turismo rural y en áreas protegidas* (págs. 83-98). España: Síntesis. Recuperado el 15 de enero de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=656430>
- Barrera, E., & Bringas, A. O. (enero-junio de 2009). La ruta de la sal prehispánica de Zapotitlán Salinas, una estrategia de desarrollo comunitario basada en los alimentos con identidad local",. *Cultura, Tecnología y Patrimonio*, 4(7), 33-48. Recuperado el 10 de diciembre de 2019, de <https://cupdf.com/document/la-ruta-de-la-sal-prehispanica-de-zapotitlan-salinas-una-.html?page=16>



- Blanco, M., & Rivero, H. (2010). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. En D. R. (coord), *Desarrollo de los agro negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe: conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica*. San José, Costa Rica.
- Blanco, M., & Riveros, H. (2004). *Las rutas alimentarias, una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba (Costa Rica)*. Ponencia, Congreso Agroindustria Rural y Territorio , Toluca, México.
- Blas, Y. S. (2015). *Propuesta de producción y aprovechamiento integral del maguey pulquero el Jiquipilco, México*. Tesis, Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, México.
- Blas, Y. S., Ortiz, T. H., Vizcarra, B. I., & Espinoza, O. A. (2019). Venta informal de pulque como estrategia de reproducción social. Evidencias del centro de México. *Geografía Agrícola*(62), 49-67. Recuperado el 25 de marzo de 2020, de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/105956>
- Boucher, F., & Reyes, G. J. (2013). *Guía Metodológica para la Activación Territorial con enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados*. IICA, CIRAD, México. Recuperado el 6 de febrero de 2020, de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/2632/BVE17038711e.pdf:usg=AOwaw28tar-08bPA11ZSTeIDcVg;jsessionid=0C42F88554C053B47AF7221753B3EB0E?sequence=1>
- Cúlhuac, H. E. (Julio de 2013). *Análisis de la cadena productiva del pulque del Estado de Mexico y Tlaxcala*. Toluca.
- De Jesús, C., Thomé, O. H., Espinoza, O. A., & Vizcarra, B. I. (julio de 2017). Una perspectiva recreativa de los alimentos emblemáticos desde la geografía del gusto. *Estudios y perspectivas del turismo*, 26(3). Recuperado el 12 de noviembre de 2019, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000300003
- Erlwein, S., Tapia, J. R., & Pegueros, A. V. (2013). El Proceso de elaboración del pulque, su importancia económica y concepción social en Apan, Hidalgo. *Ejercicios etnográficos, aprendiendo a investigar*, 59-103.



- Esquivel, G. R. (2018). *Aplicación del modelo CANVAS en el diseño de un plan de negocio para establecer una granja avícola en San Jose del Rincon, Estado de México*. tesis , Universidad Autónoma del Estado de México , Toluca .
- Fernández, G. Y. (2018). *Revalorización del pulque: Análisis del caso grupo de trabajo Xochicuahuil*. Tesis, Universidad Autónoma de Chapingo , Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura mundial, México. Recuperado el 14 de marzo de 2020, de http://repositorio.chapingo.edu.mx:8080/bitstream/handle/20.500.12098/341/meagr-fgyw_18.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fusté, F. F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Scielo Uruguay*, 24(1), 4-16. Recuperado el 25 de enero de 2020, de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S0797-36912016000100001&script=sci_arttext
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (Julio-Diciembre de 2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359.
- Gobierno del Estado de México. (2004). *Plan municipal de desarrollo urbano de Jiquipilco, Estado de México*. Gobierno del Estado de México, Secretaria de Desarrollo Urbano y Metropolitano. Recuperado el 1 de junio de 2019, de http://seduv.edomexico.gob.mx/planes_municipales/jiquipilco/DOCTO%20JIQUIPI LCO%202003.pdf
- González, Á. M. (2011). Propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agro-culturales. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 9(1), 129-145. Recuperado el 21 de 11 de 2019, de http://www.pasosonline.org/Publicados/9111/PS0111_11.pdf
- H.Ayuntamiento de Jiquipilco. (2016). *Gobierno municipal de Jiquipilco*. Recuperado el 1 de mayo de 2019, de <http://www.jiquipilco.gob.mx/des-municipal/plan-de-desarrollo-2019-2021.pdf>
- H.Ayuntamiento de Jiquipilco. (2019). *Plan de desarrollo municipal 2019-2021*. H. Ayuntamiento de Jiquipilco, Gobierno Municipal. Recuperado el 1 de mayo de 2019, de <http://www.jiquipilco.gob.mx/des-municipal/plan-de-desarrollo-2019-2021.pdf>

- Hernández Navarrete, R. (2019). *Monografía municipal de Jiquipilco*. H. Ayuntamiento de Jiquipilco, Casa de Cultura de Jiquipilco, México.
- Hernández, B. R. (23 de noviembre de 2015). *El pulque como elemento gastronómico del Centro Histórico de la Ciudad de México*. Recuperado el 05 de junio de 2019, de <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/25562/Hern%C3%A1ndez%20Bravo%20Rodrigo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, E. C. (Julio de 2013). *Análisis de la cadena productiva del pulque del Estado de México y Tlaxcala*. Tesis, Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, Toluca.
- Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización de Cataluña. *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, 14(5), 1187-1198.
- Jeambey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo Local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1187-1198. Recuperado el 14 de octubre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88147717009.pdf>
- Jlménez, C. V., & Comet, W. C. (diciembre de 2016). Los estudios de casos como enfoque metodológico. *ACADEMO Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2), 1-11.
- Kieffe, M. (enero-junio de 2018). Conceptos claves para el estudio del Turismo Rural Comunitario. *El periplo sustentable* (34). Recuperado el 2020 de enero de 01, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362018000100008&script=sci_arttext
- López Gázman, T. J., & Sánchez Cañizares, S. M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(2), 159-171.
- López, I. J. (2009). *Turismos gastronómico: una herramienta para la revalorización del patrimonio cultural*. Documento de conferencia, Argentina. Recuperado el 14 de marzo de 2020, de https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/ufind/Record/CICBA_8f655090d16f0848db7aa1b90b08f8c1

- López, P. F. (2008). Capítulo 1. Delimitación conceptual y tipologías del turismo rural. En J. I. Fernández, *El turismo rural* (págs. 21-50). Madrid: Síntesis.
- Marianelli, R. (2013). *Rutas Alimentarias: Definiciones, experiencias y*. Tesis, Universidad Nacional de La Plata, Repositorio institucional , La plata. Recuperado el 27 de octubre de 2019, de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62667/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mediano, S. L., & Vicente, M. A. (2002). Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing. *Boletín económico del ICE*(2741), 25-36. Recuperado el 16 de enero de 2020, de https://www.researchgate.net/profile/Maria-Vicente-Molina/publication/28120928_Analisis_del_concepto_de_turismo_rural_e_implicaciones_de_marketing/links/09e4150b8a03a8fa2d000000/Analisis-del-concepto-de-turismo-rural-e-implicaciones-de-marketing.pdf
- México Desconocido. (28 de junio de 2010). *México Desconocido*. Recuperado el 15 de Febrero de 2019, de <https://www.mexicodesconocido.com.mx/el-pulque-la-bebida-de-los-dioses-hidalgo.html>
- MINCETUR. (2012). *Manual para la formulación del inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo . Perú: Helmen Perú. Recuperado el 10 de diciembre de 2019, de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Formulacion-InventarioRecursosTuristicos-NivelNacional.pdf>
- Narvárez, S. A., Martínez, S. T., & Velázquez, J. (Enero-Junio de 2016). El cultivo de maguey pulquero: opción para el desarrollo de comunidades rurales del altiplano mexicano. *Revista de Geografía Agrícola*(56), 33-44. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75749287005>
- Olvera, T. A. (2012). *El pulque, una bebida tradicional en peligro de extinción*. Reportaje , Universidad Nacional Autónoma de México .
- OMT (1994). Organización Mundial del Turismo, National and regional tourism planning, España.
- Osorio García, M. (eneor-junio de 2006). La planificación Turística. Enfoques y modelos. *Quivera*, 8(1), 291-314.



- Osorio, G. R. (2021). *Comunidades hñähñü y ñujhu: Transformaciones en los imaginarios intersubjetivos comunales a raíz de la imposición de imaginarios instituidos coloniales, en el marco del turismo rural y las nuevas ruralidades*. Tesis de grado, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Osorio, G. R., Serrano, B. R., & Echevería, O. (Enero-Junio de 2016). Metodología para diseño de ruta alimentaria en Zacazonapan, México; desde un enfoque de turismo rural. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 4-25. Recuperado el 05 de enero de 2019, de <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/69/39>
- Otzen, T., & Carlos, M. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Scielo*, 1(35), 227-232. Recuperado el 12 de Junio de 2020, de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Perez, E., Farah, M. A., & Grammont, H. (Marzo de 2008). *La nueva ruralidad en América latina avances teóricos y evidencias empíricas* (1ra ed.). Bogotá, Colombia: Pontificia Saveriana.
- Pérez, S. F. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía colombiana*, 28(3), 507-513. Recuperado el 20 de febrero de 2019, de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/14688/37532>
- Pescador, P. L. (2012). *Propuesta de una ruta agroalimentaria del queso en el municipio de Aculco, Estado de México*. Tesis, Universidad Autónoma del Estado de México , Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, México.
- Ramírez, C. E. (2015). Las rutas agroalimentarias como estrategias de desarrollo e inclusión en el territorio: el caso de pan de Arroz de Restrepo, Meta. *Ciencias Agrícolas*. Recuperado el 05 de noviembre de 2018, de http://investigacion.bogota.unal.edu.co/fileadmin/recursos/direcciones/investigacion_bogota/documentos/enid/2015/memorias2015/ciencias_agricolas/las_rutas_agroalimentarias_como_estrategias_.pdf
- Ramírez, C. E. (2015). *Las rutas agroalimentarias como estrategias de desarrollo e inclusión en el territorio: el caso de Arroz de Restrepo, Meta*. Universidad Nacional de Colombia, Investigación de Colombia Ciencias Agrícolas, Colombia. Recuperado el 08 de junio de 2019, de

http://investigacion.bogota.unal.edu.co/fileadmin/recursos/direcciones/investigacion_bogota/documentos/enid/2015/memorias2015/ciencias_agricolas/las_rutas_agroalimentarias_como_estrategias_.pdf

Renard Hubert, M.-C., & Thomé Ortiz, H. (2010). La ruta de la sal prehispánica. Patrimonio alimentario, cultural y turismo rural en Zapotitlán de las salinas, Puebla, México. En E. A. Economist (Ed.).

Rodríguez, R., Macías, S. E., Silva, D., & Vargas, L. A. (Octubre de 2014). El pulque: bebida e identidad. *Revista de cultura Científica*(111-112), 66-69. Obtenido de <http://www.revistaciencias.unam.mx/es/161-revistas/revista-ciencias-111-112/1423-el-pulque-bebida-e-identidad.html>

Rojas, R. E., Viesca, G. C., Espeitx, B. E., & Quintero, S. B. (2016). El maguey, el pulque y las pulquerías de Toluca, Estado de México, ¿patrimonio gastronómico turístico? *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(5), 1199-1215. Recuperado el 16 de enero de 2020, de http://www.pasosonline.org/Publicados/14516/PS516_10.pdf

Sánchez, B. E. (2014). *La imagen territorial como estrategia de desarrollo. Intermediaciones entre la producción y el consumo en el turismo agroalimentario*. Tesis, Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, Toluca.

Sariego López, I. (2015). Las rutas del Pisco como elementos turísticos representativos de la cultura peruana. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1, 167-192,.

Sariego, L. I. (2015). Las rutas del Pisco como elementos turísticos representativos de la cultura peruana. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1, 167-192.

SENA. (2019). *Diseño de Rutas turísticas*. Colombia: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Recuperado el 08 de diciembre de 2019, de https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas

Sosa, S. M., & Salido, A. P. (2013). La conformación de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo turístico rural para el municipio de Ures, Sonora, México. *Scielo Estudios Sociales*, 21(42), 151-174.



- Thome Ortiz, H., Vizcarra Bordi, I., Chávez Mejía, C., & Herrera Tapia, F. (2015). Turismo agroalimentario en el Estado de México nuevos escenarios de investigación acción en el medio rural. En *Procesos Sociales en el Medio Rural. Acercamientos Teóricos y experiencias de investigación* (Primera ed., pág. 351). México.
- Thomé, O. H. (mayo-agosto de 2008). Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 15(47), 237-261.
- Torres, F. T. (2013). *Diseño de ruta agroalimentaria del maguey como estrategia de los productores de San Martín de las Pirámides, Tehotihuacan y Tecamac del sector II de Zumpango, México*. Tesis, Universidad Autónoma del Estado de México , Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales .
- Torres, F. T. (2013). *Diseño de una ruta agroalimentaria del maguey como estrategia de los productores de San Marín de las Pirámides, Tehotihuacan y Tecámacedel sectos II de Zumpango, México*. Universidad Autónoma del Estado de México. Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales. Recuperado el 20 de enero de 2019, de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/14314>
- Trejo, L. (28 de agosto de 2017). *De dioses a Hipsters: El resurgimiento del pulque, una moda de antigua tradición*. Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Ecología, México. Recuperado el 18 de mayo de 2019, de <http://web.ecologia.unam.mx/oikos3.0/index.php/quienes-somos/sobre-la-revista>
- UAEM. (2021). *XX Concurso del Universitario emprendedor*. Universidad Autónoma del Estado de México , Toluca.
- Viesca Gonzalez, F. C., Quintero Salazar, B., & Barrera García, V. D. (2015). *El pulque en Jiquipilco, Estado de México: su producción, comercialización y consumo*. Universidad Autónoma del Estado de México, Repositorio Institucional. Recuperado el 08 de junio de 2019, de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/32446>
- Viesca, G. F., Quintero, S. B., & Barrera, G. D. (Abril de 2016). *Repositorio Institucional*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de México: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/49516>

Villavicencio, G. M. (2016). *Desarrollo de estrategias comerciales de productos alimenticios y artesanales del maguey pulquero en el municipio de Jiquipilco, Estado de México*. Tesis, Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales , México.

Yagoda, M. (2010 de octubre de 2017). Todo lo que debes saber del pulque, el delicioso primo del tequila. *Food and wine, en español*. Recuperado el 18 de mayo de 2019, de <https://foodandwineespanol.com/lo-debes-saber-del-pulque/>

Zambrano, M. J., Zambrano, B. R., Mieles, C. D., & Castelo, G. J. (diciembre de 2017). Las haciendas agro-turísticas como medio de desarrollo del turismo en el Cantón Milagro, Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, 10(25), 103-110. Recuperado el 16 de enero de 2022, de <https://pdfs.semanticscholar.org/db03/bec459d4a8aa9543b3251c577a7b75148078.pdf>



ANEXOS

Anexo no. 1 Guion de entrevista

Anexo no.2 Cédula de identificación de recursos turísticos



Universidad Autónoma del Estado de México

Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales

Maestría en Agroindustria Rural Desarrollo Territorial y Turismo
Agroalimentario



Guía de entrevista semiestructurada para los productores de la Asociación de Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V de Jiquipilco, Estado de México.

Aviso de privacidad los datos recolectados serán utilizados únicamente con fines académicos.

Entrevista no. _____

Edad: _____

Sexo: *F* *M*

Oficio o profesión: _____

Escolaridad: _____

Objetivo: Conocer la situación actual de los productores a pequeña escala de maguey pulquero y derivados, respecto a la producción, comercialización y conocimientos tradicionales del pulque de la Asociación de Productores de aguamiel y sus derivados del Agave Salmiana”, Sociedad Cooperativa de R.L. de C.V de Jiquipilco, Estado de México.

Historia de la producción

- ¿Desde hace cuánto tiempo usted es miembro de la asociación? ¿Le ha traído beneficios el pertenecer a la asociación?



- ¿Hace cuánto produce pulque? ¿Quién le enseñó? ¿En qué momento de su vida empezó a producir la bebida? ¿Cuál fue el motivo por el cual empezó a producir?
- ¿Cómo era el proceso antes? ¿Cómo es ahora? ¿Qué cambio? ¿Qué ha incorporado o eliminado?
- ¿De su familia quien participa con usted en el proceso de elaboración de la bebida, desde la siembra del maguey, la transformación y su venta?

Identidad

- ¿Para usted que significa producir pulque? ¿Qué es lo que lo motiva para seguir produciéndolo? ¿Encuentra satisfacción en esta actividad?
- Aparte de la producción de pulque, ¿qué otro uso le da al aguamiel y al pulque? ¿De qué tipo? ¿Cuánto tiempo se lleva en producirlo? ¿es para autoconsumo o venta?



- ¿Cree usted que el pulque le ha dado identidad al municipio?

Territorio

- ¿Qué variedades de maguey se pueden encontrar en la zona y cuales utiliza usted para producir la bebida? ¿Cómo usted identifica que un maguey produce buen aguamiel y cual no? ¿podría mencionar que tipo de pulques existen y cuales usted produce?

- ¿Piensa usted que el clima, la altura del territorio u otros factores ambientales influyen en la producción de aguamiel? ¿Cree usted que la hora de cosecha del aguamiel, la manera de sembrar el maguey, las fases lunares influyen para tener un pulque de buena calidad? ¿Qué métodos usted utiliza para producirlo?

- Además de la materia prima que es el maguey, que otros productos del territorio usted utiliza para producir la bebida, por ejemplo, frutas locales, plantas entre otros



- ¿Qué piensa usted que tiene el pulque de Jiquipilco en comparación con otros lugares de producción como Temoaya u otro municipio?

Ruta

- ¿Cree usted que otra manera de aprovechar la tradición de producir pulque sería con la incorporación de una ruta turística? ¿por qué? ¿Le interesaría participar?
- ¿Qué piensa usted al respecto? ¿De qué manera a usted de gustaría participar en la ruta? ¿En qué le beneficiaría a usted el participar dentro de la ruta del pulque?
- ¿Usted cuenta con algunas ideas que se puedan implementar en la ruta? ¿cuáles serían? ¿Qué le gustaría mostrar de su trabajo y que no?
- ¿Está de acuerdo con recibir personas de otros municipios, estados y tal vez otras partes del mundo? ¿Qué piensan al respecto?
- ¿Cree usted que, con la implementación de la ruta turística del pulque, las ventas aumenten?

Gracias por su atención





Ficha de recopilación de datos para información de inventario de recursos turísticos

Ficha no. _____

Nombre del recurso turístico: _____

Ubicación: _____

Categoría: _____ Tipo: _____ Subtipo: _____

Descripción: (*Datos sobresalientes que detallan las características del recurso)

Particularidades y/o reconocimiento: (*Particularidades del recurso que lo diferencian de otros)

Estado actual: (Estado de conservación en el que se encuentra el recurso)

ACCESO HACIA EL RECURSO (Considerando como referencia la capital de la provincia)

Terrestre: A caballo A pie Automóvil particular Autobús público
Bus Turístico Camioneta de doble tracción Combi
Ferrocarril Moto taxi Taxi Otro: _____

TIPO DE INGRESOLibre Previa presentación del boleto o ticket Semi restringido (previo permiso)

Otro: _____

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSOTodo el año Esporádicamente- algunos meses _____*Especificar*Fines de semana _____
*Especificar*Feriados _____
*Especificar***HORARIO DE VISITA****ESPECIFICACIONES:****ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO**

Naturaleza	<input type="checkbox"/>	Folclore	<input type="checkbox"/>
Observación de aves	<input type="checkbox"/>	Actividades religiosas y/o patronales	<input type="checkbox"/>
Observación de fauna	<input type="checkbox"/>	Ferias	<input type="checkbox"/>
Observación de flora	<input type="checkbox"/>	Degustación de platos típicos	<input type="checkbox"/>
		Rituales místicos	<input type="checkbox"/>
Deportes/aventura	<input type="checkbox"/>	Paseos	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	En bote	<input type="checkbox"/>
Caminata	<input type="checkbox"/>	En caballo	<input type="checkbox"/>
Caza	<input type="checkbox"/>	En carruaje	<input type="checkbox"/>
Ciclismo	<input type="checkbox"/>	En lancha o canoa	<input type="checkbox"/>
Camping		Excursiones	
Escalada en roca		Otro: _____	<input type="checkbox"/>
Otro: _____		Otros	<input type="checkbox"/>
		Actividades culturales	<input type="checkbox"/>
		Actividades sociales	<input type="checkbox"/>
		Compras de artesanías	<input type="checkbox"/>
		Estudios e investigación	<input type="checkbox"/>
		Realización de eventos	
		Toma de fotografías y filmaciones	

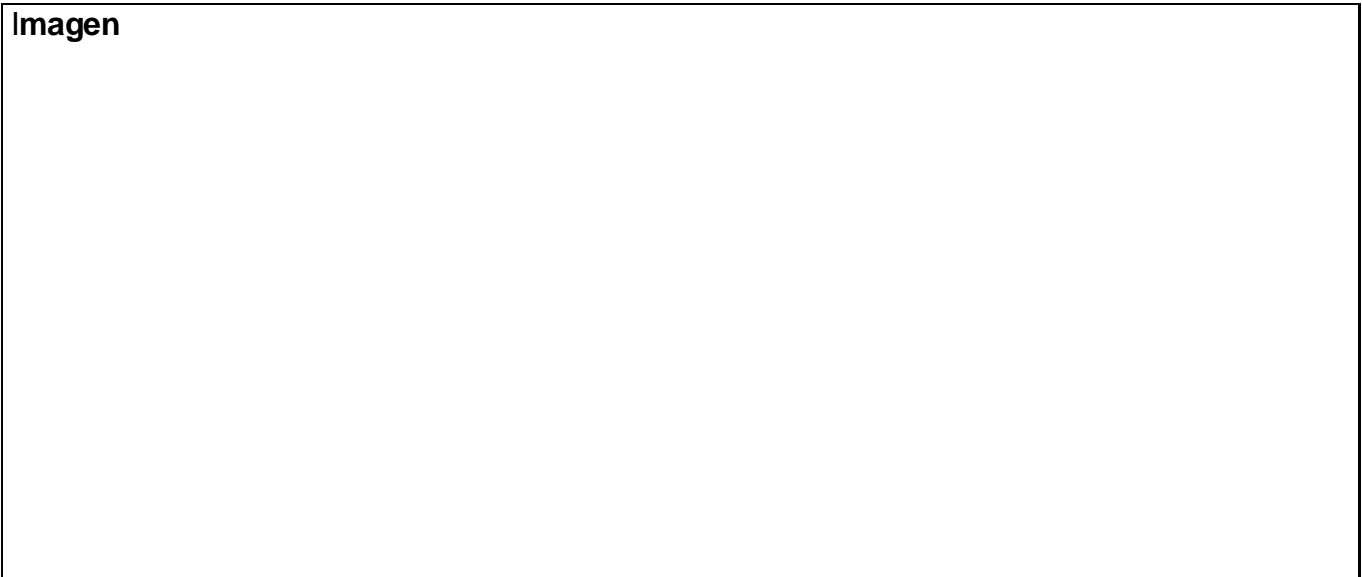
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO (marcas únicamente los servicios que funcionan)

Alojamiento	Alimentación
Hoteles	Restaurantes
Albergues	Snacks
Casas de Hospedajes	Bares
Resorts	Fuente de soda
Hostales	Cafeterías
Eco-lodges	Venta de comida rápida
Otra: _____	Quioscos de venta de comida y/o bebidas
	Otra: _____

DATOS COMPLEMENTARIOS

Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:

Imagen



Persona encargada del llenado de la ficha:

Inventario del patrimonio natural y cultural con los que cuenta la cooperativa

A partir de las visitas de campo, de los recorridos que los productores me mostraron, se identificaron algunos recursos que tienen potencial turístico para ser aprovechados por los productores y que pueden tener un sitio dentro de la ruta como opción turística. A partir de ello se levantaron fichas de identificación de recursos tanto naturales como culturales. Estos recursos los propios productores recomiendan visitar y creen que pueden ser de interés para los visitantes, ellos están interesados en mostrarlos como lo dejaron ver en las entrevistas y pláticas con ellos.

A continuación, se presentan los sitios identificados con potencial turístico, los cuales se dividen en sitios naturales y manifestaciones culturales, que a su vez se subdividen en otras categorías como arquitectura y espacios urbanos, así como museos y otros, ferias y mercados.

Los primeros en presentarse en el escrito son los sitios naturales que son los que se muestran a continuación.

Sitios naturales

Dentro del municipio se han identificado dos sitios naturales, con potencial turístico que pueden ser aprovechados por la cooperativa y que pueden formar parte de la ruta.

“Paraje las palomitas

Ubicado en la zona alta de Jiquipilco en manzana 5ta, el acceso a este sitio es fácil, ya que los caminos están en buen estado y solo se tiene que seguir la carretera que conecta con el municipio de Isidro Fabela, no se cuenta con señalamientos que indiquen el paraje, al llegar al punto donde se encuentra este sitio natural, se puede apreciar los sembradíos de agave.

Este lugar se encuentra a una altura de alrededor de 3000m sobre el nivel del mar, es un paisaje agavero único conformado por vegetación endógena del territorio, se encuentra rodeado de la zona boscosa del monte de Jiquipilco, y en él se encuentran maguey criollo de la región, además se tiene una vista panorámica del municipio, por lo que este espacio resulta atractivo y tiene

potencial para ser aprovechado turísticamente. Algunas otras actividades que se podrían aprovechar dentro de este punto podrían ser la recolección de hongos y la recolección de hierbas medicinales, observación de aves, flora y fauna del territorio.

Es un sitio que no ha sido tocado por el hombre para construcción, toda la flora ha crecido de manera natural; el sitio conforma un conjunto de predios ejidales, por lo que se requiere se previó permiso para poder llevar a determinado número de personas.

En esta misma zona se encuentra uno de los productores que cuenta con toda la cadena de producción, por lo cual resulta atractivo visitar al productor y a la vez poder disfrutar del paisaje ofrece, este sitio es un punto a referenciar dentro de la ruta.

A este lugar se llega en un tiempo aproximado de 15 minutos partiendo de la cabecera municipal del municipio, se puede llegar en transporte público o particular. El recorrido del sitio es a pie, ya que la calle principal es terracería, al inicio del recurso se encuentran algunas casas de propiedad privada y metros adelante empieza el recurso natural. Se recomienda la vista del lugar en cualquier época del año.

Uno de los socios productores tiene un predio en este sitio por lo cual el acceso a el más fácil.

Imagen no. 18 y 19 Paraje las Palomitas



Elaboración: Minerva Peralta Escobar,
2019

Imagen no. 20 Productor en el paraje palomitas



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019

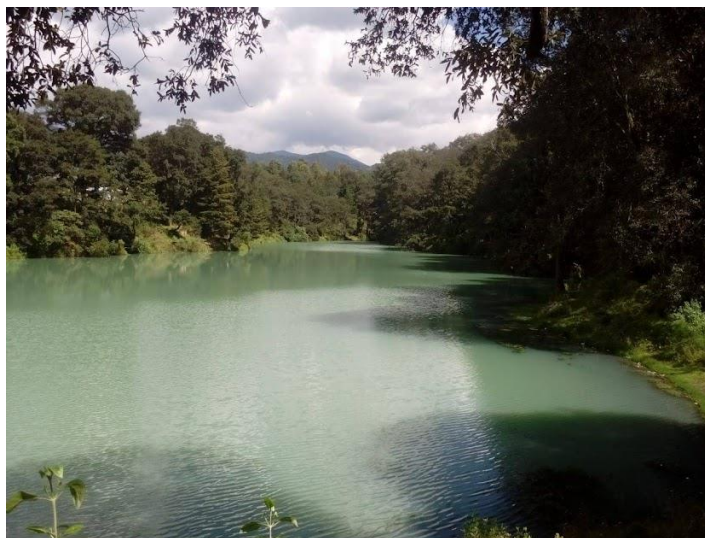
“Presa verde”

Esta presa contiene agua proveniente de un manantial de la zona. Se ubica cerca de uno de uno de los predios de los productores, sin embargo, el acceso al lugar, es complicado ya que carece de señalamientos que especifiquen como llegar al sitio. Esto porque es un lugar que se aprovecha únicamente por las personas locales, siendo los fines de semana los días en que la gente acude al lugar a disfrutar de la presa.

La afluencia de visitantes es poca por lo que el lugar es considerado casi virgen, se tiene alrededor una tienda local y un sitio junto a la presa de un vendedor de servicios de comida y bebida, siendo este el único que ofrece el servicio en el lugar, a pesar de estas limitantes presenta potencial para ser incluido dentro de la ruta. Este sitio natural, tiene un color único ya que el agua al ser de un manantial de la zona, y al estar estancada, el color de agua se vuelve de un verde particular, además está rodeado de zona boscosa y de flora y fauna característicos del lugar. Algunas de las actividades que se podrían realizar, sería senderismo, apreciación de aves entre otras actividades.

El acceso al recurso es libre, se recomienda visitarlo solo en los meses en que se encuentra llena la presa, que son diciembre- febrero, junio-agosto, los demás meses permanece al 50% de su capacidad.

Imagen no. 21 Presa Verde Jiquipilco



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019

Manifestaciones culturales

Arquitectura y espacios urbanos

El Municipio de Jiquipilco cuenta con bastos recursos naturales y culturales con potencial turístico, que pueden ser aprovechados por la gente local para fomentar actividades de recreación en el territorio. Cuenta con 10 bienes inmuebles catalogados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), entre los que se destacan 3 antiguas haciendas pulqueras que forman parte del legado cultural pulquero de la zona (Gobierno del Estado de México, 2004).

Iglesia de San Juan Bautista

Dos de los sitios que forman parte del catálogo del INAH y que resultan atractivos por su gran valor cultural e histórico son, la iglesia de San Juan Bautista construida a mediados del siglo XVIII, esta se encuentra ubicada en el centro del municipio junto al palacio de gobierno, la cual está rodeada de construcciones antiguas como los portales. En una de las visitas se pudo observar que la iglesia de San Juan Bautista aún se encuentra en buenas condiciones, y sigue

fungiendo como iglesia principal de pueblo, cuenta con una placa donde da veracidad de su antigüedad. Este bien inmueble puede ser un atractivo turístico dentro de la ruta, ya que sus condiciones y su ubicación al estar en la cabecera municipal, hacen ideal este punto para que los turistas puedan conocer un poco más de la historia del municipio.

Imagen no. 22 Iglesia de San Juan Bautista



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019

Santuario del Señor del Cerrito

Y como segundo punto esta, la Capilla de Santa Cruz Tepexpan ubicada en la punta del cerro de Santa Cruz, localidad ubicada a 15 minutos de la cabecera municipal, también es conocida como el Santuario del Señor del Cerrito. Este bien inmueble es considerado por los grupos indígenas Mazahuas del municipio y de -*municipios aledaños, como el "Monte Sagrado de los Mazahuas", es una de las -construcciones religiosas más antiguas del territorio data del siglo VXIII este lugar es uno de los sitios que identifican al municipio por su gran valor histórico y cultural (Gobierno del Estado de México, 2004).

Para llegar a él, no existe señalamientos que indiquen el camino, la manera de subir hasta el santuario es caminando. En el templo no existen cédulas de información turística, que indiquen información del lugar y den conocimiento de la construcción, algunas partes del santuario ya son construcciones de cemento, sin embargo, en su mayoría mantiene la construcción original.

En cuanto a seguridad pública, no existe ningún área especial para seguridad, ni policías que ayuden a vigilar el sitio.

Existe venta de alimentos y bebidas por parte de la comunidad local, quesadillas,

tacos, gorditas, y caldos de pollo, además de dulces, agua, refrescos y botana en general. El sitio se encuentra muy bien conservado sin embargo hace falta delimitar bien los senderos por donde se puede caminar, así como restaurar algunos sitios que se encuentran en abandono. La vista desde el lugar es invaluable ya que se puede ver todo el municipio y parte de los municipios aledaños.

Imagen no. 23 Santuario de nuestro señor del Cerrito



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019

Imagen no. 24 Vista desde el Santuario Señor del Cerrito



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019

Ferias y Mercados

Feria del pulque

En el municipio la oferta de actividades hacia el visitante es muy limitada, únicamente cuenta con la Feria gastronómica del Pulque, que el ayuntamiento local junto con los productores locales, lleva a cabo año con año desde el 2008, y recibe una gran cantidad de visitantes durante los días que se establece.

Durante la Feria del pulque, se reúnen los principales tlachiqueros de la región venden pulque natural, curados de frutas y de semillas siendo estas bebidas el principal atractivo de dicha actividad cultural y por la cual los visitantes acuden al evento. Además, se presentan platillos típicos del municipio como las chisas, unos gusanos que habitan el tronco del ocote; mixiotes, barbacoa, asado de borrego y mole con guajolote entre otros. Aunado a esto se realizan actividades culturales y artísticas, como la coronación a la Reyna Mayahuel señorita elegida del municipio, carros alegóricos en representación al pulque, así como presentaciones de música y danza.

Además, hay presentaciones de grupos del momento, en el teatro del pueblo, así como actividades artísticas relacionadas con el país invitado, el cual año con año cambia, los países invitados a anteriores ferias han sido Colombia, Argentina, Costa Rica, Cuba, Perú entre otros.

Para el año 2022, el costo del litro de pulque fue aproximadamente es de 30 pesos el natural, 60 pesos el curado de frutas y 80 pesos el curado de semillas, durante los días de la feria, no ha cambiado el precio del litro en ediciones anteriores.

La duración del evento es de aproximadamente diez días por lo cual gente de municipios aledaños y de estados vecinos acuden a la feria para degustar los curados y la gastronomía típica del lugar. Este evento por lo regular se lleva a cabo en el centro del municipio, cabecera municipal y calles aledañas a la presidencia municipal, la feria de juegos gastronómicos se establece en calles aledañas, y el pasillo dedicado para los productores de pulque es la ubicada a un costado de la Iglesia de San Juan Bautista a unos pasos de la presidencia municipal.

Durante la feria los productores decoran su stand o espacio designado de acuerdo a lo que ellos les parece adecuado, con cuadros, herramientas y cosas típicas del pueblo y del país. La mayoría del stand tienen el nombre del tinal de cada uno de los productores, ellos a esta espacio lo nombran como “tinacal”.

Imagen no. 25 Estante de productores en la Feria del Pulque



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019

Es por eso que año con año los productores de aguamiel de la asociación luchan por conseguir un lugar en el evento para vender sus productos durante la feria ya que la ganancia es mucho mayor en estos días por los precios de venta que se establecen por ser un evento cultural, y su beneficio es más alto que el resto del año.

Museos y otros

Museo Tilicueztzpallin

El municipio cuenta con un pequeño museo se sitio establecido en el Centro Cultural “Sor Juana Inés de la Cruz”, ubicado en la cabecera municipal de Jiquipilco. Ese museo está dedicado a la cultura otomí y se presentan algunas piezas de índole prehispánico encontradas en el territorio, como utensilios y vestimenta que las personas de la comunidad indígena utilizan en su día a día. También tiene una pequeña vitrina con monedas antiguas.

El museo es gratuito y está abierto en el horario en el que opera el centro cultural de 9am a 6pm de la tarde, las cédulas de información, de cada una de las piezas tiene muy poca información. El museo es pequeño y no existe nada que indique que se encuentra este espacio cultural dentro de las instalaciones del Centro Cultural, por lo tanto, hace falta un letrero que indique la localización del museo. Las piezas están exhibidas en vitrinas por lo cual hace falta mejorar las condiciones de museografía del lugar.

En la entrada hacia la Casa de Cultura y el museo están pintados los logotipos de las comunidades del municipio, son logos otomís.

Al lugar se puede llegar caminando ya que se encuentra cerca del centro del municipio, el museo no es utilizado con otro fin.

Imagen no. 26 Museo local "Tlilcuetzpallin" de Jiquipilco



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019

Imagen no. 27 Vestimenta de mujer Otomí Imagen no. 28 Utensilios de cocina



Fuente: Minerva Peralta Escobar, 2019 Fuente: Minerva Peralta Escobar, 2019

Durante la Feria del pulque de 2019, se incorporó un museo itinerante del tlachiquero, gracias a la iniciativa local de los productores donde se exhibieron piezas originales que un tlachiquero utiliza en su día a día para la producción de la bebida, así como derivados del maguey (artesanías y objetos de la vida cotidiana como lazos, zacates entre otros), las partes que componen un maguey, sus usos y los modos de siembra y propagación de la planta, y los alimentos que ellos obtienen de esta planta como hongo de maguey, la flor de maguey y el pulque. Además, se establecieron dos escenarios para que los visitantes se tomaran fotos, con disfraces típicos mexicanos, estos fueron la escenificación de una pulquería y un maguey real con un fondo paisajístico de Jiquipilco.

Por lo tanto, gracias al éxito obtenido con la propuesta de museo que se genera en cada feria del pulque los productores junto a la Universidad Autónoma del Estado de México a través de una Museógrafa perteneciente a dicha institución, tienen la intención de desarrollar un proyecto cultural por medio de la conformación del museo del maguey y el pulque, como un medio de revalorización de la bebida, el cual difundirá los beneficios que la planta la propia

bebida tienen. El establecimiento de este museo formaría parte del acervo cultural que el municipio tendría para ofrecer a los visitantes, tendiendo una alternativa de actividad dentro del municipio. Esto ayudaría a la difusión histórica, cultural y social del pulque, lo cual beneficiaría a los productores, y sería un medio para que ellos se dieran a conocer.

Imagen no. 29 Productores dando el recorrido
maguey en el museo itinerante



Imagen no. 30 Flor de maguey



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019 Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019

Imagen no. 31 Escenografía de una pulquería



Elaboración: Minerva Peralta Escobar, 2019.