

A partir de la segunda mitad del siglo XX, los espacios rurales han transformado su estructura y funcionalidad de cara a las sociedades de consumo de la economía postindustrial. Al respecto, se ha generado un proceso de revalorización y resignificación del espacio rural que se centra en la atención sobre sus aspectos sociales, culturales, ecológicos, económicos y recreativos, más allá de la dicotomía tradicional campo-agricultura. En ese sentido, puede observarse la emergencia de algunas prácticas transversales que se presentan como tendencias globales de la planificación, política y económica, de los espacios rurales, las cuales incluyen la producción agroalimentaria localizada de calidad, la valorización integral de los recursos rurales y el aprovechamiento recreativo del capital natural y cultural del campo.

La presente obra constituye un compendio de estudios de caso sobre los procesos de calificación, valorización y turistificación de ciertos recursos locales diferenciados, característicos del altiplano central mexicano.

En este primer volumen se abordan los procesos de valorización y diversificación productiva de los recursos rurales, desde el enfoque teórico metodológico de los Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL). Este es un trabajo colectivo que refleja los esfuerzos invertidos en los procesos de transformación socioeconómica del espacio rural, gestados desde la Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario, de la Universidad Autónoma del Estado de México.



Humberto Thomé-Ortiz
Ángel Roberto Martínez Campos
(coordinadores)

CALIFICACIÓN, VALORIZACIÓN Y TURISMO



Aproximaciones al patrimonio agroalimentario

Humberto Thomé-Ortiz
Ángel Roberto Martínez Campos
(coordinadores)



Humberto Thomé Ortiz

Doctor en Ciencias Agrarias por la Universidad Autónoma Chapingo, México. Profesor investigador de tiempo completo del Instituto de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales (ICAR) de la Universidad Autónoma del Estado de México. Especialista en turismo rural y turismo agroalimentario, forma parte del Comité Científico de la Sociedad Mexicana de Turismo Rural. Ha desarrollado investigaciones sobre turismo agroalimentario en diferentes zonas rurales de México, Brasil, Colombia y la Polinesia Chilena. Actualmente es responsable técnico del proyecto de investigación Evaluación de la Dimensión Recreativa de Hongos Comestibles Silvestres, su interés socioeconómico y sus perspectivas de desarrollo rural, financiado por el Consejo Nacional de Ciencia Y Tecnología. Es Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Conacyt). Ha publicado más de 50 capítulos y artículos científicos en revistas como *Journal of Heritage Tourism*, *British Food Journal*, *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas* y *Folia Turistica*. Actualmente se desempeña como coordinador de la Maestría en Agroindustria Rural Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario de la UAEMEX

Ángel Roberto Martínez Campos

Doctor en ciencias con especialidad en biotecnología, por el Centro de Investigación y Estudios Avanzados (Cinvestav) del Instituto Politécnico Nacional (IPN). Actualmente es investigador en el Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales (ICAR), de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel I.

Se ha desempeñado como responsable del área de laboratorios del Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales de la Universidad Autónoma del Estado de México y como coordinador de la Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario, registrada en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del Conacyt.

Sus líneas de investigación son: agricultura sustentable, servicios ecosistémicos, biotecnología aplicada y manejo ambiental. Ha escrito más de 25 artículos científicos en revistas como *Revista Mexicana de Fitopatología*, *Polibotánica*, *Journal of Cleaner Production*, *Tropical and Subtropical Agroecosystems* and *Tropical Animal Health and Production*.

Calificación, valorización y turismo.
Aproximaciones al patrimonio agroalimentario

CALIFICACIÓN, VALORIZACIÓN Y TURISMO. APROXIMACIONES AL PATRIMONIO AGROALIMENTARIO

HUMBERTO THOMÉ-ORTIZ
ÁNGEL ROBERTO MARTÍNEZ CAMPOS
(COORDINADORES)



SEP
SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA



Primera edición, 2017

Diseño de portada: César Susano

DR. © Universidad Autónoma del Estado de México
Av. Instituto Literario 100 Oriente, Colonia Centro,
Código Postal 50000, Toluca de Lerdo
Estado de México
<http://www.uaemex.mx>

Diseño y cuidado editorial:
Colofón S.A. de C.V.
Franz Hals 130
Col. Alfonso XIII
Delegación Álvaro Obregón, C.P. 01460
Ciudad de México, 2017
www.colofonedicionesacademicas.com • www.paraleer.com

Contacto: colofonedicionesacademicas@gmail.com

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio sin el consentimiento escrito de los titulares de los derechos.

ISBN: 978-607-8563-39-5

Impreso en México • *Printed in Mexico*

El tiraje consta de 500 ejemplares

ÍNDICE

Presentación	11
Introducción	13

PRIMERA PARTE

PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS LIGADOS AL TERRITORIO

I. Caracterización histórica, territorial y socioeconómica del Tamal de Ollita	23
<i>Daniel Villegas Martínez, Erika Verónica Rodríguez Díaz, Ángel Roberto Martínez Campos</i>	
II. Conocimiento y usos de los frutos comercializados en el tianguis de Malinalco, Estado de México	47
<i>Noemi Guadarrama Martínez, Martín Rubí Arriaga, María Cristina Chávez Mejía y Dora María de Jesús Sangermán Jarquín</i>	
III. Pastes: producto tradicional de Real del Monte-Estado de Hidalgo	63
<i>Carolina Andrea López Rosas, María del Rosario Villavicencio Gutiérrez, Ángel Roberto Martínez Campo</i>	

SEGUNDA PARTE

PROCESOS DE VALORIZACIÓN
DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

I. Vinculación territorial como herramienta de valorización del chorizo artesanal de Toluca	81
<i>Andrea Edurne Jiménez Ruiz, Francisco Herrera Tapia, Humberto Thomé-Ortiz, Angélica Espinoza Ortega</i>	
II. Propuesta de producción y aprovechamiento integral del maguey pulquero en Jiquipilco, México.	99
<i>Sandra Blas Yañez, María Eugenia Guadarrama Guadarrama, Mario López Rodríguez, Celia Guzmán Hernández</i>	
III. Resiliencia y territorialización de la producción de amaranto (amaranthus spp.) en Santiago Tulyehualco, Xochimilco.	121
<i>Daniel De Jesús Contreras, Irma Luz Ramírez De La O, Humberto Thomé Ortiz, Carlos Viesca González</i>	

TERCERA PARTE

CALIDAD Y CALIFICACIÓN COMO ESTRATEGIA
DE DIFERENCIACIÓN DE LOS PRODUCTOS
AGROALIMENTARIOS

I. Proceso de calificación del Quesillo de Reyes ETLA, Oaxaca. Reglas de uso.	149
<i>Laura Sánchez Vega, Angélica Espinoza Ortega</i>	
II. La búsqueda de la Denominación de Origen (DO) del amaranto de Santiago Tulyehualco, Xochimilco, D.F.	183
<i>Daniel De Jesús Contreras, Irma Luz Ramírez De La O, Felipe Carlos Viesca González, y Humberto Thomé Ortiz</i>	

CUARTA PARTE

TURISMO AGROALIMENTARIO COMO ESTRATEGIA
DE DIVERSIFICACIÓN DE LOS SISTEMAS
PRODUCTIVOS LOCALES

I. Estrategias de información, sensibilización y desarrollo de capacidades para la gestión del turismo rural. Caso San Francisco Oxtotilpan.....	219
<i>Iraís González Domínguez, Andrés López Ojeda, Humberto Thomé Ortiz, Celia Guzmán Hernández</i>	
II. Sendero Interpretativo del Paisaje Alimentario Matlatzinca. Una propuesta para el aprovechamiento turístico de los recursos forestales no maderables	259
<i>Luis Ángel López Mathamba, Humberto Thomé Ortiz</i>	
III. Propuesta de patrimonialización: Queso añejo de Zacazonapan	281
<i>Rebeca Osorio González; Francisco Herrera Tapia; Benito Albarrán Portillo; Rocío Serrano Barquín</i>	
A manera de conclusión: productos agroalimentarios locales en el México global.....	305

PRESENTACIÓN

La Universidad Autónoma del Estado de México, a través de la Facultad Ciencias Agrícolas; la Facultad de Turismo y Gastronomía; y el Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales (ICAR), en convenio con el Instituto de Estudios Políticos de Toulouse, Francia (IEPT), crearon la Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario, con la intención de contribuir a la formación y actualización de profesionistas dedicados a la Agroindustria, el Desarrollo Socioeconómico y el Turismo en el Espacio Rural, bajo el enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados.

Derivado del compromiso institucional, de los organismos involucrados, de continuar fortaleciendo las actividades productivas rurales y mejorar la calidad de los profesionales involucrados en ella, el Plan de Estudios de la Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario se planteó como un proyecto innovador orientado a la atención de una amplia gama de demandas sociales.

Se trata de una maestría innovadora porque, a nivel nacional y Latinoamérica, es el única que aborda, de manera integral, los ejes de la agroindustria rural, el enfoque territorial y el turismo agroalimentario, como estrategias de desarrollo, acordes con las tendencias internacionales, las necesidades de las comunidades rurales y de la sociedad en su conjunto.

Las necesidades detectadas en el sector rural latinoamericano apuntan a la generación de fuentes de empleo complementarias a la agricultura

ra, la creación de cadenas de valor, y la oferta de servicios, acciones sustantivas que son el foco de interés de la maestría.

A diferencia de un posgrado de investigación, éste tiene como objetivo primordial la generación de conocimiento, proporcionar herramientas de la praxis, para crear y aplicar propuestas que den soluciones a problemas relacionados con la productividad y el desarrollo en el medio rural.

Esta obra, es un conjunto de aportaciones selectas, que a más de una década de trayectoria del posgrado, permite recuperar las experiencias derivadas de los trabajos de investigación desarrollados entre investigadores experimentados y la nueva generación de profesionistas, de la cual se espera sean un motor de cambio para la sociedad.

El presente volumen, coordinado por Humberto Thomé-Ortiz y Ángel Roberto Martínez Campos, reúne 11 trabajos divididos en cuatro apartados, que entretejen cierta correspondencia respecto a la articulación entre la valorización de los productos locales, sus procesos de calificación y su aprovechamiento turístico. En la obra se abordan una serie de trabajos que, a partir del estudio de caso, generan propuestas o sistematizan experiencias vinculadas con diferentes estrategias de desarrollo territorial, desde una perspectiva social y económica.

Esta primera publicación del posgrado ha implicado un enorme esfuerzo individual, colectivo e institucional y, si bien su objetivo es contribuir al conocimiento y difusión de las problemáticas del desarrollo territorial, las agroindustrias y el turismo en el espacio rural, su función principal, es responder, en gran medida, a la necesidad de generar reflexiones, propuestas y metodologías, que se adapten a las dinámicas actuales del campo mexicano, a partir de un visión intercultural, horizontal, ética y con compromiso social.

Humberto Thomé-Ortiz
Coordinador general de la obra

INTRODUCCIÓN

HUMBERTO THOMÉ-ORTIZ
ANGEL ROBERTO MARTÍNEZ CAMPOS

Calidad y territorio como perspectivas de desarrollo

Como su nombre lo indica, la presente obra presenta una selección de trabajos, que ilustran, desde la perspectiva del estudio de caso, anclado en la dimensión territorial, un conjunto de experiencias, propuestas y perspectivas metodológicas para el abordaje de aspectos como la valoración de los recursos anclados al territorio, sus procesos de calificación y diferenciación, y su aprovechamiento como recursos turísticos. Lo anterior, responde a las demandas de transformación social, económica, cultural e institucional, que emergen de la reestructuración productiva del campo en el contexto de la globalización.

La aportación de estos textos consiste en generar una perspectiva exploratoria sobre el estado de los procesos de calificación, valoración y turistificación que enfrentan los productos locales, con particular énfasis en los productos agroalimentarios. A partir de este conjunto de experiencias, es posible recuperar algunos aspectos esenciales en los procesos de transformación socioeconómica de los espacios rurales entre los que destacan: las relaciones urbano-rural, las políticas públicas, la organización social, la acción colectiva, la territorialidad, las cadenas de valor, la institucionalización del territorio y la patrimonialización de los recursos. Todos ellos elementos que emergen de manera constantes y se entretajan en los 11 trabajos que componen la obra, los cuales también subrayan la necesidad de que los procesos de valoración de los recursos territoriales sea un tema prioritario en las agendas políticas de los diferentes niveles de gobierno.

Sin duda, las obras colectivas como la que aquí se presenta encierran el riesgo de presentar trabajos con apariencia dispersa o desordenada, sin embargo, en este caso, hemos considerado cuidadosamente la construcción de un vértice de complementariedad a partir del común denominador de los procesos de transformación socioeconómica de los territorios a partir de la puesta en valor de los recursos agroalimentarios, a través de un amplio abanico de estrategias, propuestas y metodologías. En este sentido, se puede observar que las diferentes maneras de abordar el desarrollo con escala territorial responde a diferentes lecturas de la realidad, que no únicamente entrañan el particular punto de vista del investigador, sino también las propias características económicas, sociales, culturales, ambientales y etnológicas del territorio en transformación. Tales diferencias se aprecian en los capítulos que componen el presente volumen, los cuales se agrupan en cuatro apartados, que permiten abordar los diferentes procesos de dinamización del territorio que van desde la comprensión del anclaje territorial que tienen ciertos productos agroalimentarios, las perspectivas de valorización alrededor de dichos recursos, la diferenciación de dichos productos a partir de su calidad territorial, hasta su aprovechamiento y exhibición a través del turismo.

Ciertamente, los trabajos presentados no pretenden ser una muestra representativa la heterogénea ruralidad mexicana, sino que intentan reflejar la complejidad de los procesos de desarrollo de espacio rural en el contexto de un mundo globalizado. Esto significa que esta mirada puede resultar ampliamente útil para aquellos actores involucrados en los procesos de desarrollo, los tomadores de decisiones, las comunidades y los consumidores urbanos, puesto que es una instantánea de las nuevas geometrías económicas y socioculturales que define la intersección entre lo rural y lo urbano.

Productos agroalimentarios ligados al territorio

En esta parte se ejemplifica la manera en que una alternativa al sector agroalimentario industrial y homogéneo es la recuperación de la dimensión territorial de los alimentos, con particular énfasis al concepto de te-

rruño, como aquel espacio donde se origina y arraiga un producto con identidad local, cuyo territorio puede ser la base del génesis de un conocimiento o técnica particular, de un producto singular o de un material biológico que represente cierto endemismo.

En el trabajo de María José Baires Mondragón, Daniel Villegas Martínez, Erika Verónica Rodríguez Díaz y Ángel Roberto Martínez Campos, intitulado: “Caracterización histórica, territorial y socioeconómica del Tamal de Ollita”, se aborda una breve semblanza histórica del producto, su relación con las características específicas de territorio, su dimensión cultural, las características intrínsecas del producto y una breve caracterización de los productores. Lo anterior, permite identificar un anclaje territorial del tamal de ollita, cimentado en la existencia de un saber hacer y la identidad cultural que se construye alrededor de dicho producto.

En el trabajo “Conocimiento y usos de los frutos comercializados en el tianguis de Malinalco, Estado de México”, Noemi Guadarrama Martínez; Martín Rubí Arriaga; María Cristina Chávez Mejía y Dora María de Jesús San German Jarquín, realizan un listado de los frutos que se comercializan en un singular mercado del sureste del Estado de México, para lo cual recuperan los conocimientos ecológicos tradicionales implicados en el uso y aprovechamiento de dichos frutos. Las condiciones edafoclimáticas y otros aspectos relacionados con la contrucción del territorio son aspectos fundamentales en el aprovechamiento de dichos frutos, que constituyen una importante fuente de ingresos y alimentación para algunos actores locales.

Ángel Roberto Martínez Campos; Carolina Andrea López Rosas; María del Rosario Villavicencio Gutiérrez, presentan el trabajo: “Pastes: producto tradicional de Real del Monte-Estado de Hidalgo”, en el cual desarrollan una vinculación entre el producto y la actividad minera y que posteriormente se convierte en un alimento revalorado a través de la actividad turística. Posteriormente, se aborda un trabajo que vincula las características de los productores de pastes con la de sus consumidores, para entender la relación de este producto emblemático con el mercado. Igualmente, se aborda la importancia de la unidad familiar en la reproducción de los pastes, considerados por locales y visitantes como un patrimonio alimentario de la región.

Procesos de valorización de los recursos agroalimentarios

En este apartado se recuperan algunas experiencias desarrolladas en torno a la valorización de algunos productos agroalimentarios, donde es posible entender que el construcción colectiva de los postulados de la calidad diferenciada del producto es el punto de partida. Aspectos como la normalización de la producción y la organización colectiva son cuestiones esenciales para poner en valor un producto. Existen diversas alternativas de valorización de los recursos locales, difiriendo entre ellas, en función del nivel de institucionalización que éstas alcancen. No se omite la importante observación de la eventual ambivalencia que estos procesos entrañan, en el sentido de que también funcionan como mecanismos de inclusión y de exclusión al interior de los grupos sociales.

El capítulo “Vinculación territorial como herramienta de valorización del chorizo artesanal de Toluca”, de Andrea Eburne Jiménez Ruiz; Humberto Thomé-Ortiz, Francisco Herrera Tapia y Angélica Espinoza Ortega, aborda las problemáticas de organización de los productores artesanales del Valle de Toluca, a partir de la perspectiva de la vinculación territorial. El trabajo constituye una propuesta organizativa, a partir de tres acciones sustantivas que son la identificación de los productores artesanales, su capacitación y su posterior vinculación. En el texto se describe el camino de conformación de la organización Pro-chorizo y las dificultades económicas y sociales para mantener la cohesión del grupo. Además aporta un interesante ejemplo de aplicación de los principios aprendidos en la maestría que desembocó en la creación de la emblemática Feria del Chorizo Artesanal.

“Propuesta de producción y aprovechamiento integral del maguey pulquero en Jiquipilco, México”, de Sandra Blas Yañez, María Eugenia Guadarrama Guadarrama, Mario López Rodríguez y Celia Guzmán Hernández, se presenta una investigación aplicada que desembocó en el desarrollo de una asociación de productores de maguey y en diferentes estrategias de innovación y diversificación productiva.

Por su parte, Daniel De Jesús Contreras, Irma Luz Ramírez De La O, Humberto Thomé-Ortiz y Carlos Viesca González, escribieron el capítulo “Resiliencia y territorialización de la producción de amaranto (*ama-*

ranthus spp.) en Santiago Tulyehualco, Xochimilco, en donde describen el procesos de adaptación que enfrenta una zona rural inserta en una de las metropolis más grandes del mundo: Dicha adaptación implica procesos de negociación y concertación que se debaten entre las rupturas y continuidades que presenta la interfaz rural- urbano. En es contexto, el amaranto, un producto milenario y de gran arraigo territorial, ejemplifica los procesos de resistencia que enfrentan los modos de vida campesinos frente a las presiones del mundo global.

Calidad y Calificación como estrategia de diferenciación de los productos agroalimentarios

En este apartado se abordan un conjunto de trabajos que denotan que la calidad territorial es un concepto que difiere ampliamente del concepto de calidad estandarizada propia de las lógicas productivas de los sistemas fordistas. Al respecto se presenta una visión de calidad asentada sobre el saber hacer, las características físicas del territorio, la autenticidad y la profundidad histórica. Ello significa que la calidad es una construcción social y territorial, que puede asumir diferentes tipos y se esgrime como un mecanismo de diferenciación en el contexto de los mercados globales, homogéneos, mecanizados y escasamente creativos.

El trabajo de Laura Sánchez Vega y Angélica Espinoza Ortega, titulado “Proceso de calificación del quesillo de Reyes Etlá, Oaxaca. Reglas de uso ” cuenta la historia de la construcción colectiva del estatuto de calidad del quesillo que es un producto que enfrenta una competencia desleal y desprestigio abrumador, derivado de su extendido uso en el territorio nacional y de la gran proliferación de productos genéricos. El texto es un importante aporte a la construcción de coordenadas claras que permitan, a productores y consumidores, diferenciar la autenticidad del quesillo.

Daniel De Jesús Contreras, Irma Luz Ramírez De La O, Felipe Carlos Viesca González y Humberto Thomé-Ortiz, presentan el trabajo “La búsqueda de la Denominación de Origen (DO) del amaranto de Santiago Tulyehualco, Xochimilco, D.F., en el cual se narra la compleja y burocrática red de acciones que anteceden a la postulación y eventual obtención de

una Denominación de Origen en México. El documento es un trabajo estimulante que invita a la reflexión sobre la viabilidad de la Denominación de Origen, a su pertinencia como estrategias de desarrollo y a plantear la inexistencia de políticas específicas que estimulen la protección y continuidad de los productos agroalimentarios con calidad diferenciada.

Turismo agroalimentario como estrategia de diversificación de los sistemas productivos locales

Este apartado se ocupa de uno de los aspectos que más ha atraído la atención de la academia de las instituciones públicas en las últimas dos décadas, que es la turistificación del espacio rural como una estrategia de diversificación económica y como una plataforma de exhibición de los productos agroalimentarios emblemáticos como bebidas alcohólicas, quesos y otros productos con un alta valoración en el mercado. Además de ello puede mencionarse la importancia que juegan los espacios rurales como reservorios de naturaleza y cultura, a los cuales los urbanitas sólo tienen acceso a través del ocio turístico. Por otra parte, cabe destacar la importante vinculación que existe entre las cocinas tradicionales y el turismo, al convertirse las primeras en un recurso exótico, escaso y ampliamente valorado en el mercado.

En el capítulo “Estrategias de información, sensibilización y desarrollo de capacidades para la gestión del turismo rural. Caso San Francisco Oxtotilpan”, Iraís González Domínguez, Andrés López Ojeda, Humberto Thomé-Ortiz y Celia Guzmán Hernández, describen la manera en que los programas gubernamentales orientados al fomento del turismo en el espacio rural se limitan al despliegue de infraestructuras, soslayando la importancia de acompañar, sensibilizar y capacitar a las comunidades que integran al turismo dentro de sus actividades productivas. El texto retoma una propuesta donde se definen claramente algunas estrategias de capacitación que permiten la apropiación de los proyectos turísticos por parte de las comunidades.

Luis Ángel López Mathamba y Humberto Thomé-Ortiz presentan el capítulo: “Sendero interpretativo del paisaje alimentario matlatzinca.

Una propuesta para el aprovechamiento turístico de los recursos forestales no maderables”, donde a partir de la elaboración de un listado libre de los recursos alimentarios del territorio, se desarrolló el índice de importancia cultural que tiene cada recurso. El paisaje alimentario es una construcción social que permite al turista reconocer la naturaleza y la cultura local, a través de los senderos utilizados por los propios habitantes. El trababajo discute la viabilidad de la propuesta y su sustentabilidad ambiental desde la perspectiva de la capacidad de carga.

El trabajo “Propuesta de patrimonialización: Queso añejo de Zacazonapan”, de Rebeca Osorio González; Francisco Herrera Tapia; Benito Albarrán Portillo y Rocío Serrano Barquín, presenta una propuesta de diseño de una ruta turística centrada en el queso añejo, la cual se construyó a partir de un cuidadoso diagnóstico del territorio. En el capítulo se muestra la importancia de generar este tipo de aprovechamiento en la medida en que el turismo es una actividad económica con efecto multiplicador, es decir que permite el desarrollo de nuevas actividades económicas, y a la vez sirve como una plataforma para exhibir los productos locales que tienen un carácter patrimonial.

PRIMERA PARTE

PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS
LIGADOS AL TERRITORIO

I. CARACTERIZACIÓN HISTÓRICA, TERRITORIAL Y SOCIOECONÓMICA DEL TAMAL DE OLLITA

DANIEL VILLEGAS MARTÍNEZ
ERIKA VERÓNICA RODRÍGUEZ DÍAZ
ÁNGEL ROBERTO MARTÍNEZ CAMPOS

Introducción

Este documento presenta una caracterización histórica, territorial y socioeconómica del tamal de ollita, mismo que tiene la finalidad de realizar una investigación profunda a través de aplicación de técnicas de trabajo en campo y búsqueda en archivos históricos que permitieron conocer su historia, los procesos necesarios para su elaboración, además de identificar el impacto económico que esta actividad tiene en la vida de las personas que lo producen y la importancia social para quienes lo consumen dentro y fuera del territorio.

Dicha investigación surge a partir del interés sobre la producción de alimentos tradicionales ya que resulta un ejercicio importante para la generación de estabilidad económica, así como para la creación y conservación de identidad dentro del lugar.

Forman parte de este trabajo temas relevantes como la historia y evolución del alimento, la caracterización del territorio que lo elabora, la descripción de las características socioeconómicas de las personas involucradas en la creación del producto y finalmente un análisis de cada uno de estos aspectos, donde se concluye, que si bien este es un alimento que ha sido elaborado a través de varias generaciones y que caracteriza a un territorio específico a través de una actividad económicamente rentable, esta no ha logrado ser un detonante de desarrollo local.

Historia del tamal de ollita

Dentro del municipio de Ocoyoacac, Estado de México, se elabora un tamal con cierta tipicidad denominado “tamal de ollita”, con arraigo a las características singulares del territorio, representativas de la gastronomía local.

Según Albores (1995), describe que los alimentos autóctonos utilizados en la gastronomía del valle de Toluca, son de origen lacustre. Los principales lagos eran: Chignahuapan, Chimalliapan y Chiconahuapan (Gutiérrez, 2014). Todos estos cuerpos de agua se nutrían de los escurrimientos provenientes de la Sierra de las Cruces y del volcán Xinantécatl o Nevado de Toluca (Gutiérrez, 1997). Donde la principal vegetación que existía eran especies silvestres que crecían junto a los lagos; de las misma manera se encontraba una amplia diversidad de fauna dentro de las que destacan las tuzas que generalmente se encontraban en las cercanías a lagos y milpas, éstas eran consumidas por los pobladores de Ocoyoacac en un tamal llamado chuchuluco o tamal de tuza (Gutiérrez, 2014).

Al municipio se introdujeron cultivos como: maíz, haba, frijol, alverjón, trigo y cebada (AHMO, 1897), ya que en la época de la Independencia las haciendas que existían en el municipio eran la de Texcalpa, Animas, Jajalpa y Rancho Amomolulco; estas últimas dos se caracterizaban por las grandes producciones de maíz.

Respecto al origen del tamal de ollita existen diversas versiones relacionadas con la tipología de dicho alimento, algunos de los nombres que se le han otorgado son: chuchuluco, tamal de tuza o tamal de hoyito. Algunos informantes clave del municipio como: Pedro Gutiérrez Arzaluz (cronista municipal), Hortensia Vilchis González (secretaria de cultura) y otros productores describen las historias más representativas del origen del tamal, mismas que se pueden observar en el siguiente cuadro.

Cultura y tradición

Con respecto a la cultura y tradición en Ocoyoacac, la más representativa es el Sábado de Gloria, donde después de las once de la noche los mayordomos de la festividad ofrecen tamales de ollita a las personas que

FIGURA 1. Línea del tiempo, origen del tamal de ollita.



Elaboración propia con base a: Oliva, 1977; Hernández, 1996; Gutiérrez, 1997; Gortari, 1998; Del Prado, 2014; Alcántara, 2014 y Vilchis, 2014.

acuden a misa. Posteriormente se realizan recorridos por cada oratorio¹ en donde también se obsequian tamales de ollita o chuchulucos (Rente-ría, 2013).

Otra festividad relacionada con el tamal de ollita, es el día de muertos, donde los mayordomos acostumbran repartir tamales en la entrada principal del panteón de Cholula a las personas que lo visitan.

Feria del tamal

En el año 2012 se implementó como una estrategia de promoción y difusión del tamal de ollita y se encuentra vinculado a la festividad del día 2 de Febrero, en la cual se festeja el día de la Candelaria, fecha en que los productores de Ocoyoacac realizan un volumen de producción a gran escala para su venta.

En 2015 se llevó a cabo la tercera edición de la feria del tamal, la cual tiene como antecedente la creación del festival del maíz que fue promovido por un grupo denominado “El huarache”, mismo que llegó a conformarse en una organización civil vigente durante 4 años, después de un tiempo este festival presentó dificultad en la organización y al no repli-carse se dio paso a la creación de la feria del tamal (Vilchis, 2014).

¹ Este es colocado por los mayordomos y se refiere a los altares en honor a cada santo al cual los habitantes del barrio veneran.

La feria del tamal ha repercutido de manera benéfica para la difusión del producto. En este sentido con el propósito de mantener la producción y aumentar las ventas, el H. Ayuntamiento de Ocoyoacac ha propuesto un proyecto para apoyar a los actores involucrados en dicha actividad, éste consiste en la construcción de un lugar destinado específicamente para la venta de estos tamales y de esta manera favorecer a los productores al tiempo que se promueve la inclusión de aquellos que no venden pero cuentan con el saber-hacer.

Las personas que cuentan con este saber hacer y que no se dedican a la producción y comercialización, solamente lo elaboran para eventos sociales-religiosos como: bodas, bautizos, cumpleaños, día de muertos y semana santa.

Es por lo abordado en párrafos anteriores, que el tamal al igual que otros alimentos se encuentran íntimamente ligados a las tradiciones cotidianas de los mexicanos (Mindek, 2001).

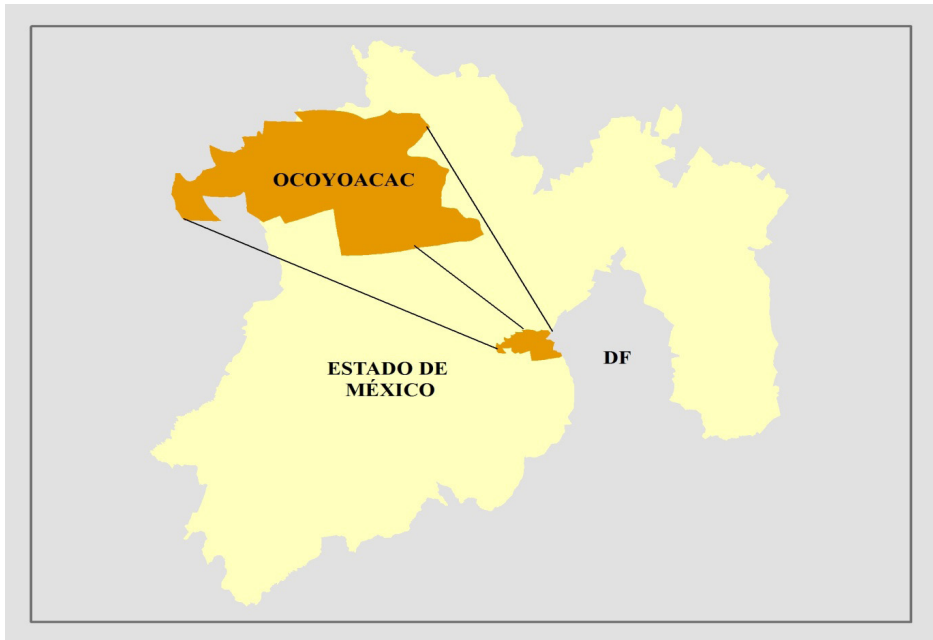
Condiciones geográficas

Ubicación Geográfica y Acceso

Geográficamente el municipio de Ocoyoacac se encuentra ubicado en la parte central de la República Mexicana en el Estado de México. Limita al norte con los municipios de Lerma y Huixquilucan; al sur con Xalatlaco, Capulhuac y Tianguistenco; al este con el Distrito Federal y al oeste con Lerma, San Mateo Atenco y Metepec. Sus coordenadas geográficas extremas son: 19°12'18"-19°18'35" longitud norte y 99°19'06"-99°31'15" latitud Oeste (INEGI, 2006), ver (Mapa 1).

La cabecera municipal está ubicada a 2 800 msnm, a 48 km. de la ciudad de México y a 18 km. de la ciudad de Toluca. Para llegar a este municipio existen tres accesos de los cuales dos son por la autopista México-Toluca, y el tercero desde el municipio de Tianguistenco por la carretera federal Ocoyoacac-Santiago (INEGI, 2006).

MAPA 1. *Ubicación geográfica del municipio de Ocoyoacac.*



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos cartográficos INEGI, 2010.

Características del Territorio

Topográficamente el territorio está compuesto de valles y un sistema montañoso que forma parte de la Sierra de la Cruces, que da origen a barrancas en dirección este-oeste. Su promedio altitudinal oscila entre los 2500-3850 msnm. Características que han dado origen a un clima subhúmedo, con temperaturas medias anuales que oscilan entre los 30°c para los meses más calurosos, hasta -1°c en las fases más agudas del invierno (INEGI, 2015 y García, 1990).

La temporada de lluvias se presenta en el verano en los meses de julio-agosto, pero pueden prolongarse hasta el mes de noviembre. Las precipitaciones medias anuales oscila entre los 1400 y 1800 mm; en promedio el territorio tiene un aproximado de 154 días lluviosos y 211 soleados.

Dentro del municipio existen algunos ríos y manantiales, los más conocidos son: El Río Chichipicas, manantial el Fresno, Túnel, Perita y Pe-

dregal. De los primeros cuatro sus aguas corren de manera natural hacia la parte oeste, donde se localiza la ciénega de Tultepec y del último su cauce es entubado al sistema Lerma, por la Dirección General de Construcción y Operación Hidráulica del Gobierno del Distrito Federal, para abastecer de agua potable a sus habitantes.

Las cubiertas vegetales que se desarrollan dentro del municipio, están ligadas a las particularidades edafológicas del territorio donde destacan las siguientes características: en la parte este del territorio encontramos la estructura montañosa, los suelos se componen principalmente de ceniza volcánica, con un alto contenido de fósforo y alófono, que le confiere ligereza y untuosidad. Son suelos de colores oscuros y tienen alta capacidad de retención de humedad, sus niveles de rendimiento agrícola son bajos y suelen llamarles Andosoles. Presentan una vegetación arbórea principalmente de coníferas donde predominan las especies de Oyamel (*Abies religiosa*), Pino (*Pinus sp*) y Encino (*Quercus*) (INEGI, 2009).

La parte central del territorio donde la pendiente se suaviza y las corrientes fluviales acumulan materia orgánica encontramos suelos de tipo Feozem, que se caracterizan por tener una capa superficial suave y rica en nutrientes, que dan altos rendimientos agrícolas de temporal o riego.

Estas características edafológicas han sido aprovechadas por los habitantes del municipio para desarrollar de manera exitosa el cultivo de maíz blanco; siendo este el más representativo con una superficie sembrada de 13,470.95 ha. que corresponden al 80 % de la producción agrícola total, el otro 20 % se conforma por cultivos de avena y cebada (INEGI, 2000).

Los suelos Histosoles están ubicados en la parte oeste del territorio municipal donde limitan con el lago de Tultepec, cuerpo de agua que recibe las descargas de drenaje habitacional e industrial. Son suelos con altos contenidos de materia orgánica, de color negro, esponjosos, ligeros y con alta capacidad de retención de humedad, mismos que son aprovechados para el cultivo de legumbres como lechuga, zanahoria, cilantro y rábano (INEGI, 2007 y Trabajo de Campo 2014).

El uso urbano está constituido por la cabecera municipal, las localidades de San Jerónimo Acazulco, San Pedro Atlapulco, San Pedro Cholula, El Pedregal de Guadalupe Hidalgo y La Marquesa como las poblaciones más representativas del municipio. Otras localidades menores son:

La Colonia Juárez y La Colonia Ortiz Rubio, al norte de la carretera México-Toluca y San Antonio El Llanito (ITER, 2010).

Metodología

De acuerdo al trabajo de campo efectuado entre los meses de septiembre a octubre de 2014, el cual se realizó a través de encuestas semiestructuradas a los pobladores de la región centro del Estado de México, principalmente a productores y consumidores del tamal de ollita.

La recolección de datos se hizo mediante las siguientes herramientas:

- a) Observación participativa: Proceso que fue determinante en la observación, comprensión e interpretación de los datos vinculados con la producción de tamal de ollita.
- b) Entrevista a informantes clave: Aplicadas a personas con alta participación en la actividad económica del tamal de ollita, el cronista municipal y la secretaria de cultura del H. Ayuntamiento de Ocoyoacac. Esta herramienta fue principalmente empleada para la construcción de los antecedentes históricos.
- c) Entrevistas a consumidores y productores: Realizadas en cada punto de venta localizado, con el objetivo de conocer sus percepciones sobre el producto en cuanto a historia, origen e indicadores de calidad.

Los datos anteriores se contrastaron con referencias bibliográficas entre las cuales destaca el archivo municipal. Posteriormente se analizaron los datos en el programa de Microsoft Excel, para la medición de porcentajes y medias representativas de cada una de las categorías evaluadas.

La elaboración de la cartografía temática sobre el tamal de ollita en el municipio de Ocoyoacac se realizó de la siguiente manera:

El primer paso fue entrar a la página de Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el apartado geografía, temas, cartografía urbana y descargar información cartográfica en formato (.shp) de límites estatales, municipales y traza urbana del municipio de Ocoyoacac, además de información complementaria como infraestructura, vialidades, servicios, entre otros.

De igual manera por medio de trabajo de campo se identificó la ubicación geográfica de los principales productores de tamal de ollita en el centro del municipio y su cabecera municipal, con la toma de coordenadas geográficas por medio de un dispositivo GPS (*Garmin*). Posteriormente se descargó la información en formato (.shp) por medio del software *Map Source*.

Una vez obtenida la información de la página del INEGI y del trabajo de campo se realizó la conformación de *layers* por medio de software *Arc-Gis 10.1*, el cual ayudó para la conformación de la base de datos y el almacenamiento de los archivos con formato (.shp). Con este software se realizó el diseño de los mapas temáticos que contienen información estatal, municipal y local del tamal de ollita y sus productores.

Para el diagnóstico económico se realizó una investigación sobre el costo total fijo y el costo total unitario de la producción de tamal de ollita, para poder conocer la viabilidad económica de esta actividad a través de la fórmula de punto de equilibrio, y obtener los resultados que se describen posteriormente.

Discusión y análisis de resultados

De acuerdo al trabajo de campo se ha desentrañado parte de la historia que dio origen a este tamal; concluyendo que tuvo sus orígenes a principios de la época prehispánica con el nombre de chuchuluco en la cabecera municipal de Ocoyoacac que lleva el mismo nombre.

Caracterización económica municipal

En la cabecera municipal de Ocoyoacac se encuentran ubicados la mayor parte de los productores que se dedican a la elaboración del tamal de ollita, el cual representa su principal fuente de ingresos ya que realizan la venta de este producto a diario, ya sea comercializándolo en el mercado, frente a la iglesia, a pie de carretera o en la plaza principal. Estos son lugares que tienen la mayor afluencia de personas.

Los miércoles y domingos son días de mercado en la cabecera, donde

el número de productores aumenta al igual que sus ventas, debido a la gran cantidad de personas que llegan abastecerse de productos básicos para el consumo semanal como frutas, verduras, carnes, granos, etc.

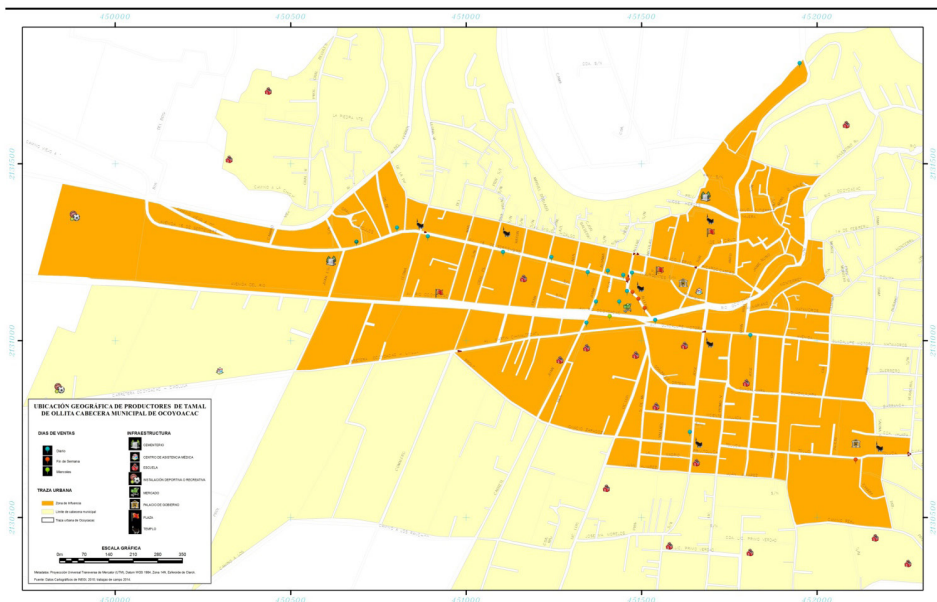
En el mapa 5 se encuentra representada la distribución de productores de tamal de ollita dentro de la cabecera municipal, dónde se observa que la concentración más importante de ellos se encuentra en la parte centro donde está ubicada la iglesia principal del municipio.

Características intrínsecas del producto

Elaboración del tamal de ollita

La elaboración de tamales de ollita es una actividad con un saber hacer arraigado a las personas pues de la totalidad de los productores encuesta-

MAPA 2. *Distribución de productores de tamal de ollita dentro de Ocoyoacac.*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos cartográficos INEGI 2010.

dos, el 50% tiene de 5 a 30 años de producirlo, el resto lleva más de 31 años. Esto indica que es un producto intergeneracional y muy estable.

Los productores al contestar sobre la importancia de que este conocimiento se transmita de generación en generación, han argumentado que el saber- hacer permite la conservación de las tradiciones culturales del lugar, así como una importante fuente de ingresos.

Origen del tamal de ollita

Los resultados demuestran que el 65% de los productores conoce el origen del tamal y lo relacionan con tres razones distintas: la primera, este platillo es un alimento creado en Ocoyoacac y representa un símbolo de la comunidad que actualmente es visto como una tradición. Segundo, es relacionado como un alimento que se elaboró específicamente para comida de los arrieros y por último, se relaciona la forma del tamal, también conocido como *chuchuluco*, por la forma de las ollas llamadas “chocholes”.

De la misma manera, un 65 % de los productores creen que la designación del nombre “de ollita” se asocia al hoyo que tiene en la masa para posteriormente agregar las salsas dentro, el resto lo relaciona con la forma de cono que tiene el tamal.

Ingredientes para la elaboración del tamal de ollita

Para la elaboración del tamal, el 39 % considera que el maíz es el ingrediente principal, 31 % indica que son los atributos de la salsa el ingrediente esencial, y 17 % hace mención que la manteca utilizada es lo más importante para su elaboración. La salsa de los tamales puede ser de pepita, jitomate, salsa verde o mole, que es lo que diferencia cada tipo de tamal.

El principal tipo de maíz utilizado para la elaboración de este alimento es el blanco (85%) y el cacahuazintle (15%). El 80 % lo obtienen de productores locales y vecinos, el resto es de producción propia. Esto señala que es una actividad que estimula al sector primario de manera indirecta. En cuanto a la adquisición de insumos, el 80 % de los produc-

tores los adquieren por calidad antes que por precio, el resto hace una relación entre el precio y calidad.

Perfil de los productores

Para entender un poco las características bajo las cuales trabajan los productores de tamal de ollita, se generó este perfil en donde se describen atributos como: edad, género, antigüedad de producción e importancia económica e histórica.

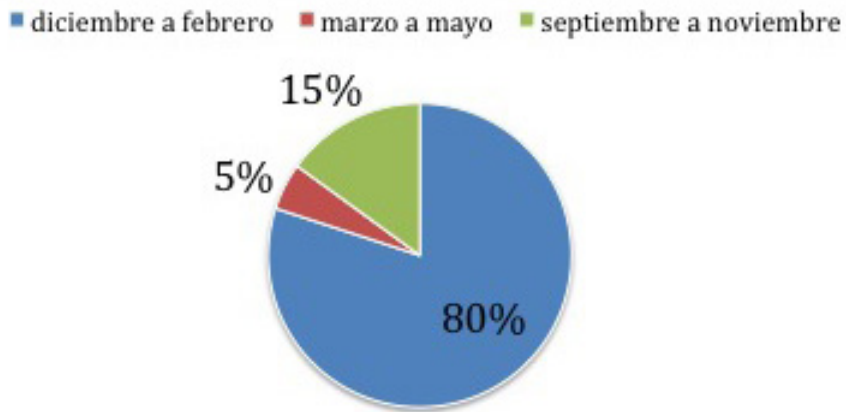
El 75 % de los productores de tamales son mujeres, dentro de ellos, el 45 % tiene más de 55 años cumplidos, el 50 % tienen un rango de edad de 35 a 54 años y solo el 5 % tiene un rango de edad entre 25-34 años, en el último rango es la primera generación que se dedica a la producción del tamal, esto indica que es una actividad económica en la cual se están integrando generaciones jóvenes.

La Feria del tamal y su impacto económico

De acuerdo a la opinión de los productores el 80 % considera que se ha visto favorecido a partir de la implementación de las ferias. Por otra parte, mencionan que el trimestre en el que tienen un incremento de su ventas es en el periodo de Diciembre a Febrero (Ver gráfica 1), esto por las bajas temperaturas de invierno que favorece su consumo y a la feria patronal en el mes de Febrero. El 100% de los productores que venden alimentos complementarios concuerdan con que la venta de dichos productos solamente representa el 20% de sus ingresos, por lo que esto convierte al tamal en el producto estrella.

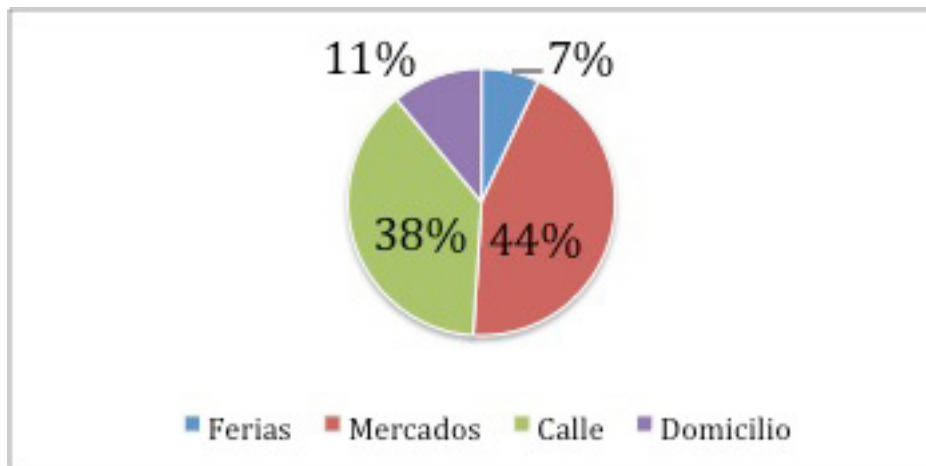
Las encuestas indican que el 44 % de los productores tienen un local en el mercado que se rige bajo los lineamientos del municipio, mientras que el 38% comercializa su producto en la calle, 11 % en su domicilio y solo el 7 % en la feria del tamal. El 95 % de los productores considera que la feria ha incrementado el reconocimiento del tamal así como la importancia económica de comercialización y venta

GRÁFICA 1. *Incremento de Ventas.*



Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo 2014.

GRÁFICA 2. *Lugar de venta.*



Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo 2014.

Perfil del consumidor

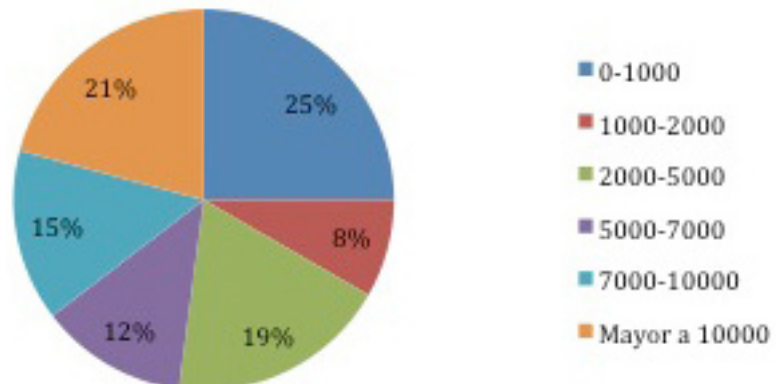
En esta sección se presenta el perfil del consumidor de tamales de ollita, donde se menciona la frecuencia de consumo, horarios, motivos de compra y el perfil socioeconómico.

Del total de la población encuestada el 85% consume el tamal de ollita por gusto, algunas veces en reuniones sociales, las cuales están ligadas a ritos religiosos. El 50% tiene un hábito de consumo menor a 10 años mientras que el resto es mayor (que va de 11 a más de 40 años). Respecto a la edad de la población encuestada, el 46% tiene de 25 a 44 años; 21% entre 15 a 24 años; 20% de 45 a 54 años y los mayores a 55 años únicamente representan el 12%.

En relación a la actividad económica de los consumidores el 23% son personas con actividades relacionadas al comercio; otro 23% son profesionistas; 19 % son amas de casa y el resto estudiantes (18%); empleados (14%) y obreros (3%). Respecto al género el consumo lo realizan en igualdad de porcentaje tanto hombres como mujeres.

El nivel de ingresos de los consumidores es superior a \$7 000.00 y corresponde al 36%, ya que tiene una ocupación relacionada con actividades profesionales, mientras que el 25% perciben entre \$0.00 y \$1 000.00.

GRÁFICA 3. *Nivel de ingresos.*



Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo 2014.

Tipicidad del tamal de ollita

Es evidente que este tamal mantiene una tipicidad que lo diferencia de otras variedades y que estos atributos son identificados por los consumidores. Una de las características que tienen presente en relación a este tamal son la forma y el hueco que tiene, ya que el 86% de la muestra indica que estas cualidades del alimento, recibe el nombre y es lo que lo diferencia de otros.

Por otra parte los atributos relacionados con la calidad y que son considerados al comprar un tamal se pueden observar que las características de mayor importancia son la apariencia, sabor y consistencia que tiene el alimento. Otras particularidades de importancia son: en primer lugar el precio, seguido del tipo de harina empleada; mientras que la tradición y el valor nutrimental son aspectos menos valorados por los consumidores.

Dentro de los elementos que vinculan al producto con el territorio, se destaca el hecho que la mayor parte de los consumidores 97 % conoce los tamales de ollita e identifica a Ocoyoacac como el lugar donde se elaboran estos (65 %).

Frecuencia y hábito de consumo

El tamal de ollita se considera como un hábito de consumo para el 52 % de los entrevistados ya que lo consumen por lo menos una vez a la semana, mientras que el 26 % lo realiza tan solo una vez al mes. Cabe resaltar que la ingesta habitual es de 1 a 2 tamales, no importando si es una vez a la semana o una vez al año. Asimismo el horario habitual de consumo es durante el desayuno ya que representa el 74 % mientras que el 23 % se efectúa por las noches y solo un 3 % lo hace durante la comida.

Las bebidas con que se acompaña al tamal, se relacionan con los datos anteriores, puesto que el 57 % lo consume con atole, mientras que el 30% lo ingiere con café. Dichas bebidas son comercializadas por los productores de tamal o elaboradas en casa por el consumidor. Sin embargo como se observó durante el trabajo de campo, los consumidores no efectúan la compra de atole, únicamente adquieren los tamales.

Respecto al lugar de compra, los cuales son espacios estratégicos, el porcentaje más significativo indica que el 59 % de los encuestados los adquiere en el tianguis mientras que el 30 % en puestos ubicados a pie de carretera y solo el 11 % con vecinos o conocidos (sea en el domicilio del consumidor o del productor).

Preferencias de consumo

A pesar de que existen varias presentaciones del tamal, la preferencia de consumo de mayor importancia son los tamales naturales representado por el 79 %; en torta el 12 % y solamente el 9 % los prefiere fritos. Respecto a las variedades que los consumidores identifican en orden de importancia son: el verde, rojo, pepita y jitomate, de los cuales el de mayor demanda es el de salsa verde. Las principales razones de compra de los tamales de ollita son el gusto (47 %) y el sabor (40 %), mientras que los atributos de menor importancia son: un alimento típico (11 %) y el picor (2 %).

La fidelidad de compra o confianza que se establece entre los consumidores radica en el sabor, textura y autenticidad que tienen los tamales de determinado productor, pues el 62 % de los encuestados afirman esta premisa, mientras que los criterios de menor peso son el trato que reciben del productor (21 %) y la limpieza (17 %). Estos dos últimos datos se corroboraron a través de la observación participativa en el trabajo de campo, ya que la relación entre la mayoría de los productores y consumidores se basa en la confianza que se ha construido a lo largo del tiempo, asimismo la apariencia de los puestos a pesar de ser móviles y encontrarse en la calle dan la impresión de una manipulación higiénica de los tamales por parte de los productores (Ver gráfica 4).

Análisis de resultados

Anclaje territorial del tamal de ollita

En la actualidad existen al menos seis localidades ubicadas dentro de tres municipios diferentes que se dedican a la elaboración del tamal de ollita,

FIGURA 2. *Criterios de compra.*



Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo 2014.

el 88 % de los encuestados reconoce el lugar de procedencia, de los cuales el 78 % identifica al municipio como principal productor, mientras que el 22 % considera que este tamal tiene sus orígenes en el municipio de Lerma (Ameyalco y Atarasquillo), lo que dio como resultado que se considere como un producto típico de la cabecera municipal.

Saber hacer

Algunos de los productores ubicados fuera del municipio reconocen que esta tradición la han heredado por parte de la familia del cónyuge originario del municipio (caso preciso productora de la localidad de San Nicolás Tlazala y Almoloya del Río).

A lo largo de más de 6 décadas de venta del tamal de ollita, este se ha reconocido tanto para los pobladores del municipio como para los de otras localidades, ya que el 85 % de los encuestados ingieren este alimento en desayunos, el 13 % en reuniones familiares y sólo el 2 % lo consumen en fiestas religiosas. De acuerdo con información de algunos productores además de comercializar su producto dentro del municipio ya han expandido sus ventas en Toluca, Metepec y Lerma así como en otras entidades de la República Mexicana, como el Distrito Federal y Morelos.

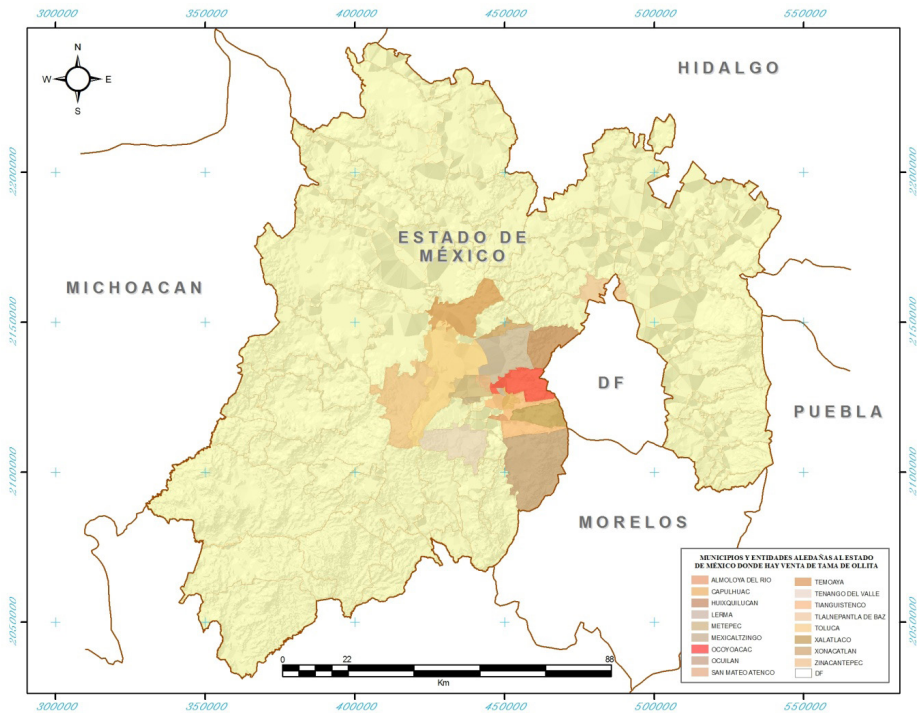
A continuación se muestra el mapa con los principales municipios donde se venden tamales de ollita (Mapa 4).

Identidad

Algunos de los productores entrevistados comentaron que también tienen clientes en el estado de Monterrey y los Estados Unidos de América (EUA), que son personas que antiguamente vivían en el municipio, los cuales han dispersado entre sus conocidos y amigos la tradición de consumir el tamal de ollita.

Una productora en específico, hace mención de tener un cliente que hace pedido tres veces por semana, para posteriormente revenderlos en

MAPA 4. Principales entidades y municipios del estado de México donde existe la venta de tamal de ollita.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos cartográficos INEGI 2010.

tre sus compañeros de trabajo en el municipio de Naucalpan, tal ha sido el éxito en la venta de este tamal que ahora los exporta a su familiares en EUA, por medio de cajas de cartón donde coloca de 5 a 10 tamales, los congela y los manda por correo o con familiares que vienen de visita.

De lo anterior, se deduce que el tamal es un producto tradicional con una demanda existente en el mercado nostálgico probablemente debido a que no funge sólo como alimento sino como un símbolo que permite a las personas que están lejos identificarse y volver a sus raíces.

Esta actividad se puede considerar como una actividad económicamente factible, ya que debido a datos analizados se generan ganancias, sin embargo se recomienda que al ser una actividad netamente familiar se mejorarían las mismas con la contratación de personal externo, ya que resulta más factible hacer el pago de un salario mínimo a un actor externo del vínculo familiar, que la división de partes iguales del ingreso por cada familiar que participa en el proceso de elaboración.

Sin embargo, las implicaciones sociales y culturales de implementar esta estrategia económica se traduciría en transmitir el saber-hacer a una persona ajena a la familia, desviando los conocimientos heredados.

El gobierno no ha tenido un buen desempeño en cuanto al desarrollo de esta actividad dentro del municipio, ya que según entrevistas realizadas, los productores no reciben ningún tipo de capacitación administrativa ni técnica o apoyos para acceder a tecnologías que mejoren el proceso.

La falta de apoyo por parte de gobierno podría darse debido a que esta actividad es informal, por lo que se considera necesario la elaboración de un diagnóstico de la situación para el desarrollo de ciertas estrategias que permitan a los productores cumplir con sus obligaciones como ciudadanos, pero al mismo tiempo, que la actividad continúe económicamente factible. Algunas estrategias a utilizar podrían ser: un ajuste del porcentaje de impuestos en actividades semi-formales de acuerdo al nivel de producción, acceder a capacitación subsidiadas por gobierno y mejorar los canales de promoción, rubro que ha sido apoyado por parte del gobierno municipal.

Una estrategia de promoción que se ha desarrollado durante la administración 2012-2015 es la feria del tamal, la cual en el presente año se

realizó su segunda edición, esta se generó con el esfuerzo de dos actores principales, el gobierno y los productores.

Gobierno: los funcionarios del municipio que fueron entrevistados comentaron que la feria surgió como estrategia de desarrollo local para mejorar las condiciones económicas de los productores, esta idea se originó durante la campaña presidencial de la presente administración. Para la realización de la primera edición de la feria se les brindó apoyo económico a los productores para que pudiesen generar la producción que iba a ser ofertada, en la segunda edición la inversión fue hecha en su totalidad por los productores.

Dado que consideran que su intervención ha sido la adecuada pretenden continuar con la realización de la feria y construir un mercado exclusivamente para la venta del producto. Esta última estrategia no se considera viable debido a que los puntos de venta ya establecidos son estratégicos e identificados por los consumidores, por lo que el un cambio en la localización de estos puntos tendría efectos negativos en las ventas de los productores.

En lo que respecta a los productores, estos consideran que la feria ha impulsado la promoción del producto. Sin embargo, reconocen una falta de organización ya que se han enfrentado a diversas problemáticas como escasez de oferta, exclusión de productores locales, logística insuficiente para recepción de visitantes, mal uso del nombre del tamal por parte de habitantes de la localidad que no tienen el saber-hacer y reproducción de tamal.

Conclusiones

El municipio de Ocoyoacac es reconocido como principal productor de tamales de ollita a pesar de la existencia de productores en el municipio de Lerma. El nombre que recibe es asociado al orificio que tiene y al contenido que en este se vierte por la similitud a las ollas que ahí se fabricaban y por la materia prima que se utiliza para su elaboración.

Durante la época de independencia se contaba con la existencia de tres haciendas productoras de maíz, materia prima utilizada para reali-

zar este tamal, que era consumido principalmente por los arrieros y jornaleros.

El maíz blanco sigue siendo producido en el territorio lo que le da tipicidad al tamal y se continúa preservando la manera de elaboración. Sin embargo, actualmente existe un bajo porcentaje de productores de maíz blanco a quienes los fabricantes compran la materia prima para llevar a cabo la producción.

En la comunidad, la producción de tamal de ollita, tiene una huella histórica y tradicional pero no genera un impacto económico entre la población, ya que los beneficios de esta actividad solo repercute a los productores y no a los demás comercios de la localidad por lo que no se considera un detonador de economía local.

Desde el punto de vista de los productores la feria del tamal ha beneficiado el aumento de la venta de este producto reflejándose notoriamente en sus ganancias.

Como se ha analizado a lo largo del trabajo, la venta de tamales de ollita, resulta una actividad económica rentable, por lo que si se considerará que más familias se dedicaran a esta actividad en el municipio afectaría de manera directa las ventas a los productores tradicionales al no obtener la calidad que el consumidor percibe como tradicional; por lo que pasaría a ser un producto genérico tradicional que repercutiría en la reputación del producto.

En el caso de una sobredemanda del producto, se debería generar una estrategia bien diseñada que parta de los productores y de quienes decidan dedicarse a esta actividad, siempre que respeten la calidad del tamal de ollita bajo reglas establecidas por los propios conocedores. Esto teniendo como antecedente la feria del tamal de iniciativa municipal, donde la mayor parte de los participantes eran vecinos de la comunidad, no productores de tamales de ollita, por lo que se enfrentaron al incumplimiento de la calidad auténtica de un tamal de ollita.

Por lo tanto se concluye que, esta actividad económica es rentable para los productores de tamal de ollita pues representa su principal fuente de ingreso y a su vez cuenta con una reputación reconocida por los pobladores del municipio de Ocoyoacac y zonas aledañas, esto por la particularidad de su saber hacer y por considerarse una tradición gastro-

nómica que se seguirá preservando a través de tiempo en la medida que los demandantes sigan degustando de él y las siguientes generaciones de los productores continúen con esta actividad económica.

Fuentes bibliográficas

- AHMO/Presidencia Municipal/Notificaciones ranchos y haciendas estadística agrícola/1889.
- AHMO/Presidencia Municipal/La superioridad ordena la resolución de un cuestionario sobre Agricultura en general/1893/Exp.48.
- AHMO//Presidencia Municipal Relativo a la noticia que el superior gobierno del estado pidió sobre la producción de semillas/1907/Expediente 39.
- AHMO/Presidencia Municipal /Relativo al estado que guardan las siembras en el territorio a esta municipalidad/1897/Expendiente 169.
- Albores, B. (1995). Tules y sirenas. El impacto ecológico y cultural de la industrialización en el Alto Lerma. *El Colegio Mexiquense, Gobierno del Estado de México, Toluca, México.*
- Arias, G. (2006). *De lo que comían los Tlatoque: una interpretación etnohistórica dentro del Códice Florentino y su comparación con la Historia General de las Cosas de la Nueva España*, Tesis de Maestría, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.
- Barros, C. (2008a). Los libros de la cocina *mexicana*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- CEPES. (2014). Suelos Capitulo 6. [En línea]. Disponible en: http://www.cepes.org.pe/pdf/OCR/Partidos/rrnn_microregion_puno/cap-VI.pdf. [Fecha de consulta 10 de noviembre de 2014].
- De Gortari, E. (1988). *Silabario de palabrejas*. Plaza y Valdés.
- Echeverría, E. M. y Arroyo, L. E. (2000). *Recetario mexicano del maíz*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- García, E. (1990). "Climas de México", 1: 4000 000. IV.4.10 (A). Atlas Nacional de México. Vol. II. Instituto de Geografía, UNAM. México.
- Gutiérrez, P. 1997, *Ocoyoacac: monografía municipal*. Gobierno del Estado de México, 122 pág.

- Gutiérrez, P. (2014). Síntesis Monográfica de Ocoyoacac, H Ayuntamiento 2013-2015.
- Hernández, R. (1996), Los Pueblos Prehispánicos del Valle de Toluca en Estudios de la Cultura Náhuatl, Vol. IV, México, D.F. UNAM 1996.
- Historia de Vida Azucena del Prado, 15 de Septiembre 2014.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2000). *Guía para la Interpretación Cartográfica Edafológica*. México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2006). *Situación actual de la división político, administrativa interestatal, Estados Unidos Mexicanos*. Aguascalientes, México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2009). *Guía para la interpretación de cartografía uso del suelo y vegetación. Escala 1:250 000, serie III*. México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Principales resultados por localidad ITER2010. México.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2015). *Continuo de elevación Mexicano, versión, 3.0*. México. En internet, disponible en: <http://www.inegi.org.mx/geo/contenidos/datosrelieve/continental/Descarga.aspx>
- Iturriaga, N. J. (1988). *Las cocinas de México II*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Long, J. (2008). *Tecnología alimentaria prehispánica*. Estudios de Cultura Náhuatl, 39, 127-136. Disponible en: <http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/revistas/nahuatl/pdf/ecn39/801.pdf>. Consultado el 15 de mayo de 2012.
- Mindek D. (2001). Fiestas de gremios ayer y hoy. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.
- Murillo, Javier. (2010) Investigación Etnográfica 3ra edición. México.
- Oliva, Josefina. (1977). Diccionario de la Lengua Náhuatl o Mexicana, Siglo Veintiuno Editores, S. A. México.
- Pérez, S. V. G. (2000). *Repertorio de tamales mexicanos*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Pilcher, J. M. (2001). *¡Vivan Los Tamales* . CIESAS.

- Rentería, G. (2013). *La Batalla del Monte de las Cruces*. Ocoyoacac 2013-2015. México: Conaculta.
- Sahagún, B. F. (2000). *Historia general de las cosas de Nueva España*. Tomo III. México: Conaculta.
- Vargas, L. (2010). “¿Para qué sirven los estudios antropológicos sobre alimentación y nutrición?”. *Diario de Campo* Nueva Época, julio-septiembre, pp. 66.
- Zárate, A. (2009). *El Origen del Tamal*. *Revista Quo Historia-Edición Especial*. pp. 50-55. otoño. México: Grupo Editorial Expansión, S. A. de C. V.

II. CONOCIMIENTO Y USOS DE LOS FRUTOS COMERCIALIZADOS EN EL TIANGUIS DE MALINALCO, ESTADO DE MÉXICO

GUADARRAMA MARTÍNEZ NOEMI
RUBÍ ARRIAGA MARTÍN
CHÁVEZ MEJÍA MARÍA CRISTINA
SAN GERMAN JARQUÍN DORA MARÍA DE JESÚS

Introducción

Las plantas constituyen un elemento importante en los ecosistemas, los seres humanos obtienen al obtener de ellas múltiples bienes y servicios necesarios para su bienestar al aportar una cantidad importante de los alimentos además de usos como ornamental, medicinal, maderable entre otros (CONABIO, 2012).

Para el caso particular de nuestro país es sorprendente que a pesar de su superficie representa tan solo el 1.5 % del área terrestre global, en él existen 23 314 especies de plantas vasculares nativas de México, ocupando el segundo lugar por el número de especies endémicas (alrededor del 50%), sólo por debajo de Sudáfrica, (Villaseñor, 2016). Así mismo se estima que entre 50 y 60 % de las especies de plantas registradas en México son endémicas (Sarukhán et al. 2009; CONABIO, 2013), Entre ellas, las orquídeas y cactáceas son algunas de las familias que cuentan con mayor porcentaje de especies endémicas (60 y 50%, respectivamente. Los recursos vegetales tanto cultivados como silvestres son una fuente de alimento, abrigo, medicina y otros satisfactores.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) se ha apoyado, desde principios de la década de los 70', los esfuerzos de las comunidades forestales para mejorar sus condiciones de vida, ofreciéndoles participación en las decisiones que se vinculan con su propia subsistencia.

En la actualidad, unos 1 600 millones de personas en el mundo utilizan los recursos forestales para subsanar algunas de sus exigencias de alimentos, medicina e ingresos económicos, por lo que, el 80 % de las poblaciones que viven en los países en desarrollo utiliza Productos Forestales No Madereros (PFNM), ejemplo de ello son las plantas frutales y medicinales, para sus exigencias de nutrición y de salud, así que las comunidades poseen un amplio conocimiento de los bosques y de sus productos, de al igual manera que de sus beneficios para la humanidad y para el medio ambiente; son guardianes activos del bosque.

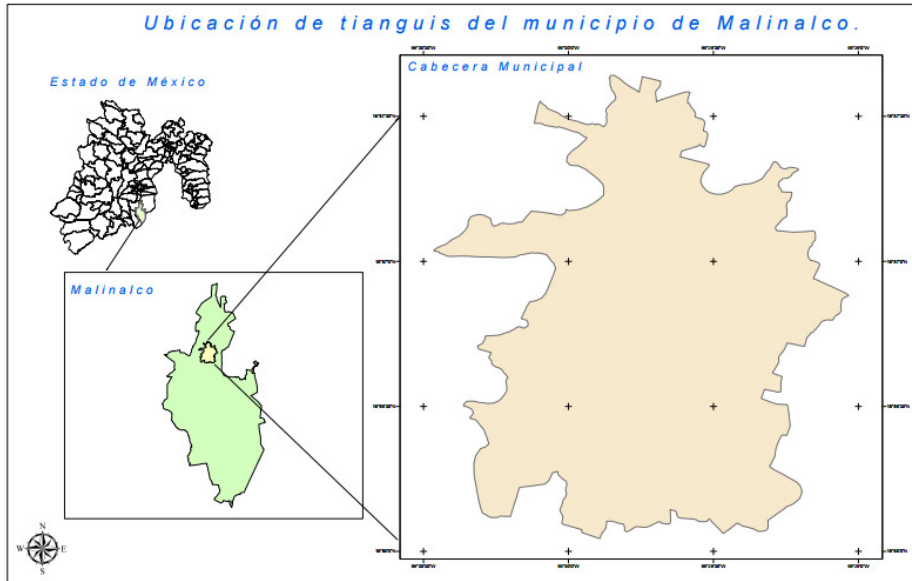
Con base en lo anterior se planteó la integración del presente capítulo, con el objetivo brindar información sobre el conocimiento de los frutos comercializados en el tianguis de Malinalco, Estado de México, sus diferentes usos.

Metodología

Área de estudio

El estudio fue realizado en Malinalco municipio que pertenece a la provincia biogeográfica de la Sierra Madre del Sur, entre los paralelo 18° 45' 18" y 19° 01' 58" de latitud norte y 99° 25' 43" y 99° 33' 24" de longitud oeste; a una altitud de 1 750; Figura 1 cuenta con 34 localidades, 3 pueblos, 12 caseríos y 18 rancherías, limita al norte con los municipios de Joquicingo y Ocuilan, al sur con Zumpahuacán y Tetecala (estado de Morelos), al este con Miacatlán (Morelos) y al oeste con Tenancingo, ocupa una superficie total de 18 628.40 hectáreas equivalentes al 0.83% del territorio estatal (Schneider, 2000). De acuerdo a la clasificación climática según Köppen en Malinalco, predomina un clima de tipo A (C) w1 (w) (i) g, semicálido subhúmedo con lluvias en verano, con una temperatura media anual de 21 0° C, con lluvias en verano, un promedio de precipitación entre 1 000 a 1 500 mm (García, 1988; López-Patiño et al., 2012).

MAPA 1. *Ubicación de Malinalco, Estado de México*



Fuente: Elaboración propia.

Metodología

Se llevó a cabo una revisión de las estadísticas de los últimos 3 años del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera SIAP (2015) para así como una revisión bibliográfica detallada del tema basada en la consulta de información en libros, tesis y revistas nacionales e internacionales, estadísticas que permita obtener datos sobre la comercialización de frutos en Malinalco.

Aunado a lo anterior se utilizó el método de observación participante realizando un recorrido por las comunidades del municipio y la cabecera municipal, esto para conocer las comunidades de donde provenían los frutos, sus días y formas de recolección así como los diferentes usos y formas de manejo de los frutos de acuerdo a la metodología utilizada por Sánchez-Niño (2012). En conjunto con el método etnográfico y la observación participativa se pudo documentar el conocimiento tradicional que los recolectores tienen acerca de los frutos. Para dicho objetivo se

aplicaron 70 encuestas a los recolectores comercializadores de enero a diciembre de 2015, donde se pudo obtener información sobre los usos que se tienen sobre los frutos, así como las formas de preparación que les dan a los frutos, de forma conjunta también se aplicaron 150 entrevistas a consumidores de entre 18 a 95 años (hombres y mujeres) que se encontraban en el tianguis preguntándoles aspectos como: lugar de procedencia, ingreso económico, frecuencia de consumo de los frutos, características que toman en cuenta para la compra, conocimientos sobre los usos y formas de consumo de los mismos.

Para las especies recolectadas, los informantes proporcionaron datos acerca del nombre local; uso de la planta (medicinal, comestible, ornamental, cerco vivo, ritual), forma de manejo (cultivada o silvestre). Finalmente, secaron y almacenaron las plantas para su posterior determinación taxonómica.

Para la determinación de las especies frutales encontradas dentro del tianguis se utilizó el método etnobotánico esto para poder constatar de qué lugar provenían los frutos si eran de huertos familiares o de zonas de bosque, se realizaron dos colectas por mes en las zonas donde se recolectan los frutos (tierras de uso común (bosque de pino, encino, pino-encino), caminos veredas y huertos familiares), en la comunidad de San Andrés Nicolás Bravo y Jalmolonga lugares donde aunque de forma escasa existen tierras de uso común donde se puede recolectar de forma libre, con un total de 24 recorridos en los que se colectaron cinco ejemplares de cada especie, procurando que presentaran estructuras reproductivas (flores, hojas, inflorescencia y frutos).

Se integró una base de datos con la información botánica de los frutos de Malinalco, Estado de México; la cual contiene variables como taxa, nombre común, forma biológica, forma en que se colecta, recipiente en que se traslada, usos, parte utilizada, formas de preparación para el uso alimenticio. A partir de ello, se aportan elementos para conservación del conocimiento tradicional ecológico, toda vez que se asume que éste constituye un aspecto central en el uso actual y futuro de los frutos que se encuentran de forma silvestre (Dweba y Mearns, 2011).

En cuanto al taxa se citaron con base en Villaseñor (2001) y las familias botánicas se organizaron con base en el sistema de clasificación pro-

puesto por Cronquist (1981). Los nombres científicos de las especies colectadas fueron validados a partir de la base de datos proporcionada por el Missouri Botanical Garden (www.tropicos.org).

Para poder documentar el conocimiento tradicional que los recolectores, comercializadores tiene sobre el uso y manejo de los frutos, se utilizó el método de investigación etnográfica.¹

Una vez que se obtuvo esta información se integró una base de datos con la información botánica de los frutos de Malinalco, Estado de México; la cual contiene variables como taxa, nombre común, forma biológica, forma en que se colecta, recipiente en que se traslada, usos, parte utilizada, formas de preparación para el uso alimenticio.

Resultados

En este apartado trata lo referente a los conocimientos locales sobre los frutos para su recolección y venta. Se documentan algunos aspectos sobre la transmisión de conocimiento sobre los frutos de padres a hijos y de vendedores a consumidores, y se hace referencia a otros usos distintos que se les da a los frutos, de los cuales, los consumidores no tienen conocimiento de ello.

El miércoles de cada semana, de 7:00 am a 6:30 pm, se instala el tianguis en las principales calles del municipio, específicamente, frente a la presidencia municipal y alrededor de la iglesia del Divino Salvador, el cual tiene gran tradición, desde la época de la colonia. En el tianguis se ofertan diferentes productos como frutos exóticos (cuajilote, cajinicuil, yaca, huachocotes, huismarines entre otros), pan, diversos platillos locales como barbacoa y obispo, utensilios de barro, artículos de cuero, piedras, madera tallada y tortillas hechas a mano, roa, rebozos elaborados con telar de cintura y joyería de semillas y maderas.

La importancia del mercadeo de frutos en esta región radica en varios factores: su clima y vegetación, cercanía de diferentes municipios y

¹ Es comprender las realidades actuales, entidades sociales y percepciones humanas, el cual tiene un proceso dirigido hacia el descubrimiento de historias y relatos idiosincrásicos, pero importantes, contados por personas reales, sobre sucesos reales, en forma natural, (Martínez, 2005).

estados, vías de comunicación y sistema de transporte a los diferentes municipios, la práctica de actividades primarias como agricultura, ganadería, pesca y recolección; además de esto, Malinalco es centro turístico, donde se puede visitar el museo vivo: los bichos de Malinalco/ Xanac, El museo universitario Dr. Luis Mario Schneider, donde además podrás conocer el centro arqueológico, el exconvento de Agustino de Transfiguración, su jardín botánico, entre otros atractivos.

De acuerdo al presente estudio se registraron un total de 59 especies frutícolas presentes en el tianguis, cuyos frutos se colectan y venden a lo largo del año (Cuadro 1), pero debido a las condiciones climáticas, se tiene mayor abundancia de frutos en los meses de marzo, abril, mayo y junio.

La tradición del consumo de frutos en Malinalco ha perdurado desde tiempos prehispánicos y forma parte de la dieta diaria de los habitantes del municipio, junto con los productos derivados del maíz (*Zea mays* L.), frijol (*Phaseolus vulgaris* L.), cacao (*Theobroma cacao* L.), aguacate (*Persea americana* Mill.) y otros productos, (Sánchez, 2006; Perry y Flannery, 2007), en este apartado retomaremos algunas de las características y motivos de compra de los consumidores de frutos, así como la frecuencia de consumo y quiénes son los que con mayor frecuencia consumen dichos frutos, lo que nos ayudará a proponer estrategias de procesamiento e innovación para poder hacer más atractivo el consumo de los frutos, ayudando así a los recolectores-comercializadores.

La frecuencia de consumo es un factor importante que influye en la situación de compra del consumidor. Varios son los factores que influyen en el consumo de fruta, las personas pueden tener necesidades similares, sin embargo, las maneras de satisfacerlas y sus comportamientos de compra son distintos. El género, la edad, el nivel de educación y la profesión forman parte de los factores demográficos que afectan el comportamiento de los consumidores (Torres, et al. 2013). En lo que respecta al consumo de los frutos se puede observar que son productos que tiene preferencia por la población infantil (70%), seguida de los adolescentes con un 20% y lamentablemente los adultos solo ocupan el 10%.

La segmentación cada vez crea nichos de mercado más pequeños. El comercializador que logre que cada consumidor se sienta único será el

que pueda terminar con la venta de sus productos con mayor rapidez (Torres et al., 2013).

En la actualidad se puede ver que la edad es un factor determinante para el consumo de los frutos, la tendencia a que los niños sean los que consuman con mayor frecuencia los frutos se ve marcada día a día estos mismos forman parte de la dieta alimenticia de los pobladores del municipio de Malinalco, por tal motivo más de la mitad (58%) de los encuestados en dicho municipio consumen frutos diariamente.

Aunque existe una gran diversidad de frutos dentro del municipio no todos tienden a ser consumidos, solo once de ellos son los que presentan mayor demanda dentro del tianguis: los huamúchiles, timbiriches, tamarindo, poma rosa, huachocote, chico zapote, níspero, ciruela, capulín, cirian y cuajilote, estos frutos resultan ser los más demandados por los consumidores debido a que son frutos que tienen características que los hacen atractivos como el sabor, color, aroma, mientras que ocho de los 59 frutos presentes dentro del tianguis aunque sean ofertados no tienden a ser vendidos en grandes cantidades como lo son el caimito, nogal silvestre, pachicures, los comercializadores mencionan que esto se debe a la apariencia de los frutos algunos de ellos tienen espinas, otros pareciera que están secos, mientras que algunos de ellos son demasiado ácidos como la mandarina y el carambolo.

Los consumidores adquieren frutos en el tianguis porque saben que son “más sanos” porque no llevan químicos, así que los prefieren a los que se encuentran en mercados formales o en supermercados debido a que los frutos que se ofertan en estos mercados si llevan químicos, “prefieren lo natural”. Tomando en cuenta que la creciente concientización e importancia de consumir alimentos inocuos, sería conveniente valorar y revalorar los frutos silvestres y cultivados en pequeña escala o por campesinos, que si bien no son iguales en forma y tamaño, si son orgánicos, por lo que debería de promoverse su valor tanto ambiental, alimenticio como social, esto último al beneficiar a quienes los cultivan de manera orgánica, lo cual también influye a la conservación de germoplasma de especies frutales.

El conocimiento tradicional es el producto de una red de relaciones y prácticas que desde hace ya muchos años se han desarrollado en las co-

munidades tradicionales y campesinas y está construido por creencias y prácticas, ya que comprende conocimientos detallados de carácter taxonómico sobre las especies frutales, este conocimiento, por lo tanto entendido como una forma de apropiación de la naturaleza (Toledo, 2000; Toledo y Chaires, 2012). La recolección, cultivo y venta de frutos permite contribuir a la preservación de los conocimientos y las innovaciones así como las prácticas de las comunidades del municipio que contribuirán a la conservación y utilización de la diversidad de frutos existentes dentro del municipio.

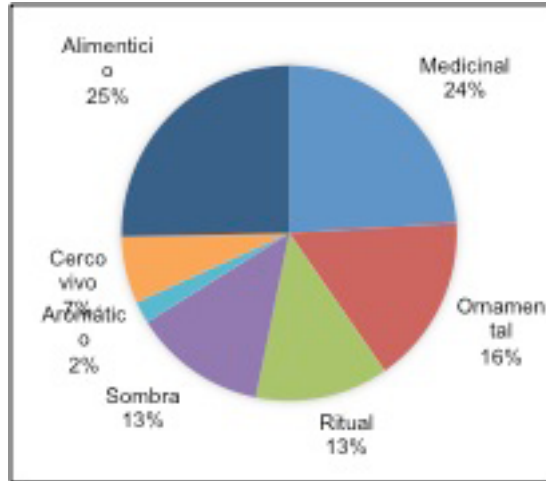
Los recolectores consideran a los frutos como un recurso valioso por las múltiples funciones ecológicas y económicas que brindan y tienen amplio conocimiento sobre los diferentes usos de cada especie. Los principales usos de los huertos familiares son: alimenticio, medicinal y ornamental.

En cuanto a su conocimiento ambiental, consideran a los árboles frutales como importantes para utilizarlos como cerco vivo, sombra principalmente para los animales como menciona Don Agustín “los árboles que encontramos en el bosque de San Andrés Nicolás Bravo me sirven porque llevó a mis borregos a pastar y mientras los dejo ahí yo puedo coleccionar el pachicurres, los cirianes, el mamey domingo, entre otros, pero los árboles que tenemos en la huerta nos ayudan a poder hacer una división entre el terreno que le toca a mis hermanos y el que me toca a mí”.

Los habitantes del municipio de Malinalco tienen conocimiento tradicional sobre las formas de consumo y uso de las plantas dentro de su territorio, además del consumo de frutos. Destaca el uso medicinal (White et al., 2013; Villareal, 2014), muestra de ello es que gente de los municipios de Tenango, Toluca y Santiago asisten al tianguis para comprar frutos con uso medicinal. A continuación se presentan los usos de los frutos, además de comestible.

Los frutos cuentan con una diversidad de usos Gráfica 1, los 59 frutos encontrados dentro del tianguis tienen uso alimenticio, seguido 56 (94%) que cuentan con uso medicinal, posteriormente 38 (64%) frutos tiene valor ornamental, cabe mencionar que más de la mitad de los frutos cuentan con más de un uso, siendo así como los frutos representan para los

GRÁFICA 1. Usos de los frutos



habitantes del municipio fuente importante para su vida cotidiana de una o de otra forma los utilizan.

Para el caso de los consumidores se tiene cierta controversia ya que ellos nos saben de la diversidad de usos con los que cuentan los frutos ellos los adquieren principalmente por el uso comestible y/o medicinal, cuando los compran los vendedores mediante la interacción de la compra les hacen recomendaciones sobre los diferentes usos que les pueden dar a dichos frutos que van desde el medicinal, ornamental, ritual hasta el aromático.

Dentro del uso comestible existen diferentes formas de preparación de los frutales, situación que los consumidores desconocen pero que al tener la interacción con los recolectores-vendedores les hacen saber.

Medicinales: son empleadas para prevenir, aliviar o curar cualquier enfermedad o malestar incluyendo aquellas que eliminan la sed o que se usan como tónicos.

Ornamental, ritual y aromático: Plantas que se utilizan para la decoración de casas, altares, y calles, aromatizantes de oración, o especies que sirven para hacer ramos de limpias para malestares espirituales; así como aquellas usadas en los fandangos, Día de Muertos, Navidad y festejos como bodas y bautizos.

Cerco vivo-protección, sombra: Plantas que son usadas como cerco vivo ya sean completas o bien, que sus ramas sirven para reforzar alambrados o la protección de algunas zonas, también se encuentran en esta categoría especies que son utilizadas como sombra.

Desde hace ya varios años se ha incrementado el interés por el rescate y la valoración de la diversidad de plantas útiles, esto debido a la pérdida del conocimiento etnobotánico en México siendo motivo de preocupación ya que brinda aportes vitales para el desarrollo rural (Pardo y Gómez, 2003; Padulosi et al., 2014), así como para los sistemas de producción y consumo en ámbitos urbanos (Ambrose-Oji, 2009).

Diferentes factores intervienen en los últimos años para que los hábitos alimenticios, cambien en distintos aspectos. Algunas de las causas que generan estos cambios son: exigencias laborales que hoy en día se viven, el estrés crisis global, seguridad, limitación del tiempo disponible para realizar actividades.

Una de estas nuevas exigencias es la sensibilización con el medio ambiente y con la marcada tendencia al rechazo a los alimentos que contienen productos químicos, demostrada mediante el interés de los consumidores por los productos provenientes de la producción orgánica³.

En ese contexto, los frutos juegan un rol importante dentro del municipio de Malinalco ya que de los 59 frutos comercializados en el tianguis se encontraron siete maneras de consumirlos, de las formas de consumo de los frutos donde el consumo en fresco no deja de repuntar (100%), sin dejar a un lado que dentro del municipio los frutos también los consumen mediante la elaboración de nieves, ensaladas, salsas, fruta en almíbar, piloncillo y otras en conservas.

Los frutos para el uso alimenticio tienen diferentes variantes para su preparación, la principal es en la elaboración de nieves, las cuales podemos encontrar el día de tianguis, no siempre existen del mismo sabor, esto varía de acuerdo a la estacionalidad de los frutos. Para el caso de las ensaladas, generalmente se preparan en las casas, no son motivo de venta, las señoras que ofertan frutos con los que realizan trueque o los que les quedan a la llegada a sus hogares les preparan de comer a sus familiares ensaladas a base de frutos. Los atoles que son tradicionales se los preparan a los niños como atole de ciruela, plátano, arrayan y caimito. En

temporada de lluvias se puede ver que los ofertan las señoras que venden tamales de elote acompañados con un atole de algún fruto.

Los frutos que se utilizan para la elaboración de salsas son el bonete y caimito, salsas para la familia, no para la venta. En ocasiones, cuando no tienen buena venta lo único que les dan de comer son tortillas elaboradas a mano con una salsa del fruto que esté disponible; ante la falta de dinero en efectivo, las señoras cuentan con frutos para preparar salsas y ensaladas y ofrecer comida a su familia.

Algunos vendedores preparan frutos con piloncillo, en almíbar o en conservas, éstos si los ponen a la venta. Los frutos preparados se encuentran en el mercado en ciertas temporadas, por ejemplo, las ciruelas en piloncillo, solo se pueden apreciar en época de muertos; los frutos en almíbar se ofertan en época de lluvias ya que como los frutos tiene menor vida de anaquel, la única forma de que pueda ser redituable el pagar por recolectar o ir a la zona de bosque es darles un valor agregado y posteriormente venderlos así y poder tener un ingreso extra para su familia. Las señoras, elaboran conservas para sus hogares y solo cuando tiene mucho fruto que no han vendido las llegan a combinar con chiles como si fueran chiles en vinagre y posteriormente las colocan en frascos de plástico y las cierran en baño maría y las venden en el tianguis.

Conclusión

La recolección de frutos no sólo se hace con fines alimenticios, sino también medicinales, los conocimientos se construyen durante las prácticas de recolección de frutos en compañía de los padres, hermanos y otros niños de su comunidad, estos conocimientos son transmitidos generacionalmente. En ese sentido, la recolección de frutos se constituye en una de las actividades comunitarias que concentra el interés y la participación plena de hombres, mujeres y niños de la familia, quienes desempeñan roles específicos durante la identificación, cosecha y procesamiento de los frutos.

Los saberes campesinos indudablemente deben investigarse, difundirse y publicarse en forma adecuada, pero sobre todo promover el inter-

cambio entre los diversos saberes locales de las personas y de las comunidades; impulsar su desarrollo *in situ* y en beneficio de las comunidades rurales que los han conservado y desarrollado, ya que la recolección de frutos genera procesos de interacción social de niños y adultos en torno a esta actividad y consiguientemente produce oportunidades de crear procesos de enseñanza y aprendizajes significativos.

Referencias bibliograficas

- Ambrosio, M. M. 2009. Fundamentos para el manejo y aprovechamiento de los productos forestales no maderables: el caso de los frutos silvestres comestibles en el centro de Veracruz. Tesis de Maestría. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F. 86 p.
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (Conabio). 2006. Capital natural y bienestar social. México D.F. México.
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (Conabio). 2012. Informe sobre la problemática y el conocimiento sobre la biodiversidad. México D.F. México.
- Dweba, T. And Mearns, M. 2011. Conserving indigenous knowledge as a key to the current and future use of traditional vegetables”. International Journal of Information Managment. 31 (6): 564 - 571.
- García, E. 1988. Modificaciones al sistema de clasificación climática de Köppen (para adaptarlo a las condiciones de la República Mexicana). 4a. Ed. Offset Larrios. México, D. F. 219 p.
- López-Patiño. EJ., López-Sandoval. JA., Beltrán-Retis. AS. y Aguilera-Gómez., LI.. 2012. Composición de la flora arbórea en el área natural protegida Tenancingo-Malinalco-Zumpahuacán, Estado de México, México. Revista Polibotánica. Núm. 34, pp. 51-98.
- OMS (Organización de las Naciones Unidas). 2014. Encuestas sobre obesidad en el mundo. www.oms.org.mx.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). 2014 2013. Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe. 55 pp.

- Patiño V. 2002. Historia y dispersión de los frutales nativos del neotrópico. CIAT, Cali Colombia. 655 pp.
- Rzedowski, J. 2006. Vegetación de México. 1ra. Edición digital. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. México, D.F. 504 p.
- Robichaux D (1997) The Stem Family, Residence Rules and Ultimogeniture in Tlaxcala and Mesoamerica. *Ethnology* 36(2): 149-171.
- Sánchez, N. J. C. 2012. Flora nativa promisorio del bosque seco tropical en sincelejo, lorica y montería, apta para la alimentación humana. Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Facultad de estudios ambientales y rurales, carrera de Ecología. 52 p.
- Sandoval, C. 2014. Métodos y aplicaciones de la planificación regional y local en América Latina. CEPAL. Chile. 83 p.
- Schneider, M. 2000. Monografía del municipio de Malinalco Estado de México. Instituto Mexiquense de Cultura, del Gobierno del Estado de México. 132 p.
- Schneider, S. y Peyré, T., I.G. 2006. Territorio y enfoque territorial: de las referencias cognitivas a los aportes aplicados al análisis de los procesos sociales rurales. Buenos Aires: Ed. Ciccus, p. 71-102.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. Sagarpa 2010, 2011, 2013. (Búsqueda en línea 14 de octubre de 2014).
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa) y Sociedad Mexicana de Fitogenética, A.C. 2006. Recursos Fitogenéticos de México para la Alimentación y la Agricultura Informe Nacional. Universidad Autónoma Chapingo (UACH). Texcoco Estado de México.
- Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas (SNICS), búsqueda en línea 2 de diciembre de 2014). <http://snics.sagarpa.gob.mx/rfaa/Paginas/que-hacer.aspx>.
- Toledo, A. and Burlingame, B. 2006. Biodiversity and nutrition: a common path toward global food security and sustainable development. *Journal of food consumption and analysis*. 19: 477-483.

- Toledo, V. y Barrera, N. 2008. La memoria biocultural: la importancia ecológica de las sabidurías tradicionales. Icaria. Barcelona. 232 p.
- Toledo, Víctor (2000), La Paz en Chiapas. Ecología, Luchas Indígenas y Modernidad Alternativa, México: UNAM Instituto de Ecología/ Ediciones Quinto Sol
- Toledo, Víctor y Pablo Alarcón-Chaires (2012). “La etnoecología hoy: panorama, avances y desafíos”, en *Etnoecología*. Vol. 9. Núm. 1. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Pp 1-16
- Tropicos.org. Missouri Botanical Garden. <http://tropicos.org>.
- Villareal, H., E. 2014. Análisis espacial de la distribución biogeográfica, de árboles y arbustos medicinales en el valle de Malinalco, México. Tesis de Maestría. Universidad Autónoma del Estado de México
- Villarreal, E. García E. López, P. Palma, D. Lagunes, L. Ortiz, C. Y Oranday, A. 2014. Plantas útiles en la medicina tradicional de Malpasito-Huimanguillo, Tabasco, México. *Polibotánica*. 37: 109-134.
- Villaseñor, I. L. y Cedano, M. M. 2010. Colores, Olores, Sabores y Tradiciones Tianguis de San Martín de las flores de Abajo, Tlaquepaque Jalisco. Guadalajara, Jalisco. Orgánica diseño editorial. 33p.
- Villaseñor, J. L. & Ortiz, E. (2014). Biodiversidad de las plantas con flores (División Magnoliophyta) en México. *Revista Mexicana de Biodiversidad*, 85,134-142. doi: 10.7550/rmb.31987
- Villaseñor, J.L. 2001. Catálogo de autores de plantas vasculares de México. Instituto de Biología, Universidad Nacional Autónoma de México y Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. México, D.F. 40 pp.
- Villaseñor, J.L. 2004. Los géneros de plantas vasculares de la flora en México. *Boletín de la sociedad Botánica de México*. 75: 135.
- Villegas, M. A y Mora, A. A. 2011. Avances de la Fruticultura en México. *Revista. Bras. Frutic., Jaboticabal - SP*, Vol. E. 179-186.
- White-Olascoaga, L.; Juan, P. J. I.; Chávez, M. C. y Gutiérrez, C. J. G. 2013. Flora medicinal en San Nicolás, municipio de Malinalco, Estado de México. *Polibotánica*. 35: 173-206.

III. PASTES: PRODUCTO TRADICIONAL DE REAL DEL MONTE-ESTADO DE HIDALGO

CAROLINA ANDREA LÓPEZ ROSAS
MARÍA DEL ROSARIO VILLAVICENCIO GUTIÉRREZ
ÁNGEL ROBERTO MARTÍNEZ CAMPO

La gastronomía mexicana es el resultado de un constructo histórico marcado por los procesos, cambios y relaciones que se han dado entre la población y las diferentes comunidades que han arribado a este territorio. En el estado de Hidalgo, estos acontecimientos no han sido la excepción; con la llegada de los mineros de la región de Cornwall (Inglaterra) al distrito minero de Real del Monte y Pachuca en el siglo XIX; se dio inicio al mestizaje cultural más importante del municipio Real del Monte cuyas huellas de la herencia inglesa persisten en la actualidad y se evidencian no sólo en la arquitectura sino también en la gastronomía local.

Los pastes como producto original de la comunidad inglesa e introducidos en el municipio como alimento de la clase trabajadora minera; pasaron de concebirse como un platillo foráneo a ser apropiado y resignificado por la comunidad realmontense, posicionándose hoy en día como el producto emblemático del territorio y, su elaboración y comercialización, una de las actividades económicas más significativas de la localidad. Esta identidad culinaria e histórica que el municipio ha forjado a partir de su fusión con la cultura inglesa, es reconocida actualmente más allá de las esferas locales y fue uno de los factores determinantes para que el Gobierno Nacional y Federal le otorgaran en el 2004 el distintivo de Pueblo Mágico: detonando la actividad turística en el municipio y con ello, la demanda y popularización del paste entre quienes arriban al lugar.

Teniendo en cuenta lo anterior, en la primera sección del presente documento se analiza la relación que tiene el paste con la minería y el turismo, haciendo hincapié en el contexto histórico del producto a partir de estas dos actividades claves, sobre las cuales se basa su existencia, reputación y demanda. Conscientes que como producto gastronómico y actualmente comercial, los pastes y los negocios que lo elaboran han enfrentado cambios significativos con el tiempo; en el segundo acápite se identifican aspectos relacionados con la producción actual de pastes en el municipio de Real del monte y modificaciones relevantes. Finalmente, en la última sección del capítulo se analizan las preferencias y motivos de compra del consumidor local y del turista, estableciendo las diferencias que existen entre estos dos grupos, asociadas al consumo de pastes.

El producto y su relación con la minería y el turismo

El paste o pastry es un bocadillo de origen inglés, inicialmente relleno de papa, poro picado y trozos de carne de res; el cual, se envuelve en una masa elaborada con harina de trigo, formando una especie de empanada¹ (Díaz, 2011).

La historia de este producto en Real del Monte (Pachuca) inicia con el establecimiento de las comunidades mineras inglesas en el territorio en el siglo XIX, quienes reanudaron las explotaciones en el país después de la guerra de Independencia y administraron la actividad minera hasta los años 80 (Herrera, Velasco y Flores, 1983). Por ser uno de los distritos productores de plata más antiguos del país (Bargalló, 1955 citado por Saavedra y Sánchez, 2008), estar ubicado en el Eje Neovolcánico Mexicano y por su cercanía con el Distrito Federal; el eje Pachuca-Real del Mon-

¹ Es un término que se aplica a una gran variedad de preparaciones que tienen en común, la acción de encerrar un alimento en una masa extendida que se dobla por la mitad. Varían, desde las distintas empanadas gallegas, donde el relleno se coloca entre dos capas de masa que toman la forma de pastel; hasta las pequeñas empanadas rellenas de dulce de muchas regiones del norte de México (Infante, 2011). Las empanadas en México son generalmente dulces, contrastando con las variedades saladas de Pachuca provenientes de Inglaterra; no obstante, su relleno, preparación y forma, varían según el estado de la república siendo cuadrada y rellena de jaiba en el caso de Veracruz o de mole en Oaxaca, por citar algunos ejemplos (Grose R. s/f).

te recibió especial interés y se transformó en un centro minero predominante, el cual logró mantenerse a pesar de la naturaleza cíclica de la actividad y consolidarse como el motor económico de la región (Saavedra y Sánchez, 2008).

Con el establecimiento de la Compañía Inglesa de los Aventureros de Real del Monte en 1824, se dio paso a un flujo permanente de hombres entre la región minera de Cornwall (Inglaterra) y la de Pachuca-Real del Monte en México, siendo los primeros los mayores beneficiados pues como mano de obra calificada, gozaron de salarios, prestaciones y privilegios que los convirtieron en un grupo diferenciado económica, social y culturalmente en el municipio (Herrera, *et al.* 1983). Uno de los resultados de su permanencia en el territorio y de la interacción cultural con los pobladores locales, fue la inclusión del paste en la dieta de los trabajadores mineros cuando las mujeres cornish, dieron a conocer a la comarca la receta del producto con la finalidad que lo llevaran como almuerzo a su trabajo considerando que era un alimento fácil de transportar, económico y de gran contenido energético (Callejas; 2005).

Este legado culinario inglés rápidamente fue apropiado por la comunidad de Real del Monte, quienes de acuerdo a la cultura nacional introdujeron ingredientes típicos de la cocina mexicana como el chile, el perejil y la cebolla; lo cual no sólo permitió que se ajustara al paladar de la región sino también que a partir de este mestizaje gastronómico, el producto fuera apropiado como parte de la identidad local y se convirtiera en un referente histórico de la presencia inglesa y minera en la zona. En este sentido, mientras que el paste inglés original era un pastel circular relleno de papa, poro, perejil, horneado y servido en rebanadas; el paste reconfigurado en este nuevo espacio y que se concibe como tradicional según la visión socialmente construida por los pobladores de Real del Monte, es una especie de empanada de masa de trigo rellena de papa, carne picada, cebolla, poro, perejil, chile verde, sal y pimienta (Menes, 1997 citado por Sánchez, 2007).

El valor histórico e identitario que los realmontenses forjaron alrededor del producto se ha mantenido en el trascurso del tiempo, consolidándose hoy en día como el producto emblemático de Real del Monte y gozando de reputación más allá de la esfera local. Este reconocimiento

favoreció que en 1940, más de un siglo después de la llegada de la receta al territorio, se empezará a vender el producto de manera formal en “El Billar”; un negocio ubicado en la plaza principal que funcionaba como cantina pero que posteriormente, gracias a la popularidad del paste que ofrecía como botana, se convertiría en la primera pastería de Real del Monte y quien diera inicio a la tradición de producción de pastes en la comunidad (El billar, 2013).

En la actualidad, este producto se ha convertido en una parte importante de la economía local pues más de 40 establecimientos se dedican a su preparación y expendio (SECTUR, 2014), ofreciendo no sólo el tradicional paste papa con carne sino una amplia diversidad de rellenos, que les permiten satisfacer la demanda de los turistas que llegan al territorio. En correspondencia con lo anterior, la SECTUR (2014) refiere que en el año 2004, el municipio fue integrado al programa de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo Federal, la cual asigna este nombramiento a las localidades que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia y hechos trascendentes que se evidencian en sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (SECTUR, 2014). En el caso de Real de Monte, la historia minera y la gastronomía asociada a ella fueron factores decisivos de esta distinción y del inicio del desarrollo de actividades económicas en torno al turismo, que generan empleos directos e indirectos para los habitantes de la región.

Con el propósito de promover la gastronomía hidalguense, fomentar el turismo y obtener una derrama económica en esta zona; en octubre de 2009 se inició el Festival del Paste promovido por el Consejo Regulador del Patrimonio Cultural de Real del Monte, contando con la participación de panaderos ingleses quienes elaboran el producto según la receta original (Quinto Festival del Paste, s/f). Este festival se ha colocado como un atractivo turístico competitivo que beneficia al comercio local. La Secretaría de Turismo y Cultura de Hidalgo, así como la de Desarrollo Económico (SEDECO), respaldan la postura del Consejo Regulador, respecto a salvaguardar la riqueza histórica y cultural que existe entre la comarca minera y la región Cornwall en Reino Unido (Real de Plateros, 2012).

En el cuarto Festival del Paste, realizado en octubre del 2012 se inauguró el primer Museo del Paste en el mundo, lugar que muestra la histo-

ria y la cultura de la región (Real de Plateros, 2012). Este museo es el lugar ideal para apreciar la forma de elaboración de este platillo, además de conocer los utensilios de cocina y otros instrumentos vinculados a su preparación, proporcionando un sentido de identidad cultural y social, motivo por el cual el museo es considerado patrimonio de la humanidad (SECTUR, 2014).

Metodología

La presente investigación se llevó a cabo en el poblado de Real del Monte, ubicado a 12 kilómetros de la ciudad de Pachuca. Para la recopilación de datos se utilizaron como instrumentos de consulta dos cuestionarios dirigidos a productores y consumidores, los cuales fueron aplicados entre el 27 de febrero y 2 de marzo del 2015. Teniendo en cuenta que se carece de datos numéricos y una población finita e identificada que permita calcular el tamaño de la muestra, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, en el cual, los individuos son seleccionados de manera informal o arbitraria, basándose en supuestos generales sobre la distribución de las variables en la población (Mejía, 2014).

El primer cuestionario se enfocó a extraer información específica sobre el productor aplicando 35 encuestas con preguntas cerradas. El interés de este instrumento fue identificar el comportamiento del productor sobre la elaboración del paste y su relación con la historia culinaria, la oferta del producto y la transmisión del saber-hacer de generación en generación. La aplicación de estos cuestionarios fue de manera aleatoria entre los productores concentrados en el municipio, abordándose las siguientes preguntas:

Para el perfil del consumidor se aplicaron 105 cuestionarios, 38 a pobladores de Real del Monte y 67 a visitantes. La elección de los consumidores se dio de manera fortuita y se extrajo información específica sobre el perfil del consumidor y su percepción y motivos de compra. El esquema empleado en este cuestionario fue el siguiente:

TABLA 1. Encuesta dirigida a productores de pastes

Factores	Ítems
<i>Características del productor de paste</i>	1. Edad
	2. Sexo
	3. Escolaridad
	4. Nombre del establecimiento
	5. Años de antigüedad en la elaboración
	6. Aprendizaje en la elaboración de paste
<i>Datos del establecimiento</i>	7. Razón de apertura del negocio
	8. Actividades económicas complementarias
	9. Contribución del paste en los ingresos mensuales
	10. Sucursales
	11. Tipología del negocio
	12. Generación de empleos
	13. Variedad de pastes elaboradas
	14. Producción semanal
	15. Precio de venta por unidad
	16. Producción por variedad de paste
<i>Comportamiento de la actividad</i>	17. Días de mayor venta
	18. Meses de mayor venta
	19. Materia prima empleada en la elaboración
	20. Lugar de abastecimiento
	21. Tipo de procesamiento (artesanal, semi-industrial e industrial)

Fuente: elaboración propia

La producción de pastes en el municipio de Real del Monte

Mineral del Monte o comúnmente conocido como Real del Monte, es uno de los diez municipios de mayor aportación al Producto Interno Bruto (PIB) del estado de Hidalgo y uno de los destinos turísticos más importantes de la región. Tal y como lo refiere el Plan Municipal de Desarrollo, el 52,3% de su población se clasifica como Económicamente Ac-

TABLA 2. *Encuesta de consumidores*

<i>Factores</i>	<i>Ítems</i>
<i>Características de los consumidores de paste</i>	1. Edad
	2. Sexo
	3. Procedencia
	4. Escolaridad
	5. Ocupación
	6. Consumo previo
	7. Frecuencia de consumo
	8. Razones de consumo
	9. Lugar de compra
	10. Factores determinantes del lugar de compra
	11. Tipos de paste preferidos
<i>Percepción y motivos de compra del consumidor</i>	12. Pastes salados preferidos
	13. Pastes dulces preferidos
	14. Atributo más importante valorado en la compra
	15. Precio de compra
	16. Percepción de pago justo
	17. Consumo de paste fuera del estado de Hidalgo
	18. Preferencia del estado de Hidalgo vs otros
	19. Recomendación del consumo de paste

Fuente: elaboración propia.

tiva Ocupada (INEGI, 2011), siendo el sector de comercio, particularmente los establecimientos de alimentos y bebidas; una de las principales actividades de ocupación (Gobierno de Mineral del Monte, 2012).

Centrándonos en las pasterías encuestadas, los resultados obtenidos muestran que el 31,4% tienen un tiempo de apertura mayor a los 20 años, superando los 7.7 años de vida promedio que tienen las pymes en México (INEGI, 2015). Un aspecto a resaltar de estos resultados es que si bien ma-

durar y permanecer en el mercado es un desafío que deben enfrentar las micro, pequeñas y medianas empresas del país, siendo el reto aún mayor para los negocios familiares que tienen una tasa de mortalidad del 70% en sus primeros tres años (Urzúa, 2012); las pasterías de Real del Monte que se clasifican en un 71,4% dentro de esta tipología familiar, han logrado sobrepasar estas estadísticas consolidándose y convirtiéndose en una fuente de empleos importante pues además de que el 64% ocupa laboralmente entre uno y tres familiares y el 36% entre cinco y diez, el 62,9% de negocios contratan personal externo a su núcleo familiar.

El tiempo de apertura de los negocios y el contexto económico y social bajo el cual dieron inicio a sus actividades, son factores que influyeron en las motivaciones de los actores para hacer de la elaboración del paste, un oficio comercial. En este sentido se observa que las pasterías que abrieron al público hace más de 20 años cuando Real del Monte carecía de calificativo turístico y la demanda del producto era mayoritariamente local; tuvieron como principal motivación según el 90,9% de encuestados, la conservación de la tradición familiar mientras que en el caso de los establecimientos que iniciaron hace menos de cinco años, esta razón sólo representó el 40%, predominando la oportunidad que detectaron para la generación de ingresos.

Estos resultados en las motivaciones de apertura de los negocios muestran que como patrimonio gastronómico, los pastes están siendo aprovechados por la comunidad para la generación de ingresos pues la afluencia turística, la demanda del producto y el beneficio económico percibido en el territorio, han repercutido en la aparición de nuevos negocios guiados más por el aspecto mercantil que el valor simbólico que giraba alrededor del producto y su elaboración. A pesar de lo anterior, la transmisión del saber-hacer de generación en generación, ha sido el medio por el cual el 85,7% de encuestados manifiestan haber aprendido la técnica de elaboración, lo cual refiere que las prácticas tradicionales de obtención que los realmontenses han heredado a lo largo de su historia, son elementos que le confieren identidad e historicidad al producto y que aún se conservan, aunque no han permanecido estáticos y se han evidenciado algunos cambios con el fin de ajustarse a las nuevas demandas de los consumidores.

Respecto a las modificaciones que se han incorporado al producto, la más significativa se evidencia en la diversificación del relleno pues además del tradicional paste salado papa con carne, las pasterías actualmente lo elaboran de sabores como mole rojo, mole verde, salchicha, tinga, atún, entre otros; además, el 94,3% de pasterías encuestadas han introducido en su oferta, pastes de relleno dulce como mermelada de fresa, piña, zarzamora, arroz con leche, entre otros. En cuanto al proceso, a pesar que el 82,9% considera que sigue realizándose de manera tradicional pues el amasado y el relleno aún es realizado a mano y, el horneado se sigue llevando a cabo en hornos de piedra; el 17,1% manifiesta que han introducido tecnología como batidoras y hornos a gas, disminuyendo la mano de obra requerida, el tiempo de elaboración y mejorado la productividad de sus negocios.

Estas transformaciones operadas por la modernización y la mercantilización del patrimonio gastronómico, son lógicas y esperadas según lo que refiere Arévalo (2012) pues la tradición, para seguir siéndolo “implica unas tasas de transformación, en términos de adaptación sociocultural, para su reproducción y mantenimiento” lo cual conlleva a que tenga una conexión continua con el presente, adopte innovaciones y enfrente transformaciones que le permitan su conservación y aprovechamiento, manifestado en el valor de cambio que las comunidades percibe por él. En correspondencia con esto y considerando que la actividad turística es la iniciativa institucional que más ha favorecido la demanda del paste; el 97,1% de las pasterías refieren que en los fines de semana presentan sus mayores ventas y el 91,4%, que las temporadas decembrinas y semana santa son las épocas del año donde se concentran la mayor demanda.

Un aspecto importante de esto, es que a pesar de la temporalidad del negocio de producción y comercialización de pastes tanto semanal como mensual, el 77,1% de encuestados refieren depender económicamente de esta única actividad, vendiendo en entre 100 y 1000 pastes por semana según el 51,86% y más de 1000 unidades el 44,45%. En lo que respecta a quienes llevan a cabo actividades complementarias para incrementar sus ingresos mensuales, el 87,5% refiere que de la elaboración y venta de pastes deriva entre el 10 y 50% de sus ingresos y el porcentaje restante, del desarrollo de labores relacionadas con la preparación de comida (37,6%), car-

pintería y cerrajería (25%), prestación de servicios profesionales (12,51%), entre otros.

Uno de los resultados de la popularidad de este alimento territorial y el éxito que algunos negocios han alcanzado con él, es la deslocalización del producto de las esferas locales a través de la instalación de sucursales en otros ámbitos geográficos sin perder su referencia identitaria. En este sentido, las pasterías Kikos con sesenta y dos sucursales a nivel nacional y una a nivel internacional; El Billar con siete y El Duque con diez sucursales distribuidas en el territorio nacional; son algunos ejemplos de pasterías realmontenses que han logrado posicionarse en otros mercados, aunque en algunos casos como Kikos, la masificación ha propiciado la tecnificación total de su proceso. Un aspecto que menciona Loscos (2008) al respecto, es que entre las muchas iniciativas que se han desarrollado alrededor del tema de valorización de productos territoriales algunos, directa o indirectamente como en este caso, han logrado promocionar no sólo el producto sino también el territorio que le dio origen y dar continuidad a su reputación.

Finalmente, en lo que respecta al abastecimiento de la materia prima e insumos utilizados para su elaboración y que lo constituyen básicamente harina, manteca o mantequilla, sal y demás ingredientes del relleno (carne, pollo, papa, frijol, entre otros.), es conveniente considerar que a pesar que el 77,1% de las pasterías manifiestan proveerse del mercado local; los alimentos de Real del Monte y territorios circunvecinos por su cercanía con el Distrito Federal, provienen en gran medida de la Central de Abasto de la ciudad de México-CEDA considerada la principal plataforma comercial de productos agropecuarios del país. Lo anterior conlleva a pensar que este sistema de compras no permite hablar realmente de un fomento del sector primario local o regional pero sí, de una estrategia administrativa a nivel comercial que les permite a las unidades de negocio tener una mayor estabilidad en los precios de compra, reducir sus costos de proveeduría y contar con una mayor oferta de productos disponibles.

Motivaciones y preferencias de los consumidores de pastes

Los resultados de la primera sección del cuestionario dirigido a consumidores, permitieron identificar su perfil. De los 105 cuestionarios aplicados 52% de los entrevistados son hombres y 48% mujeres, en ambos géneros con edades desde los 13 hasta los 50 años; teniendo ocupaciones como estudiantes, empleados, comerciantes, amas de casa, jubilados, pensionados y profesionistas. De esta forma se observa que el género no es una determinante diferenciadora en el consumo de pastes, como tampoco lo es la edad ni la ocupación.

Considerando la variable de procedencia, el 36% de las personas entrevistadas afirmaron ser originarios de Real de Monte, motivo por el cual se les consideró como consumidores locales; el 25% son visitantes de distintas entidades del estado de Hidalgo, principalmente de Pachuca (22%), finalmente el 39% son turistas procedentes de distintos estados de la República como Querétaro, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, Distrito Federal y Estado de México, siendo estos dos últimos los de mayor relevancia con el 12% y 9% de participación respectivamente. Esta situación puede explicarse por la promoción turística permanente realizada tanto por la Secretaría de Turismo y Cultura como por la Administración Municipal de Mineral del Monte (sectur, 2014).

La segunda sección del cuestionario permitió analizar las percepciones y motivos de compra. Bessièrè (1998) menciona que la gastronomía de las localidades rurales con actividades turísticas es un elemento de identidad y satisface necesidades específicas de los consumidores. En correspondencia con el caso de estudio se puede observar que para los consumidores locales el paste es considerado como un alimento nutritivo y que pueden adquirir en cualquier momento para incluirlo a su dieta, de tal forma que el 19% lo consumen con una frecuencia semanal, mientras que el 34% de los turistas lo consumen ocasionalmente como parte de su experiencia en la localidad, tal como lo mencionan Clemente, Roig, Valencia, Rabadán y Martínez, (2008, p. 190), *“la gastronomía es un elemento muy importante dentro del ámbito turístico porque vincula a las personas con los territorios que visita”*.

Se lograron identificar las principales razones de consumo, mientras que para los habitantes de Real del Monte las razones más importantes son el gusto, la tradición, la practicidad y la economía; para los turistas las dos razones principales son el gusto por los pastes y la recomendación de consumirlos al visitar el lugar. Para el 45% del total de los encuestados, el principal atributo que determina el gusto y la compra por el producto es el sabor. Como lo sustenta la European Food Information Council “El sabor resulta ser uno de los factores que más influyen en la conducta alimentaria y corresponde a la suma de toda la estimulación sensorial como el aroma, el aspecto y la textura de los alimentos (EUFIC, 2005).

De las pasterías existentes en Real del Monte las de mayor preferencia para los consumidores locales son Real de Plateros con el 11%, Portales en un 6%, el Billar y Pastes Tejada con un 3%. Los Turistas mencionan que prefieren comprar en Pastes Kikos (24%), Real de Plateros (10%) y el Billar (5%). De acuerdo a información proporcionada por los entrevistados, Real de plateros se caracteriza por contar con buena reputación entre los habitantes de la zona. Tanto en Kikos como en Real de Plateros los atributos que más valora el consumidor son el sabor de sus productos y la higiene del establecimiento.

En cuanto a las preferencias por los tipos de pastes, se consideraron dos clasificaciones con diversas variaciones en su relleno: 1) pastes saldos de frijol, salchicha, papas con carne, mole rojo, tinga, mole verde y atún. 2) pastes dulces de mermelada de fresa, piña, zarzamora, arroz con leche, manzana y crema pastelera. De los resultados se obtuvo que el 30% de los consumidores locales tienen mayor gusto por los pastes salados, siendo los de papa con carne y frijol los más solicitados por los realmontenses, quienes durante la aplicación del cuestionario mencionaron: *“Antes era pasta original y ya no saben igual. Los auténticos son sólo papa y frijol”*... *“Solo recomiendo los de pasta e ingredientes tradicionales pues los demás son como empanadas”*. Respecto a los pastes dulces únicamente 6% de estos consumidores mostró preferencia por los pastes de arroz con leche, piña y manzana.

En el caso de los turistas la información permite identificar que el 47% prefieren pastes salados con distintos rellenos, principalmente de mole verde, frijol, papas con carne y salchicha, mientras que el 17% gus-

tan de consumir pastes dulces de arroz con leche, piña, zarzamora y manzana. Las elecciones y gustos de los turistas son tan variadas, que como ya se mencionó, los productores han diversificado el relleno.

Con referencia al precio del producto, el 30 % de los consumidores locales y 61% de los turistas consideran que el precio justo por paste es entre los \$10.00 y \$15.00, el cual se encuentra dentro del rango de pago actual \$12.00 por unidad. No obstante un 5% de consumidores de Real del Monte manifiestan que se debería pagar menos de \$10.00, argumentando que el tamaño de los pastes es cada vez más pequeño. Por el contrario un 3% de los turistas consideran justo pagar entre \$16 y \$20.

Para concluir el análisis respecto al comportamiento de los consumidores, resulta importante considerar que aun cuando los pastes son un producto emblemático de Real del Monte, debido a la apertura de sucursales en distintos estados de la República, el 41% de los consumidores ha adquirido pastes fuera de Real de Monte, sin embargo, su preferencia por consumir en esta localidad no ha cambiado, de tal forma que el 98% de ellos recomendarían su consumo a futuros visitantes.

Conclusiones

El desarrollo local de las comunidades rurales, a partir del aprovechamiento de sus recursos naturales, culturales y humanos ha venido funcionando como una estrategia que busca mejorar las condiciones económicas y sociales del territorio. Muestra de ello es la implementación de actividades turísticas en las que se hace uso de los activos asociados a elementos tradicionales propios de cada región. En este contexto la gastronomía como recurso turístico es apreciada por el valor que le confieren los conocimientos tradicionales y su carácter simbólico.

En el caso del estudio presentado, el paste como producto emblemático del municipio de Real del Monte se ha encontrado asociado a sus principales actividades, la minería y el turismo, en donde la primera configuró la tradicionalidad y tipicidad del producto, su apropiación y adaptación al territorio mexicano hacen que hoy en día forme parte de la oferta gastronómica de la actividad turística de la región, en la cual

convergen la valorización de los productores y consumidores de dicho producto.

La comercialización del paste realizada por empresas familiares ha permitido mantener vigente la tradición y su saber hacer transmitido de generación en generación. Los productores han encontrado en la oferta del paste una actividad que contribuye a la generación de ingresos familiares y la han vinculado a los servicios turísticos de la región, los distintos segmentos de mercado y la dinámica de cambio en el gusto de los consumidores, ha llevado a los productores a innovar y ampliar la gama de sabores que ofrecen, lo cual no significa que haya una pérdida de la tradicionalidad, por el contrario se podría pensar que la permanencia del producto depende de la creatividad de los productores para satisfacer su mercado.

Tanto los consumidores locales como los turistas han considerado al paste como un producto característico de la región, siendo el sabor el principal atributo que determina el gusto y su compra. El estudio permitió observar algunas diferencias en las razones de consumo entre estos dos grupos, mientras que para los habitantes de Real del Monte el consumo de pastes está influenciado por la tradicionalidad y practicidad, para los turista el motivo de compra después del gusto predomina la recomendación por el consumo del producto como parte de la experiencia en el lugar. Así mismo se observan diferencias en el lugar de compra, los consumidores locales prefieren adquirir pastes en locales tradicionales de la región, y los turistas deciden realizar su compra en establecimientos con mayor posicionamiento comercial como lo es Pastes Kiko's.

Bibliografía

- Arévalo, J. (2012). El patrimonio como representación colectiva: la intangibilidad de los bienes culturales. *Andes*, 23 (2).
- Bessière J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*. 38 (1), 21-34.
- Callejas, A. (2005). *El paste. Historia y tradición culinaria*. (Tesis de Licenciatura inédita). Universidad Claustro de Sor Juana. México.

- Clemente, J., Roig, B., Valencia, S., Rabadán, T., & Martínez, C. (2008). Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercado. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 6 (2), 189-198.
- Díaz, R. (2011). *La gastronomía de México. Identidad cultural desvalorada en el ámbito del turismo mexicano*. (Trabajo de grado-Master en dirección y planificación del turismo). Universidad de Girona, Catalunya.
- European Food Information Council (2005). *Los factores determinantes en la elección de consumo*. Recuperado el 17 de julio de 2015, de <http://www.eufic.org/article/es/expid/review-food-choice/>
- Gobierno de Mineral del Monte (2012). Plan Municipal de Desarrollo. Sistema Integral de Información del Estado de Hidalgo.
- Grose, R. (s/f). *Empanada con rellenos mexicanos*. Recuperado el 24 de octubre de 2015, de <http://comidamexicana.about.com/od/AntojitosYSalsas/a/Empanadas-Con-Rellenos-Mexicanos.htm>
- Herrera, I., Velasco, C., y Flórez, E. (1983). Los aliados del capital. Trabajadores ingleses en Real del Monte y Pachuca en el siglo XIX. *Revista Historias*. Instituto Nacional de Antropología e Historia, 69-76.
- Infante, J. (2011). *A la mesa con Alfonso Reyes*. Monterrey, Nuevo León, México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2011). Panorama sociodemográfico de Hidalgo. Censo de Población y Vivienda. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/hgo/Panorama_Hgo.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. (2015). Esperanza de vida de los negocios. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015_02_38.pdf
- Quinto Festival Internacional del PASTE (2013). Recuperado el 16 de octubre de 2015, de <http://el-real.com/festividades/5to-festival-internacional-del-paste>
- Mejía, J. (2014). El muestreo en la investigación cualitativa. *Revista de investigaciones sociales*. 4 (5), 165-180

- Menes, J.M (1997). *Real del Monte, El esplendor de ayer para siempre*. Gobierno del estado de Hidalgo.
- Saavedra, E. E., & Sánchez, M. T. (2008). Minería y espacio en el distrito minero Pachuca-Real del Monte en el siglo XIX. *Revista Investigaciones geográficas*, (65), 82-101.
- Sánchez, R. (2007). *Camino hacia el infierno. Relato de un minero*. (Tesis de maestría publicada). Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Hidalgo, México.
- Secretaría de Turismo, Sectur. (2014). *Agenda de Competitividad Turística del Destino: Real del Monte, Pueblo Mágico*. Recuperado el 16 de 10 de 2015, de <http://www.sectur.gob.mx/pueblos-magicos/real-de-monte-hidalgo/>
- Secretaría de Turismo, Sectur. (2014). *Pueblos mágicos*. Recuperado el 16 de octubre de 2015, de Secretaría de Turismo: <http://www.sectur.gob.mx/pueblos-magicos/>
- Real de Plateros. (1 de diciembre de 2012). 1er. Festival Internacional del Paste. Real del Monte Hgo. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://pastesrealdeplateros.mx/home/?p=466>
- Real de Plateros. (3 de diciembre de 2012). 1er. Museo del Paste, Real del Monte, Hgo. México [Mensaje de un blog]. Recuperado de: <http://pastesrealdeplateros.mx/home/?p=543>
- Urzúa, J. (2012). *Empresas familiares: lo primero es el negocio. Retos de la empresa familiar en un mundo globalizado*. Recuperado el 29 de Julio de 2013, de http://www.conpapa.org.mx/files/congress/2012/conferences/empresas_familiares _ primero_negocio.pdf

SEGUNDA PARTE

PROCESOS DE VALORIZACIÓN
DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

I. VINCULACIÓN TERRITORIAL COMO HERRAMIENTA DE VALORIZACIÓN DEL CHORIZO ARTESANAL DE TOLUCA

ANDREA EDURNE JIMÉNEZ RUIZ
HUMBERTO THOMÉ-ORTIZ
FRANCISCO HERRERA TAPIA
ANGÉLICA ESPINOZA ORTEGA

Introducción

El presente trabajo narra, desde una perspectiva metodológica, el proceso de activación de un proyecto de desarrollo territorial que dio lugar a la Feria del Chorizo Artesanal, el producto agroalimentario más emblemático del Valle de Toluca. La iniciativa surgió de un grupo de universitarios que, en conjunto con otro grupo de productores de chorizo, compartían la preocupación por preservar los *productos tradicionales*, vinculados a un *Origen Geográfico*, cuyos atributos de calidad están relacionados con los lugares donde han sido producidos.

Dichos productos tienen la oportunidad de atender una demanda específica de nichos de mercado, dispuestos a pagar un costo superior en función de una calidad objetiva que pueda ser percibida por los consumidores (Rodríguez, 2001). El proyecto parte de la premisa de apoyar el desarrollo y la protección de un producto tradicional, para así estimular su producción local, protegerlo contra las imitaciones y la competencia desleal. Todo ello con la finalidad contribuir, desde la perspectiva de la producción y el consumo, en la caracterización y diferenciación de un producto singular (Vandecandelaere *et al*, 2010).

En el Valle de Toluca existen varios productos que conforman el patrimonio alimentario local, de entre los cuales destaca el chorizo rojo y verde, cuya reputación goza de un alto prestigio a nivel nacional. La fama del “chorizo de Toluca” ha traído como resultado el hecho paradójico de que

este producto sea copiado y producido de manera industrial, a partir de las nuevas necesidades de consumo asociadas con su disponibilidad en cuanto a cantidad y su accesibilidad en cuanto a precio (Fernández, 2010).

Debido a lo anterior, se vuelve imprescindible buscar la forma de salvaguardar la cultura heredada en el saber- hacer de los choriceros artesanales, recuperando con ello una especialidad cárnica asociada al origen, los ingredientes, la distribución geográfica y el proceso de comercialización, entre otros factores que determinan el carácter singular y único del producto. Lo anterior, tiene la finalidad de que se reconozca al chorizo como un producto importante en el patrimonio gastronómico y la actividad económica mexiquenses (Quintero *et al*, 2011; Fernández, 2010).

Es importante señalar que entre los productores participantes en el proyecto existía conciencia sobre sus deficiencias y sobre la necesidad de tomar cartas en el asunto para mejorar su situación productiva. Los primeros contactos revelaron el deseo de los propios productores para desarrollar las capacidades de producción, transformación y distribución del chorizo, así como su relación con otros actores, con lo que buscan generar unidades de producción más eficientes, pero que conserven los métodos tradicionales y la esencia del trabajo del choricero.

De acuerdo con lo anterior, se exploraron algunas alternativas como: innovar el sistema de producción; desarrollar nuevos mecanismos de promoción y comercialización del producto y; explorar la organización como una estrategia de mejora de la actividad productiva. Siendo esta última alternativa el objeto de interés del presente trabajo.

El proyecto de vinculación territorial que se propuso a los productores de chorizo, abarcaba tres municipios del Valle de Toluca (Toluca, Mexicaltzingo y Tenango), con lo que se buscó generar mejoras económicas y desarrollo de capacidades de gestión, ambos, elementos clave para la reproducción social y económica del chorizo artesanal de Toluca cuya posición como baluarte gastronómico de la región, se ha visto seriamente comprometida por las presiones de los mercados globales.

Para el diseño de este proyecto se propuso la metodología de enfoque de marco lógico por objetivos, que tiene como finalidad dotar a la planificación de un procedimiento que permita avanzar a lo largo de las etapas de identificación y diseño, en la configuración del futuro proyecto me-

dian­te la participación de los colectivos implicados y la búsqueda de con­senso entre los mismos (Haugland, 1993). A través de la realización de cinco talleres participativos, se ejecutaron las siguientes acciones: i) Análi­sis de participación; ii) Análisis de problemas; iii) Análisis de objetivos; iv) Análisis de alternativas y; v) Matriz de indicadores (Gómez, 2003), siendo esta última fase, la fuente de información para la elaboración de este texto.

Antecedentes

En la actualidad, la preferencia de los consumidores por productos ali­menticios más sanos, nutritivos y vinculados con la tierra, ha aumentado. En la escala mundial, el grado de exigencia de los consumidores respecto de los productos alimenticios se ha incrementado y se ha diversificado, en virtud de la información disponible en las redes sociales y ante la cre­ciente oferta de un sinnúmero de productos (Rodríguez, 2001).

La sociedad ahora busca más información sobre el origen y el proce­so de producción de los alimentos que consume, motivo por el que son más valorados aquellos productos cuya calidad sea identificable, garanti­zada y reconocida socialmente (Pons y Sivardière, 2002); a través de un proceso de identidad cultural del producto, del reconocimiento de sus atributos organolépticos, la ubicación de su origen geográfico y la instru­mentación de procesos productivos respetuosos con el medio ambiente.

Existen diversos productos en el mundo que cuentan con una garan­tía que resguarda las exigencias de los consumidores, como es el caso de los sellos de calidad. Así se puede observar en el caso del Jamón Serrano Español que lleva el sello de Especialidad Tradicional Garantizada desde el año 2000 (Pons y Sivardière, 2002). En México existe un gran número de productos con potencial para ofertar estas garantías, pero que no han sido avalados por las instancias correspondientes, sea por falta de infor­mación; o bien por no cubrir las características requeridas por los orga­nismos certificadores internacionales.

El Valle de Toluca es un territorio que, históricamente, ha construido un prestigio en la producción y comercialización de chorizo artesanal, un producto que cada día se enfrenta a un fenómeno creciente de estandari-

zación que amenaza su carácter singular y patrimonial (Elizondo, 1997). Ello no sólo implica la pérdida de calidad en el producto, sino que también supone una amenaza a la existencia de los productores de dicho embutido, que experimentan una pérdida de identidad y la competencia con imitaciones de chorizo de menor calidad pero también de menor precio. En este sentido, la idea de buscar un sello de calidad para el embutido es una tarea sustantiva, no sólo para darle un valor agregado, sino también para protegerlo y contribuir a su reconocimiento social como un producto auténtico.

Durante el desarrollo del proyecto, fue necesario trabajar en la articulación entre los diferentes actores involucrados, con la finalidad de poner en valor un producto emblemático, a través de la vinculación entre personas, productos y territorios. Lo anterior, implicó trabajar en la activación del territorio, a través de la puesta en valor alrededor de un producto local, con lo que no sólo se estimula la generación de ingresos económicos, sino también se promueve la reproducción social de un alimento que, sin duda, es uno de los más importantes marcadores de identidad territorial del Valle de Toluca.

Es precisamente en esta zona donde se sigue elaborando un chorizo único en su tipo, tanto por sus cualidades macroscópicas como organolépticas (Muñoz, 2000). Sin embargo, no cuenta con alguna certificación (marca colectiva, indicación geográfica o etiqueta de calidad) que respalde y garantice a los consumidores su calidad, atributos diferenciadores, ni su inocuidad. A ello hay que añadir que se trata de un producto artesanal, cuyas técnicas de producción difieren de un producto industrializado, lo que no significa que forzosamente el producto carezca de calidad (Jiménez, 2013).

Derivado de lo anterior surgió una propuesta cuyo objetivo fue lograr el reconocimiento de los chorizos rojo y verde del Valle de Toluca, mediante un sello de calidad territorial. Con ello se busco mejorar las capacidades de los productores y encaminarlos en el proceso de protección del chorizo, mediante el registro de una Marca Colectiva ante el Instituto de la Propiedad Industrial (IMPI). Cabe mencionar que este Proyecto de Vinculación Territorial, deriva de un proyecto mayor denominado: *Rescate y Caracterización de Embutidos del Valle de Toluca*; mediante el cual

se observó que hacía falta un trabajo que profundizara sobre el estudio del valor que tienen los embutidos en la región.

Las primeras acciones del proyecto se relacionan con líneas de acción encaminadas a lograr el objetivo general de la propuesta que era dotar a los productores de chorizo, de varias habilidades y capacidades relacionadas con la gestión del territorio para preservar y aprovechar su actividad de la manera más eficiente posible” (Jiménez, 2013).

Un aspecto sustantivo de las tareas del proyecto era mejorar la capacidad de articulación entre los actores territoriales, y de esta manera incidir en el rescate y aprovechamiento de la producción del chorizo artesanal, bajo el supuesto de que la concurrencia y articulación entre actores facilita la activación económica y social en beneficio del proceso productivo.

En primer término se realizó una revisión de literatura especializada, que permitiera generar una base teórico metodológica para la gestión de los territorios productores de chorizo (Sepúlveda, 2005; Souza, 1995; Izquierdo, 2005) ; En segundo lugar se realizó una semblanza de los antecedentes de la producción de chorizo en el Valle de Toluca que sirvió para comprender el carácter patrimonial del producto y su naturaleza socio-histórica; Finalmente, se diseñó una propuesta participativa enfocada en el desarrollo y mejora de las capacidades de gestión territorial, a través de estrategias de apropiación y acción colectiva, centradas en un espíritu más cooperativo que competitivo.

En un inicio se invitó a participar en el proyecto a los productores que se identificaron en los diferentes municipios que conforman el Valle de Toluca, de los cuáles sólo cinco se incorporaron formalmente al proyecto y posteriormente desertó uno. Al final se conformó una Asociación Civil de cuatro integrantes, dos pertenecientes al municipio de Toluca, un productor del municipio de Mexicaltzingo y otro del municipio de Tenango del Valle.

Propuesta de vinculación territorial

La articulación entre productores, es una acción centrada en la unión u organización que tienen entre sí o con otros actores de la cadena, cuya

participación sea sustantiva para cualquier actividad productiva (Delgadillo y Torres, 2009), En el caso de los productores de chorizo artesanal esta capacidad no es una fortaleza característica del gremio, probablemente debido a que la mayoría de los productores se dedican a producir y comercializar el embutido directamente y de forma individual, dando como resultado una cadena de producción corta y una relación con otros mercados muy limitada, restringida a taquerías, torterías y algunos restaurantes locales (Jiménez, 2013).

La relación con los consumidores ha sido muy importante, ya que al brindar un producto de calidad, se han construido condiciones para la reproducción social del embutido, que mantiene una tradición, un saber hacer, una actividad económica arraigada y un marcador de identidad territorial que distingue a la zona de producción. Igualmente, puede observarse que los productores de chorizo artesanal son actores importantes en la reproducción de los sistemas productivos que dan origen a los diferentes insumos con los que el embutido es preparado, siendo esta relación cada vez más utilitaria, diluyéndose las connotaciones sociales y simbólicas que tenía en otros tiempos.

Respecto al papel de las instituciones, es muy somera la vinculación que los productores han tenido con diferentes organismos públicos y privados. Destaca el caso de la carnicería “La Suprema”, que promovió su participación en el record *guinness* del chorizo más largo del mundo, en conjunto con el municipio de Toluca. De manera permanente, los productores del embutido se relacionan con la Secretaría de Salud del Estado de México, que es el organismo facultado para otorgar los permisos necesarios para la venta del producto (Investigación de campo, 2011).

Pese a que los productores participantes en el proyecto se relacionan entre sí de alguna manera, sea por lazos de parentesco, por compartir el gremio o por coincidir en la proveeduría, su vinculación es muy limitada o poco productiva, pues hasta el momento anterior al inicio del proyecto no se habían organizado para conseguir un objetivo en común.

En este sentido, uno de los alcances pretendidos al término del proyecto, fue que la cadena productiva del chorizo se ampliara y fuera más nutrida, involucrando nuevos actores y reforzando los eslabones con los que en ese momento se contaban. Dentro de estos nuevos actores involu-

crados fue crucial integrar a prestadores de servicios profesionales, como la organización “Pro-Chorizo” que prestó asistencia a los productores en cuestiones de organización, administrativas, de calidad y comercialización, con el fin de generar estrategias para la valorización y posicionamiento del producto en el territorio.

También se detectaron instituciones públicas y organizaciones civiles interesadas en promover productos tradicionales de calidad, sin embargo los productores hasta ese momento no habían tenido un real acercamiento a éstos actores, en busca de alternativas para el rescate y aprovechamiento del embutido.

Por tal motivo, fue fundamental incidir positivamente en las habilidades de gestión de los productores de chorizo, entendidas éstas como el desarrollo de competencias para la planeación y toma de decisiones administrativas, organizativas y operacionales, que pueden ser implementadas y orientadas para fortalecer la productividad territorial (Delgadillo, Torres; 2009). Cabe mencionar que este tipo de habilidades no son frecuentes entre los choriceros, quienes se han dedicado a la producción y venta del embutido, dejando de lado las capacidades administrativas y técnicas necesarias para enfrentar los desafíos del mundo contemporáneo.

Debido a ello, fue necesario generar este tipo de habilidades, pues su ausencia disminuye las oportunidades de articulación entre productores, de entrar en nuevos mercados, participar en diferentes programas gubernamentales y articularse con el sector académico.

Resultados

Entre las actividades llevadas a cabo para lograr el proyecto de vinculación territorial se realizaron visitas exploratorias en los doce municipios del Valle de Toluca donde se produce y comercializa el chorizo rojo y verde, estas se llevaron a cabo una vez por semana durante un periodo aproximado de cuatro meses, cabe mencionar que en algunos de los municipios no hubo participación en las citas concertadas, lo cual reflejaba la falta de interés de los productores por participar en este tipo de accio-

nes, sin embargo hubo municipios donde los productores se mostraron interesados y realmente se involucraron en el proyecto.

La selección de participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico de bola de nieve (Goodman, 1961). Una vez contactados a los interesados se les explico en qué consistía el proyecto, cuál era el objetivo del mismo y se les invitó a participar, siempre y cuando la intención fuera trabajar en conjunto por la conservación y protección del chorizo artesanal y el resguardo de su identidad.

A través de la metodología de marco lógico (Gómez y Camara, 2003), se abordó todo el desarrollo del proyecto, se realizaron diversos talleres, en los cuales se fue avanzando mediante los siguientes pasos:

- *Análisis de participación.* En esta primera etapa, además de los productores se identificaron actores que pudieran contribuir al desarrollo del proyecto (Durston y Miranda, 2002) como son las instituciones educativas, principalmente la Universidad Autónoma del Estado de México, el Ayuntamiento de Toluca y la Secretaría de Turismo del Estado de México.
- *Análisis de problemas.* Esta etapa fue una de las más importantes, pues en conjunto con el grupo de productores se trabajó en el reconocimiento de sus principales problemáticas. A través de un taller participativo para detectar sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, se encontró que uno de sus principales problemas organizativos es el escaso desarrollo de sus capacidades de gestión, que ya sea por cuestiones de tiempo o recursos se limitan a producir y vender el producto, lo que coincide con lo reportado en otro estudio por Vandenberg y Lance en (1992).

Existe una limitada organización con otros productores e instancias para atender retos mayores de comercialización y preservación del valor patrimonial del chorizo. La distribución y venta del chorizo es de carácter exclusivamente local, por lo que se desconoce la forma adecuada de incursionar en nuevos mercados. Lo anterior, ha redundado en una falta de innovación que no les permite ser competitivos (García *et al* 2012).

A nivel institucional se observó que la mayoría de los productores desconocen los lineamientos que las entidades públicas, relacionadas con su actividad, emplean para acceder a los programas y apoyos existentes. Ello se asocia con la desconfianza que los productores sienten por las instituciones pues consideran que al solicitar estos apoyos se invierte mucho tiempo, que les resta capacidad para atender las actividades relacionadas con la producción y la venta, que son las que generan sus principales ingresos.

- *Análisis de objetivos.* Esta etapa constituyó un paso central para el proyecto, ya que contribuyó al planteamiento participativo de las soluciones posibles a los problemas detectados en el análisis realizado anteriormente.

Entre los principales objetivos propuestos se encuentra el capacitar, por diferentes medios, a los productores de chorizo para que logren desarrollar su potencial de gestión frente a otras instancias, su capacidad de hacer frente a las problemáticas relacionadas con la venta y distribución del chorizo, así como a mitigar la falta de articulación entre los diferentes componentes de la cadena producción.

- *Análisis de alternativas.* Posterior a las etapas antes mencionadas, se analizaron las siguientes alternativas para fomentar la articulación entre los actores principales.
 - Desarrollo de sus capacidades de gestión (Ugarte, 2011) para generar lazos con otros actores de la cadena y que esto se reflejara en nuevos canales de comercialización y difusión como puede ser la feria del Chorizo y la creación de marcas.
 - Gestionar la organización de productores para acceder, como grupo consolidado, a créditos o apoyos que otorgan algunas instituciones públicas y privadas para beneficio de su actividad.
 - Innovación mediante el uso de nuevas tecnologías de la información y comunicación para generar nuevas plataformas de comercialización, para la transmisión de la cultura choricera y para la

preservación de su calidad como patrimonio agroalimentario del centro de México.

- *Matriz de indicadores o planificación.* En esta etapa se desarrollaron actividades financiadas en su mayoría por parte de los productores y posteriormente, de acuerdo a sus necesidades, se fueron adquiriendo apoyos de diversas instituciones educativas como la UAEM; públicas como El Ayuntamiento de Toluca a nivel local y Secretaria de Turismo por parte del Gobierno del Estado de México. Todo ello con la intención de contribuir a la revalorización y reconocimiento del producto, como parte de la identidad cultural de la región. Como resultado de los estudios de factibilidad se diseñó un proceso participativo para llevar a cabo la estrategia de intervención en las siguientes fases:

FIGURA 1. *Tres grandes fases del Proyecto de vinculación Territorial*



Fuente: Elaboración propia 2015

- Primera fase: establecimiento de redes de comunicación constante entre el grupo de técnicos de Prochorizo y el grupo de productores dispuestos a asociarse. Con ello se determinaron sus conocimientos, fortalezas y debilidades en materia de gestión, para con ello tener clara la existencia de recursos con se que cuenta para realizar un plan de mejora y fortalecimiento.
- Segunda fase: se planteó de un programa de capacitación, encaminado al desarrollo de las capacidades de gestión del grupo de productores, impulsando el valor agregado que su actividad puede tener a partir de ello.

- Tercera fase: se generaron estrategias de vinculación con instituciones ligadas, directa o indirectamente, a la actividad choricera para obtener servicios o beneficios que contribuyeran en la permanencia y revalorización de la actividad.

A través de lo anterior se busco la conformación de una figura asociativa, que después de tres talleres participativos, entre el grupo Prochorizo y los productores, dieron como resultado la integración de la Sociedad Civil de productores de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca, conformada por cuatro productores. Los gastos para la conformación de la sociedad fueron solventados con recursos propios de los productores y los integrantes del grupo Prochorizo.

Posteriormente, los miembros de Prochorizo capacitaron a los productores en el uso de nuevas tecnologías que contribuyeran a las actividades de organización y las tareas de comunicación y difusión necesarias para lograr los objetivos propuestos. Resultado de este taller fue el diseño de la propuesta de sitio web de la Asociación de Productores de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca, así como el diseño de la imagen de la primera Feria de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca.

Posteriormente se desarrollaron tres talleres de capacitación sobre Gestión Territorial, los cuales consistieron en dar a conocer a los productores la importancia de generar vínculos con los diferentes actores de la cadena productiva (Peroni, 2012) dejando claro que en la medida en que se relacionen, pueden fortalecer la actividad para preservar el producto como elemento esencial de la identidad del Valle de Toluca. Estos talleres fueron gestionados y desarrollados por el grupo Pro-chorizo, en conjunto con investigadores de la Universidad Autónoma del Estado de México.

A través de dichos talleres, se cumplió con la expectativa de visibilizar el interés de los productores por salvaguardar la cultura heredada y el saber-hacer. En otro sentido se discutió sobre la importancia de la comercialización, producción y caracterización de este tipo de especialidad cárnica. Lo anterior, dio como resultado la conformación de las directrices básicas para el desarrollo de una acción concertada para la gestión de un producto alimentario tradicional.

Uno de los principales logros obtenidos a partir del trabajo participa-

tivo, fue la organización de la Primera Feria del Chorizo Artesanal del Valle de Toluca en el año 2012, la cual se mantiene hasta el momento. Para ello, los productores tuvieron que fortalecer sus vínculos internos, conformarse como una asociación civil y trabajar en la expansión de su capital rural para acceder a los beneficios derivados de su vinculación con diferentes instituciones.

La idea de la Feria surgió de los productores, como una estrategia de difusión y comercialización del chorizo. Dicho evento cobró gran importancia no sólo por los beneficios económicos de los participantes derivados de sus ventas, sino también como estrategia mediante la cual los asistentes revaloraron y se identificaron con este producto local vinculado al origen.

El grupo Pro-chorizo y los integrantes de la asociación definieron un conjunto actividades para vincularse con el Ayuntamiento de Toluca, con la finalidad de gestionar un espacio dentro del Centro Histórico de la ciudad donde pudiera llevarse a cabo la primera Feria de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca; el lugar donde se realizó el evento fue en la plaza *González Arratia* uno de los espacios más importantes de la ciudad. Así también, se tuvo el apoyo para la gestión de permisos para la comercialización del producto el día del evento. El vínculo con el ayuntamiento influyó de manera positiva en cuanto a la difusión del evento en los medios de comunicación locales.

Por otra parte, resultado del vínculo con la Secretaría de Turismo del Estado de México, se logró la impresión de un millar de carteles, así como otro millar de programas con las actividades a realizar el día de la Feria. Otro de los bebeficios obtenidos de la relación con esta institución fue el préstamo de estructuras para los stands, pertenecientes al Instituto de Investigación y Fomento a las Artesanías del Estado de México, dependientes de dicha Secretaría. Se contó también con el apoyo de pequeñas empresas locales.

Igualmente, se logró el apoyo de la Universidad Autónoma del Estado de México que fue imprescindible para la realización del evento. La Facultad de Arquitectura y Diseño colaboró con la impresión de las invitaciones especiales, así como las constancias para los participantes. La facultad de Turismo y Gastronomía prestó el mobiliario para el concurso

FIGURA 2. Cartel publicitario Primer Feria Del Chorizo



Fuente: Jiménez (2013)

gastronómico. La facultad de Ciencias Políticas contribuyó con la difusión del evento, a través de la estación de radio de la Universidad, mediante la difusión de entrevistas relacionadas con la Feria. El Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales contribuyó con materiales de impresión, logística y con la canalización de los recursos humanos responsables de esta propuesta.

La realización de la Feria del Chorizo Artesanal del Valle de Toluca y los vínculos generados entre los diferentes actores del territorio a partir de la misma, permitieron el empoderamiento y la participación activa de los productores, a su vez, éstos tomaron consciencia acerca de la importancia que tiene el vincularse entre ellos y con los diversos actores del territorio para lograr sus objetivos.

Es importante señalar que el proceso del proyecto de vinculación te-

ritorial fue de aproximadamente dos años en los cuales el grupo Prochorizo, en conjunto con los productores, gestionaron la mayoría de los recursos canalizados al proyecto. Lo anterior resultó en una lección importante para los involucrados en el proceso, toda vez que aunque existe una literatura vasta sobre alimentos tradicionales, son muy pocos los ejemplos de intervención en territorios concretos. A partir de los resultados del proyecto, se vislumbra una posibilidad para revitalizar el anclaje territorial del chorizo del Valle de Toluca, así como de fortalecer y diferenciar a sus productores.

Actualmente, la acción colectiva de los productores continua latente, la feria del Chorizo sigue realizándose año con año y de forma esporádica se siguen desarrollando reuniones para gestionar una marca colectiva que certifique la calidad e importancia del chorizo artesanal.

Conclusiones

La gestión territorial es un aspecto indispensable al momento de desarrollar proyectos de desarrollo donde se requiere un mayor control sobre el manejo de los recursos. El desarrollo de las capacidades de vinculación territorial no es una tarea sencilla, puesto que implica articular una gran diversidad de actores, con diferentes intereses y visiones. Para ello es necesario converger en los objetivos centrales de la vinculación, con el afán de mantener un grupo motivado, lo que a su vez implica la construcción de redes de confianza y solidaridad entre los actores implicados.

En el desarrollo de proyectos, generalmente, llega un momento en que el grupo de beneficiarios debe trabajar por sí mismo, ya sin el apoyo de facilitadores y no sólo en aspectos de gestión sino también en el desarrollo de nuevos proyectos. Lo anterior significa que el desarrollo de capacidades de vinculación territorial es un aspecto sustantivo para la reestructuración de las cadenas productivas y de comercialización de alimentos emblemáticos en el contexto de la Globalización.

El grupo de productores que finalmente se decidió a participar en el proyecto, es un grupo de personas que tienen consciencia sobre la importancia (económica, social y cultural) de su actividad en el territorio del

Valle de Toluca. El papel de la producción de chorizo artesanal no sólo es económico, también cumple una importante función social al ser un modo de vida para las familias que han asumido la misión y el gusto de preservar una actividad con una gran profundidad histórica y que con el pasar de los años se ha construido como un fuerte marcador de identidad territorial.

El acercamiento con diferentes instituciones, necesario para la realización de la primera Feria de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca, fue una experiencia que permitió entender la manera en cómo trabajan las instituciones públicas, quienes carecen de un soporte financiero y administrativo para acoger iniciativas que tienen como objeto rescatar y revalorar la identidad territorial y el desarrollo de los productores de alimentos emblemáticos.

En otro sentido, el acercamiento entre productores e instituciones educativas proporcionó buenos resultados, puesto que es la academia quien ha mostrado mejores posibilidades para apoyar este tipo de proyectos, a partir de la vinculación entre diferentes actores. En relación a las instituciones privadas que contribuyeron en la realización de la feria se observó que hay pequeñas empresas, a nivel local, a quienes les interesa apostar por el desarrollo territorial, por lo que tuvieron un papel activo en la realización del evento.

Pese al importante papel que tiene la academia, los productores y la comunidad en este tipo de iniciativas, es fundamental que el Estado se involucre mediante políticas públicas orientadas al rescate y la puesta en valor del patrimonio agroalimentario. Igualmente, es sustantivo el ejercicio del gasto público, no sólo en el desarrollo de infraestructuras sino también en el desarrollo de capacidades que permitan la reproducción económica y cultural de los baluartes gastronómicos del Estado de México.

Literatura citada

- Delgadillo M. J., Torres. F. (2009). *La gestión territorial como instrumento para el desarrollo rural*. Estudios Agrarios, Procuraduría Agraria. México.
- Durston J. y Miranda F. (2002). *Experiencias y metodología de la investiga-*

- ción participativa. Políticas Sociales.* Naciones Unidas. Santiago de Chile.
- Elizondo C. (1997). Récord Guinness del chorizo de Toluca. Artículo recuperado de periódico El Sol de Toluca. Publicado el: 3 de octubre 1997.
- Fernández Z. M. (2010). *Distribución Geográfica, Producción y Comercialización del chorizo verde en el Valle de Toluca. Tesis de Licenciatura en Gastronomía.* Facultad de turismo y Gastronomía UAEM. Toluca, México.
- García-O.M., Bajo D. N., Blázquez M. E. (2012). La innovación tecnológica como variable determinante en la competitividad de los países *Revista de Encomia Mundial* 31, 137-166.Madrid
- Goodman L. (1961) *Snowball sampling. Annals of mathematical statistics.* Ithaca, United States of America
- Gómez G. M., Cámara L. L. (2003). *Orientaciones para la aplicación del enfoque del marco lógico. Errores frecuentes y sugerencias para evitarlos.* CIDEAL. Madrid.
- Haugland C., Tore G., Steinar H., Aage R., Knut S., Sletten E., Stoll I. y Strand. A. (1993). *Enfoque del Marco Lógico como herramienta para planificación y gestión de proyectos orientados por objetivos.* NORAD. España.
- Izquierdo, J. (2005). *Manual para agentes de desarrollo rural. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Mundial.* Madrid.
- Jiménez R. A., (2013). *Proyecto de vinculación Territorial para el aprovechamiento del Chorizo artesanal en tres municipios del Valle de Toluca.* Tesis de Maestría en Agroindustria Rural Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario UAEM. Toluca, México.
- Quintero, B, Santillán, A. Dublán, O. Viezca, C. y Catillo- Jardón, J. (2011) "Tipificación parcial de embutidos artesanales de la ciudad de Toluca: chorizo verde. *Nakameh*.5(1):10-26.
- Muñoz, R. (2000). *Diccionario enciclopédico de Gastronomía mexicana.* Edit. Clío. México.
- Pons, J.C., Sivardièrre, P. (2002). Manual de capacitación. *Certificación de calidad de los alimentos orientada a sellos de atributos de valor en países de América Latina.* ECOCERT y FAO. Santiago, Chile.

- Peroni, A. (2012). Claves del buen desarrollo territorial. Frontera Norte. Vol. 25, Núm. 49. Santiago de Chile. [fecha de consulta: Agosto 2015] Disponible en:
<http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S018773722013000100003&script=ciarttext>
- Rodriguez J. M. (2001). Los Sellos de Calidad en Alimentos ¿Qué Hay Más Allá de la Seguridad Alimentaria? CEGESTI. [fecha de consulta: agosto 2015] Disponible: <http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publications/publicacion14.pdf>
- SAGARPA (2015) Figuras Asociativas, el A,B,C. de las figuras asociativas Proceso para la constitución y funcionamiento Estructura organizativa [Fecha de consulta: julio 2015. Disponible en: http://www.sagarpa.gob.mx/desarrolloRural/Lists/Mujeres/Cuaderno%20del%20Participante/Attachments/2/Partic_2.pdf
- Sepúlveda. S. (2008). *Gestión del Desarrollo Sostenible en Territorios Rurales: métodos para la planificación*. IICA. San José, Costa Rica.
- Souza, ML. (1995). *Territorio: el, espacio y poder autonomía y desarrollo*. En: Castro, IE, Gomes, PCC, Correa, RL (Orgs) Geografía: conceptos y temas. Rio de Janeiro: Brasil.
- Ugarte, U.A. (2011). *Desarrollo de capacidades locales para la gestión, Decalogo un método una filosofía*. H D para el desarrollo. Madrid.
- Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G., Marescotti, A. (2010). *Uniendo personas, territorios y productos*. Guía para fomentar la calidad vinculada al origen y las indicaciones geográficas sostenibles. FAO
- Vandenberg, R.J.E. y Lance, Ch. (1992). Examining the causal order of job satisfaction and organizational commitment. *Journal of Management*, 18(1), 43-56.

II. PROPUESTA DE PRODUCCIÓN Y APROVECHAMIENTO INTEGRAL DEL MAGUEY PULQUERO EN JIQUIPILCO, MÉXICO

M. SANDRA BLAS YAÑEZ

M. MARÍA EUGENIA GUADARRAMA GUADARRAMA

M. MARIO LÓPEZ RODRÍGUEZ

M. CELIA GUZMÁN HERNÁNDEZ

Resumen

La presente experiencia, fue resultado de un proyecto de profesionalización, realizado con productores de maguey del municipio de Jiquipilco, Estado de México. El agave pulquero en el municipio es un recurso reconocido como un símbolo de identidad colectiva, al haber sido un cultivo de alta importancia económica durante el Porfiriato; y que actualmente sigue siendo aprovechado por diversos productores para obtener ingresos al gasto familiar.

Sin embargo en la zona de estudio como en otras zonas del altiplano mexicano la problemática del aprovechamiento desmedido que se le ha dado al cultivo, escasas prácticas culturales como la replantación, baja diversificación de productos, la desacreditación del pulque, individualismo, falta de mercado, entre otros problemas convergentes alrededor del cultivo de agave pulquero, han incidido y demeritado su representatividad productiva en el territorio.

Por lo que el objetivo del proyecto, se basó en sumar esfuerzos para reactivar el cultivo y generar estrategias pertinentes de producción y aprovechamiento integral del maguey pulquero en el territorio, que con intervenciones concretas constituyeron el sustento de esta investigación-acción.

El trabajo se cimento en la colectividad, intercambio de experiencias, innovación y articulación entre el saber-hacer tradicional y el conoci-

miento técnico; con lo que se logró el aprendizaje, apropiación y réplica de acciones colectivas en pro de reactivar la producción y aprovechamiento integral del agave pulquero en la zona de estudio.

Este capítulo se organizó en cinco partes, la primera aborda la introducción y antecedentes, seguida de la descripción de materiales y métodos utilizados en la investigación-acción, en la tercera parte se describen los resultados del diagnóstico participativo y de la programación de actividades durante el proceso de investigación acción-participativa; una cuarta parte del documento hace referencia a los principales resultados obtenidos a partir de la intervención y reactivación del cultivo en el territorio; finalmente se presentan las conclusiones.

Introducción

En Jiquipilco como en otras regiones del altiplano mexicano, el maguey pulquero ha sido desde la época precolombina, un importante recurso fitogénético y cultural de gran valor. El profundo conocimiento que tenían los indígenas sobre el maguey, les permitió aprovechar al máximo la planta completa (Abundis, 2007). Evidencias arqueológicas apuntan que hace más de 10,000 años los grupos nómadas ya utilizaban distintos tipos de maguey para la extracción de fibras, como fuente de alimento, bebidas, materiales de construcción y medicinas naturales (Cervantes, 2002). En el caso de Jiquipilco, la producción y aprovechamiento de agave pulquero se ha desarrollado a partir del asentamiento de la etnia otomí hace ya más de 500 años, desde entonces por generaciones ha perdurado el aprovechamiento del maguey, como una tradición arraigada culturalmente entre los pobladores de dicho municipio.

Así mismo, con base a información estadística nacional del SIAP (2011) (Servicio de información agroalimentaria y pesquera) el Estado de México ocupa el 3er lugar de superficie sembrada de maguey pulquero, con 1,406 has sembradas, donde Jiquipilco ocupa el 2do lugar en superficie sembrada, con 300 ha sembradas de maguey pulquero, durante el año agrícola 2011. Empero, a través del acercamiento a las comunidades de Jiquipilco, la interacción con los productores de maguey, así como de la

observación directa en campo, se ha detectado que la población de magueyes en el territorio ha ido decreciendo paulatinamente.

Principalmente se debe a que el maguey pulquero y sus derivados han ido perdiendo gradualmente importancia en la sociedad, al ser desplazados de los mercados regionales, debido a la competencia con otros productos agroalimentarios sustitutos o genéricos, que han creado una visión de poca rentabilidad del cultivo, desencadenando un importante proceso de contracción de la producción de maguey pulquero, generando un campo con bajo capital humano para seguir produciendo maguey y a su vez ha repercutido en la prosperidad ecológica y socioeconómica del territorio.

Una estrategia para revertir estos problemas, es el trabajo colectivo y la diversificación productiva, a través de un proyecto integral, que considere las condiciones sociales y materiales existentes en el medio rural, para vislumbrar posibilidades y oportunidades que contribuyan a transformar y mejorar la realidad de los productores de maguey. Siendo necesaria la vinculación con diferentes actores locales, instituciones de investigación, educación y gobierno, que con un trabajo coordinado logren llevar a cabo tácticas para revalorizar, mejorar y difundir la producción y aprovechamiento integral del maguey pulquero.

Para la realización de este proceso de activación, es evidente considerar a la acción colectiva como una fuerza de proximidad que favorece el desarrollo de confianza organizacional, con lo cual se puede generar mayor coordinación y cooperación entre los actores, considerando que a partir de este capital social es posible la obtención de beneficios comunes a partir de la utilización y aprovechamiento de las redes sociales (Flores y Rello, 2001). Tal acción colectiva lleva a relacionar el saber hacer, aprender haciendo y sociedad que a través de dinámicas de reflexión y acción colectiva organizadas desembocan en procesos de innovación (Requier-Desjardins *et al.*, 2003). Donde cada proceso de innovación contiene en si mismo dinámicas de aprendizaje colectivo e involucran una invención, en un grupo local de usuarios y de acuerdo un mercado, todo esto asociado a los recursos específicos del territorio en el que participan la capacidad de los actores para elaborar y difundir sus innovaciones (Requier-Desjardins *et al.*, 2003).

Entre los ejemplos de éxito de colectividad y activación de recursos ligados a un territorio y saber-hacer, se tiene el caso del *Retorno del vino de la costa de Berisso, Argentina* (Velarde, 2012), la *Producción de nopal en áreas periurbanas de la ciudad de México* (Ramos, 2012), entre otros proyectos sobresalientes de desarrollo territorial en América Latina, que fueron pauta para generar un proceso de recuperación de la producción de agave pulquero, a través de la capacitación, asistencia técnica, y puesta en práctica de mejoras e innovaciones productivas en las unidades de producción familiar (UPF)¹ de agave pulquero en el municipio de Jiquipilco, México.

Materiales y métodos

Localización de la zona de estudio

El presente estudio se llevó a cabo en el municipio de Jiquipilco, que se encuentra al noreste del Estado de México a 45 minutos de la Ciudad de Toluca. Cuenta con una extensión territorial de 276.46 kilómetros cuadrados y 71 comunidades (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010). Las comunidades donde se siembra maguey actualmente son: San Juan Jiquipilco, El Jaral, San Bartolo Oxtotitlán, San Miguel Yuxtepec, Santa María Nativitas, Rancho Colorado y Loma Hermosa, ubicadas en la zona montañosa del municipio (Figura 1); donde generalmente los magueyes se usan como cerca viva alrededor de las parcelas de maíz (Maldonado, entrevista personal, 20 de marzo de 2013). Las comunidades anteriormente citadas se caracterizan por contar con diversas formaciones montañosas y cerros, cuentan con alturas que fluctúan entre 2 000 y 2 850 msnm (metros sobre el nivel del mar), clima templado subhúmedo, con lluvias en verano (CDI, 2009). Los habitantes del territorio mantienen descendencia otomí, con profundas tradiciones, saberes, así como un fuerte arraigo cultural hacia el cultivo de maguey pulquero que los define e identifica.

¹ Unidad de producción familiar (UPF): Se refiere al conjunto de terrenos aprovechados total o parcialmente para la producción agropecuaria (PIDAASSA, 2006), en el caso del presente proyecto, destinadas a la producción de maguey pulquero.

MAPA 1. *Mapa de localización de comunidades con potencial en la producción de maguey pulquero en Jiquipilco.*



Fuente: Elaborado por Figueroa con base a trabajo de campo, (2013).

La actividad tradicional de los otomíes es la agricultura, dedicada especialmente a la producción de maíz para el autoconsumo; también siembran trigo, avena, alfalfa, cebada, papa y haba (CDI, 2009); alrededor de las parcelas acostumbran plantar maguey pulquero, ya que por las condiciones accidentadas de los terrenos y la condición liviana de los suelos, el agave funge como cerca viva y barrera rompe vientos, disminuyendo la erosión del suelo por arrastre hídrico o eólico. Al mismo tiempo el cultivo de maguey es aprovechado como fuente de alimento (aguamiel y pulque) y como condimento culinario de la cocina tradicional regional (pencas y cutícula) que en suma representan un recurso de amplia generación de ingresos económicos para las familias. Los cultivos se realizan con técnicas y herramientas tradicionales. Como complemento de la subsistencia familiar se crían animales de traspatio, como ovejas, cabras, cerdos, guajolotes, gallinas y pollos (INEGI, 2010).

CUADRO 1. *Esquema metodológico aplicado en la investigación*

Etapas de la Metodología IAP		Implementación y desarrollo de las actividades y herramientas		
Etapa 1: Diagnóstico	Actividades	Diagnóstico participativo	1) Acercamiento, convocatoria e involucramiento de la comunidad.	
			2) Conformación de un grupo de trabajo o muestra piloto.	
			3) Realización del diagnóstico participativo.	a. Ubicación y reflexión del problema a enfrentar.
				b. Acopio de información de la visita a parcelas.
c. Inventario y selección participativa de posibles mejoras				
d. Definiciones y compromisos para conocer las posibles soluciones.				
Etapa 2: Programación	Actividades	Programación e implementación de mejoras	a. Intercambios	
			b. Experimentación campesina	
			c. Visitas y días de campo a comunidades	
	Herramientas	a. Parcela	Ejemplo de una buena práctica de producción, que puede replicarse en otras UPF, para reparar problemas de producción existentes.	
		b. Testimonios	Reflexiones de experiencia vivida en la aplicación de mejoras de producción con obtención de resultados exitosos.	
		c. Demostraciones didácticas	Talleres y/o demostraciones participativas, incluyentes prácticas y visuales del uso de técnicas eficaces para mejorar la producción.	
Etapa 3: Conclusiones y propuestas	Análisis de la información recabada; elaboración de propuestas concretas y construcción del programa de acción integral.			
Etapa 4: Post-investigación	Pruebas en pequeño y entre varios, implementación de las mejoras: adopción, réplica, experimentación e innovación de las mejoras aprendidas, en la propia UPF, de tal forma que éstas enmiendas posibiliten la solución de problemas comunes presentes en el territorio.			

Fuente: Elaboración propia, con base a Alberich, (2008); Martí, (s/a); PIDAASSA, (2006).

La metodología empleada para este trabajo se basó la investigación acción participativa (IAP),² a la que se insertaron y adaptaron múltiples actividades y herramientas de trabajo, derivadas de la metodología de Campesino a Campesino (CaC).³ Con lo que se logró integrar el siguiente esquema metodológico (Cuadro 1), para la realización de la propuesta.

Resultados

Diagnóstico

El diagnóstico se realizó con el objeto recoger y dar continuidad al proceso de investigación caracterizado principalmente por el entorno y el contexto social del territorio a investigar. Por lo que, después de investigación documental, se procedió a realizar un recorrido por las comunidades del municipio de Jiquipilco reconocidas por su tradición y permanencia en la producción de maguey, de tal forma que se hiciera un reconocimiento contextual y de acercamiento a la problemática real que acontecía en el territorio.

Aunado a lo anterior, se buscó el acercamiento y contacto con un líder comunitario, reconocido y con experiencia en el tema a abordar. Quien a su vez fue el vínculo para contactar a otros líderes y autoridades locales, que ayudaron a convocar a los productores de maguey para constituir el grupo de investigación acción participativa (GAIP). Este grupo se conformó de productores conocedores y con experiencia en el tema y otros interesados en participar en el proyecto.

El diagnóstico participativo, se realizó a partir de una muestra de 50 encuestas semiestructuradas, debates de opinión con los grupos de tra-

² Investigación acción participativa (IAP): es una metodología que combina procesos entre la teoría y la práctica con la intencionalidad de generar el aprendizaje colectivo, bajo el eje rector reflexión-acción-reflexión, a través del debate, conciencia crítica sobre la realidad, el empoderamiento, el refuerzo y ampliación de las redes sociales, la movilización y acción transformadora de su entorno (Kirchner, s/a).

³ Metodología Campesino a Campesino (CaC): El objetivo de esta metodología, es el difundir los métodos de cultivo que se han forjado a través de los años entre los productores y asegurar la sobrevivencia de estos conocimientos sobre el aprovechamiento de la tierra y sus productos (PIDAASSA, 2006).

bajo bajo técnicas de participativas retomadas de la metodología aplicada antes descrita, así mismo se llevó un diario de campo donde se registraron los elementos sobresalientes para este proyecto y evidencia fotográfica.

Los resultados sobresalientes del diagnóstico se resumen en el cuadro 2.

Programación de actividades de IAP, con ayuda de herramientas de la metodología CaC

Como parte de la etapa de programación, se realizaron diferentes actividades para lograr generar propuestas pertinentes para la producción y aprovechamiento integral del maguey pulquero en el territorio, en primera instancia se consideraron los aspectos obtenidos del diagnóstico participativo. Donde simultáneamente la experiencia de intervención se basó en las actividades de la metodología CaC, como se describe a continuación:

- a) Intercambios, visitas y días de campo a nivel local, consistieron en organizar visitas colectivas a cada una de UPF de los integrantes de la sociedad cooperativa recién fundada, donde entre los propios productores se intercambiaron técnicas, innovaciones, saberes y habilidades que de alguna manera les han ayudado a mantener el cultivo de maguey y generar productos derivados de determinada calidad. Las herramientas utilizadas en cada caso, fueron la propia parcela del productor anfitrión, como ejemplo de una buena práctica de producción que fungiera como ejemplo explicativo, considerada como una alternativa para reparar los problemas encontrados en el diagnóstico. En estos espacios de intercambio los productores aprendieron unos de otros, siendo un grupo mixto tanto de edades como de género y de procedencia, los intercambios resultaron ser una dinámica efectiva para conocer el territorio, su sociedad, usos y costumbres así como para incidir en implementación de mejoras efectivas, considerando las especificidades de cada comunidad, según sus condiciones ambientales, económicas y socioculturales.

b) Experimentación campesina, esta actividad consistió en poner a prueba las técnicas de mejora aprendidas durante los intercambios y visitas a las UPF de las diferentes comunidades del municipio, considerando los testimonios sobre la experiencia vivida de sus vecinos productores, así como, poniendo en práctica las demostraciones didácticas participativas desarrolladas con anterioridad; de tal manera que como parte de una sociedad cooperativa y como un grupo social organizado, cada miembro se comprometió a practicar las técnicas de mejora en su propia parcela, a fin de contribuir activamente en la reactivación el cultivo de maguey en el territorio.

En resumen esta etapa facilitó el aprendizaje colectivo, se logró la identificación, apropiación y circulación de conocimientos a nivel local, tal etapa consistió en más de 20 sesiones participativas, donde asistieron en promedio 20 productores, las sesiones se realizaron semanalmente en un periodo de 9 meses, después de la conformación legal de la sociedad cooperativa. Entre las actividades, testimonios y demostraciones más enriquecedoras se tuvieron:

- Legalización de la Sociedad Cooperativa de R.L de C. V. “Productores de aguamiel y sus derivados del *Agave salmiana*”, ante la secretaria de economía con un total de 33 socios, con fecha 10 de julio de 2014 y la elección y constitución de sus consejos administrativos al interior de la organización;
- Práctica de deshidratación de aguamiel para obtener un concentrado sustituto de azúcar, alternativa para brindar mayor de vida de anaquel al aguamiel y mejorar el valor agregado para los derivados del agave pulquero;
- Práctica de campo para realizar buen manejo de agroquímicos y elaboración de composta orgánica con esquilmos de maguey;
- Visita a la experiencia de manejo de cultivo de maguey en bolsa de polietileno, con uso de abono orgánico proveniente de granja de traspatio y vermicomposta;
- Visita a almacigo de maguey en suelo, bajo un sistema de producción semi-intensiva;

CUADRO 2. Resumen de resultados del diagnóstico

Aspecto	VARIABLES	Resultado
Estudio socioeconómico de los productores de maguey	Edades y sexo	Promedio de edad 54 años, 79% participación masculina.
	Grado de escolaridad	Nivel básico
	Ocupación y actividades económicas	60% del GIAP tiene como actividad económica el maguey, y el resto actividades económicas suplementarias al cultivo de maguey.
	Principales problemas del cultivo	Escases de plantas, deficiente comercialización de derivados del maguey, falta de jóvenes que trabajen el maguey e invasión de pasto alfombra en zonas de cultivo.
Sistema de producción y manejo del cultivo de maguey	Variedades de maguey producidas	Verde (46%), ayoteco (29%) (Abastece la mejor calidad de aguamiel), mexicano (23%) y en menor proporción tlacameló (2%).
	Presencia de almácigos de maguey en UPF	Sólo el 15% de productores realiza almácigos en su UPF; 25% replantan directamente en camellón y 60% de los encuestados no realiza ningún tipo de práctica de repoblación.
	Magüeyes que se trasplantan al año	Del total de plantas aprovechadas al año, sólo se replanta 27% de la población faltante en camellón anualmente.

40% de los productores encuestados, venden su aguamiel y pulque a un acaparador.

31% de los productores vende aguamiel y pulque sin intermediarios

21% de los productores vende las pencas de maguey

7% de los productores elabora composta con esquilmo de maguey.

Sólo 1% productores elabora y vende el concentrado de aguamiel

El único valor agregado del pulque es sonorizarlo con frutas y semillas.

Se rige por la experiencia y percepción personal de cada productor

Sustitución generalizada de herramientas tradicionales y naturales, por elementos reciclados y de mayor durabilidad, lo que demerita la tradición y sabor.

Actividad productiva regida por género, el jefe de familia es quien extrae el aguamiel.

Hace 16 años existió una asociación de maguey, actualmente sin vigor. Sin embargo existe disponibilidad para organizarse legalmente. Con la finalidad de acceder a apoyos institucionales que ayuden a fortalecer la producción y diversificación del maguey.

Transmisión generacional de padres a hijos

A través de los años, se han deteriorado las técnicas de manejo, producción y aprovechamiento del maguey, siendo la minoría (personas de la tercera edad) quienes llevan a cabo buenas prácticas de manejo (BPM) del cultivo.

Estrategias de bajo impacto, que fomentan la exclusión y poca viabilidad; por desconocimiento de las necesidades y condiciones de vida de la población objetivo.

Productos y formas de comercialización

Comercialización de productos derivados del maguey

Atributos de los productos comercializados

Calidad

Herramientas utilizadas

Estructura de trabajo en las UPF

Organización

Organización entre productores

Adopción del conocimiento

El saber hacer y tradición

Reproducción del conocimiento

Iniciativas gubernamentales para reactivar el cultivo de maguey

Aspectos institucionales

- Elaboración participativa de un almacigo en suelo, con apoyo de los socios de la cooperativa, uniendo trabajo y experiencia de los afiliados y sus familias;
- Taller gastronómico, para elaborar mermeladas con fruta y verdura de huertos de traspatio, dulces de amaranto, calaveras de amaranto y panes, a manera de generar innovaciones culinarias para fomentar el uso del concentrado de aguamiel (miel de maguey, sustituto de azúcar);
- Intercambio de experiencias en la feria agropecuaria en Rancho Tiacaque, Jocotitlán, México;
- Capacitación gestionada y recibida a través de ICAMEX (Instituto de Investigación y Capacitación Agropecuaria, Acuícola y Forestal del Estado de México), para orientar a los productores sobre las diversas formas de propagación de agave pulquero y sus beneficios de la recombinación genética a través del uso de semillas autóctonas como progenitoras de plántulas de maguey;
- Visita a la UPF de maguey pulquero, con manejo agroecológico, sistema de poda de pasto por medio de ganado ovino, con nulo uso de agroquímicos;
- Elaboración de macetas con diferentes partes de la planta de maguey;
- Práctica participativa para elaborar papel artesanal con la fibra y esquilmos de maguey pulquero, representando un uso alternativo para elaborar artesanías;
- Planificación y realización participativa de una muestra cultural denominada “*Maguey identidad de Jiquipilco*”, como un ejemplo para detonar el potencial agroturístico que posee el territorio y sus actores en el sector.

Descripción de la etapa de conclusiones y propuestas de la IAP

En esta etapa de la investigación-acción, se realizó el análisis de la información recabada, desde la búsqueda de información bibliográfica, segui-

do del diagnóstico participativo, la aplicación de encuestas, el diario de campo, las prácticas emprendidas, la convergencia de conocimientos y actividades desarrolladas en la etapa de programación y la evidencia fotográfica, que formaron la base para la redacción de propuestas concretas, en un programa de acción de integral (Cuadro 3 y 4) que retoma el cultivo de maguey como un recurso con alto potencial de uso, desde el punto de vista agroecológico, como base de una economía multifuncional, hasta como un rasgo de identidad anclado socioculturalmente al territorio.

El siguiente Cuadro 4, hace referencia a las diferentes partes de la planta de maguey que pueden ser aprovechadas integralmente, de acuerdo a los procesos y prácticas de manejo del cultivo durante su crecimiento. Siendo esta una forma adecuada, para obtener el mayor beneficio posible de cada planta de maguey.

Puesta piloto del programa de acción integral

Finalmente la fase post-investigación, se realizó de poco en poco y entre todos los socios de la cooperativa, basada en la búsqueda de soluciones pertinentes ante los problemas detectados en lo colectivo. Siendo así, que en el reglamento interno de la propia colectividad la asamblea general determinó que cada uno de los talleres, experimentaciones, demostraciones didácticas y ejemplos de buenas prácticas de producción deberían ser apropiadas y replicadas en cada UPF de los miembros de la cooperativa. La implementación de tales mejoras han producido impactos positivos, al lograr durante el 2014, la replantación de 8 400 ejemplares de maguey en almacigos de traspatio (cifra que aumentó para el año 2015); la realización de concentrado de aguamiel por cada productor, que ha proporcionado una alternativa viable ante la saturación de mercado del pulque en ciertos meses del año, y evitando así tirar el aguamiel producida, dándole mayor vida de anaquel, además de generar una fuente de ingresos extra al gasto familiar. Del mismo modo la utilización del tallo del maguey como maceta y el uso de la fibra sobrante del “chon-

CUADRO 3. Propuesta de producción integral del maguey

		FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4
Obtención de plántulas de agave					
		Asexual			
Sexual				Trasplante	Cosecha
Germi- nación de semillas	Propaga- ción in vitro	Propaga- ción por rizoma	Crecimiento en almacigo	Desarrollo	Madurez fisiológica
Siembra de semillas viables en sustrato y charolas de germi- nación	Desin- fección, disección y clonación del material vegetativo.	Selección de ejemplares de menos de tres generaciones.	Establecimiento de plántulas verdes, libres de plagas y enfermedades, en almacigo previamente abonado y preparado.	Trasplante de plantas de 2 a 3 años de edad, en camellones a distancia de 3 a 4mts entre planta y planta.	Desquiete o capado (concen- tración de azúcares en piña)
					Madurez reproduc- tiva
					Obtención de semillas

Labores culturales	
Proporcionar iluminación e hidratación necesaria, para obtener radícula y hojas verdaderas	<p>Generación de brotes en medio de cultivo y en condiciones controladas, hasta obtener radícula y hojas verdaderas</p> <p>Limpiar rizoma con cuchilla afilada, sin dañar la raíz principal.</p> <p>Generación de brotes en medio de cultivo y en condiciones controladas, hasta obtener radícula y hojas verdaderas</p>
	<p>Fertilización y deshierbe permanente a partir de pastoreo controlado de ganado menor (ovinos, caprinos, aves).</p> <p>Incorporación de esquilmo del propio maguey y otros abonos orgánicos, 3 veces anualmente en la base de la planta.</p>
	<p>Fertilización con abono orgánico (2 veces/año en época de sequía) y/o químico (1 vez/año en temporada de lluvia).</p> <p>Deshierbe manual y/o químico (a dosis recomendadas por el fabricante) para evitar el pisoteo por ganado.</p>
	<p>Cortar el escapo floral cuando alcanza una altura de 50 cm.</p>
	<p>Dejar reposar por 3 a 12 meses el pequeño boquete hecho en la piña, antes de comenzar a raspar diariamente.</p>
Obtención de plantas sanas, listas para desarrollar en almacigo.	<p>Poda de hojas basales durante el crecimiento, hasta obtener plantas de 80 a 100 cm de altura</p> <p>Poda de hojas basales, hasta llegar a la madurez fisiológica a los 8 ó 10 años</p> <p>Selección y obtención de semillas negras (viables)</p>
Obtención de plantas sanas, listas para desarrollar en almacigo.	<p>Aprovechamiento integral del maguey</p>
	<p>Corte de inflorescencia madura, antes de que eclosionen la cápsula.</p> <p>Secado de cápsulas en UPF</p>

CUADRO 4. *Propuesta de aprovechamiento integral del maguey*

FASE 3		FASE 4	
Trasplante	Cosecha		
Desarrollo	Madurez fisiológica	Madurez reproductiva	
Aprovechamiento integral del maguey			
Planta completa	Piña	Inflorescencia	
Uso en la conservación de suelos, cerca viva y cortina rompevientos.	Aguamiel	Uso en la gastronomía regional (flores frescas)	Selección y obtención de semillas negras (viables) de cápsulas secas
Generación de rizomas			
Hojas	Agroindustria		Quiote
Producción de insectos comestibles, hongos de maguey.	Pulque	Miel, azúcar, vinagre, aguardiente.	Quiote verde uso gastronómico como postre. Quiote seco, uso como combustible y morillos para la construcción. Elaboración de macetas y diversas artesanías.
Uso en la gastronomía regional (cutícula o penca completa)	Curados de frutas	Sub-productos a base de miel de agave	
Obtención de ixtle o fibra textil del agave			
Esquilmo			
Abono orgánico			
Alimento para ganado			
Elaboración de papel artesanal con fibra de agave			
Chonteco (Piña seca)			
Elaboración de macetas, bancos, nidos, mesas (artes plásticas)			
* Industria: Inulina, Biocombustibles, Conglomerados.			

*teco*⁴ para realizar papel artesanal, han fomentado la limpieza de camellos para replantar magueyes jóvenes en esos espacios, lo que repercute en la recuperación de las plantaciones a mediano plazo.

Discusión

El factor mano de obra, remuneración económica y cambios en las preferencias del consumidor son aspectos que evolucionaron y siguen transformando el cultivo de maguey pulquero. Siendo que la producción de maguey en Jiquipilco se utiliza exclusivamente para elaborar pulque y en segunda opción para proveer pencas a la gastronomía regional, ha implicado en el primer caso la migración de jóvenes a las ciudades en busca de mejores oportunidades de bienestar, al considerar una remuneración irrisoria por la producción de pulque, contradictoria con la inversión de trabajo físico arduo y el tiempo de desarrollo del mismo maguey. En el segundo plano, la demanda de pencas de maguey para la gastronomía regional, ha generado el despoblamiento del agave en la región, aunado a que los *tlachiqueros*⁵ siguen aprovechando las plantas de maguey para extraer aguamiel, sin preocuparse por repoblar, al mismo tiempo que por la demanda culinaria, las plantas de maguey son podadas en su totalidad en muchos casos, para proveer a los *barbacoyeros*⁶ de materia prima para sus preparaciones.

Las consecuencias del despoblamiento del agave pulquero en la región no solo repercuten en la economía de la sociedad, sino que además trae consigo la pérdida de variedades autóctonas, la generación de cárcavas y pérdida de suelo de las zonas montañosas del territorio, a su vez la pérdida de suelo implica que no exista suficiente suelo arable para la producción de maíz y hortalizas anuales que conforman la canasta básica de

⁴ *Chonteco*: es la base del maguey después de raspado y de haber utilizado las pencas sobrantes para uso en la gastronomía regional, localmente conocido como la *jícara o corazón* de maguey.

⁵ *tlachiquero*: labrador del cultivo de maguey, quien se encarga de extraer dos veces al día el aguamiel de los magueyes y lo lleva al tinacal para procesarlo en pulque (Conaculta, 2000).

⁶ *barbacoyero*: persona que tiene como actividad económica la elaboración de barbacoa de ovino, para lo cual requiere de pencas de maguey como elemento tradicional que le trasfiere un sabor particular y proporciona calor durante la cocción.

autoconsumo de las familias. Por tanto la importancia de generar estrategias de producción y aprovechamiento integral de este recurso identitario de la sociedad que reside en Jiquipilco.

En el caso explorado de productores de maguey pulquero de Jiquipilco, México; se pudo observar que el marcado valor que distingue a tal cultivo y su permanencia a lo largo de la historia del territorio es el saber hacer propio de los productores de maguey, un saber hacer que como el caso del *Vino de la Costa Berisso, Argentina* (Velarde, 2012) se ha sabido transferir de generación en generación de manera oral y práctica, donde las técnicas productivas y de aprovechamiento permanecen arraigadas a usos, costumbres y cosmovisiones; pero que a su vez de poco en poco se innovan y transforman para permitir mantener los magueyales y su posterior transformación en pulque, concentrado de aguamiel, artesanías o combustibles. En este contexto la producción de agave pulquero puede afirmarse que es parte de la cultura local, ya que posee raíces ancestrales y tradicionales como en los casos de la producción de panela, las queserías de Cajamarca, las fábricas de bocadillo de Barbosa o de las rallanderías de yuca del Cauca de Colombia (Boucher, 2000).

Lo que facilitó el aprendizaje para la producción, identificación, apropiación y circulación de conocimientos a nivel local, de la propuesta de producción y aprovechamiento integral del maguey pulquero en Jiquipilco, fue la organización colectiva. La conformación de una sociedad cooperativa, fungió como estrategia para permitir la representatividad de los productores, resurgir la producción de maguey y ser acreedores a beneficios colectivos a favor de sus objetivos colectivos. En este sentido es necesario que la participación de agentes técnicos orienten a los socios de la cooperativa, para planificar objetivos y metas congruentes a su entorno y realidad, para disuadir pensamientos individualistas y desconfianza al interior de la asociación. Otro factor importante dentro de las innovaciones generadas en el ámbito local fue el contraste de diferentes experiencias de cada productor con las experiencias particulares, que facilitaron la adopción de innovaciones en la producción de agave, sus alternativas de agroindustrialización y posibles formas de comercialización, en este caso en las expo ferias agroalimentarias.

Conclusiones

A partir de diagnóstico participativo y la revisión bibliográfica, se pudo identificar que los procesos endógenos de saber-hacer y su transmisión generacional han contribuido a perpetuar la tradición pulquera en el municipio, así mismo considerar al maguey pulquero como un símbolo de identidad colectiva.

Se ha podido concluir que el capital social de la comunidad rural puede ser un motor para la implementación de acciones colectivas que permiten transformar su realidad, bajo un verdadero proceso de reactivación, fortalecimiento y aprovechamiento integral del agave pulquero considerando su larga tradición y saber-hacer. Considerando el valor de uso del maguey pulquero, como un recurso que ayuda y sostiene el bienestar ambiental, cultural y socioeconómico del territorio.

En este proceso de investigación acción, se logró: la constitución legal de la sociedad cooperativa “Productores de aguamiel y sus derivados del *Agave salmiana*”, conformada por un grupo estable de 18 socios activos (productores de maguey pulquero); la agroindustrialización de aguamiel en concentrado, que se vende a nivel local de productor a consumidor; y la replantación de magueyes en almacigo, técnica que se ha esparcido y reproducido por los propios socios de la cooperativa y productores no asociados dentro y fuera del territorio.

A partir de la investigación-acción realizada, se pudo vislumbrar la posibilidad de que las características particulares de clima, suelo, ambiente socioeconómico y cultural que se mantienen en Jiquipilco son favorables para que la agroindustria rural sobre la producción del agave pulquero se torne competitiva ante las necesidades del mercado.

Las innovaciones en el aprovechamiento del maguey pulquero como recurso agroindustrializable fortalecen nuevas estrategias para mejorar los ingresos de los productores y el bienestar rural.

Bibliografía

- Abundis, B. 2007. Monografía de agave pulquero. Secretaría de Desarrollo Rural del Estado de Puebla. 4-20. archivo pulquero.
- Boucher, F. 2000. Agroindustria rural en el horizonte del 2000. Serie de documentos de trabajo. PRODAR, núm. 9. Lima, Perú.
- CDI (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas), **2009**. Otomíes del Estado de México- Hña Hñu. Jueves 22 de octubre de 2009. Consultado el 23 de octubre de 2014. Disponible en línea: http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=632&Itemid=62.
- Cervantes, M. 2002. Plantas de importancia económica en las zonas áridas y semiáridas de México. Archivo: IV agaves ssp. UNAM, México, D.F. pp. 63-72.
- CONACULTA. 2000. Maguey, artes de México. Revista núm. 51. México, D. F. 79p.
- Flores, M. y Rello, F. 2001. Capital social: virtudes y limitaciones, ponencia presentada en la coferencia regional sobre capital social y pobreza, CEPAL. Universidad del Estado de Michigan, Santiago de Chile. 24-26 septiembre.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). 2010. Censo de Población y Vivienda 2010. Marco Geoestadístico Municipal 2010. Consultado el 23 de mayo de 2013. Disponible en: <http://www.microrregiones.gob.mx/zap/datGenerales>
- Kirchner, A., s/a. La investigación acción participativa (IAP) consultado el 08 de junio de 2014. Disponible en: <http://forolatinoamerica.desarrollsocial.gov.ar/galardon/docs/Investigación%20Acción%20Participativa.pdf>.
- Martí, J. s/a. La investigación acción participativa. Estructura y fases. Experto en nuevas metodologías de las ciencias sociales de la Universidad Complutense de Madrid. Capitulo consultado el 08 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.ugr.es/~erivera/PaginaDocencia/Posgrado/Documentos/InvestigacionColaborativa.pdf>.
- PIDAASSA (Programa del Intercambio Dialogo y Asesoría en Agricul-

- tura Sostenible y Seguridad Alimentaria en América Latina y el Caribe). **2006**. Construyendo procesos “de Campesino a Campesino”. Redactor principal, PIDAASSA-Pan Para el Mundo, Lima 2006. 150 p.
- Ramos, A. 2012. Acción colectiva y producción agroalimentaria: el caso de la producción de nopal en áreas periurbanas de la Ciudad de México. *En: Sistemas Agroalimentarios Localizados en América Latina. Alternativas para el desarrollo territorial*. Coordinadores Boucher, F., Espinoza, A. y Pensado, M. pp. 163-186.
- Requier Desjardins, D., Boucher, F., y Cerdán, C. 2003. Globalization competitive advantages and the evolution of productive systems: rural food and localized agri-food systems in Latin America Countries. *Entrepreneurship and regional development*, 15. pp. 49-67.
- SIAP (Servicio de información agroalimentaria y pesquera). **2011**. Consultado el 5 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.siap.gob.mx>.
- Velarde, I. 2012. ¿Alimentos identitarios? *Retorno del vino de la costa de Berisso, Argentina*. *En: Sistemas Agroalimentarios Localizados en América Latina. Alternativas para el desarrollo territorial*. Coordinadores Boucher, F., Espinoza, A. y Pensado, M. pp. 231-260.

III. RESILIENCIA Y TERRITORIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE AMARANTO (*AMARANTHUS SPP.*) EN SANTIAGO TULYEHUALCO, XOCHIMILCO

DANIEL DE JESÚS CONTRERAS,
IRMA LUZ RAMÍREZ DE LA O,
HUMBERTO THOMÉ ORTIZ,
CARLOS VIESCA GONZÁLEZ

Introducción

Diversos estudios sobre lo que se ha denominado “agricultura tradicional” y “sistemas de producción tradicional” (González, 2003; Delgado, 2004; Pérez et al., 2014) han destacado la importancia de conservar *in situ* la diversidad genética de especies animales y vegetales criollas o nativas, así como el agroecosistema en el que se reproducen y los métodos de producción autóctonos. Lo anterior es especialmente relevante si se consideran las múltiples aportaciones de la agrobiodiversidad al mantenimiento del equilibrio ecológico y a la continuidad de muchas prácticas culturales asociadas con el uso de la tierra y el manejo de cultivos.

Históricamente, las zonas rurales han albergado una agrobiodiversidad propia, que forma parte de su repertorio patrimonial y es un componente esencial de sus prácticas alimentarias. En muchos casos es la biodiversidad agrícola, junto con los agroecosistemas, lo que posibilita el mantenimiento de las características rurales de pueblos y comunidades que han sustentado su configuración productiva precisamente en actividades agrícolas, pecuarias y forestales. Sin embargo, la expansión de las grandes urbes, el crecimiento poblacional, el desarrollo tecnológico, entre otras causas, está amenazando no sólo la sobrevivencia de estas comunidades rurales, sino también la diversidad de especies vegetales y animales que son el sostén económico, afectivo y emocional de muchas familias campesinas.

El pueblo de Santiago Tulyehualco, localizado en la Delegación Xochimilco de la Ciudad de México, constituye un ejemplo ilustrativo de esta paradoja. Por un lado, la expansión de la zona urbana inmediata está originando un declive de las actividades agrícolas, estimulado por la venta de predios para la construcción de casas-habitación y por la poca rentabilidad de la agricultura. Pese a ello y para infortunio de quienes desestiman el valor de los sistemas agrícolas tradicionales, en el contexto de la globalización, en Tulyehualco los campesinos productores de amaranto, aún mantienen muchas de sus prácticas agrícolas ancestrales, como el cultivo en chinampas, la asociación y rotación de cultivos o el manejo de terrazas, por considerarlas relevantes en el mantenimiento del agroecosistema, en la conservación del territorio y en la continuidad de la estructura rural de la comunidad.

El presente capítulo aborda la permanencia y/o resistencia de estas prácticas que son analizadas en una doble vertiente: primero consideramos que la capacidad de resiliencia del sistema productivo local del amaranto, ante los embates de un desarrollo urbano desorganizado, lejos de significar un abandono de la agricultura tradicional, ha estimulado su continuidad debido a la importancia que adquiere la preservación del agroecosistema y la diversidad genética que representan las variedades locales de este cultivo: en segundo lugar, y ya que entre los productores un objetivo claro es la conservación del territorio para la producción de amaranto, se asume la existencia de procesos de territorialización y patrimonialización; es decir que la defensa del territorio sólo adquiere sentido en la medida en que interactúan las condiciones ecológicas y las prácticas culturales desplegadas por los productores para la producción y reproducción del patrimonio alimentario. En ese sentido, destacamos que se trata de un territorio donde predominan las actividades agrícolas tradicionales; existen identidades arraigadas en un patrón étnico; se asientan sociedades conservadoras donde se observa mayor control social que en las zonas urbanas, y comprende espacios conservados desde la perspectiva ecológica que proveen importantes servicios ambientales a las zonas urbanas de la Ciudad de México (Thomé-Ortiz, 2015; Thomé-Ortiz et al., 2014).

El objetivo del presente capítulo consiste en analizar las estrategias de resiliencia y territorialización llevadas a cabo por los productores de ama-

ranto de Santiago Tulyehualco, Ciudad de México, para la continuidad del sistema productivo tradicional y la preservación del territorio. Para ello, el documento se ha dividido en cinco apartados: el primero discute, a manera de antecedentes, los conceptos de resiliencia y territorialización; el segundo, presenta la metodología empleada, así como una breve descripción de la zona de estudio; el tercero analiza las estrategias de resiliencia del sistema productivo local del amaranto frente a la urbanización de las áreas de cultivo; enseguida se discuten las formas de territorialización de la producción de este alimento y finalmente se presenta un apartado de conclusiones.

Antecedentes

En América Latina, el sector rural ha experimentado un proceso de reestructuración productiva, desde principios de la década de los setenta, período en el que la mayoría de los países del continente manifestaron una crisis aguda, derivada de los ajustes estructurales en las economías nacionales y de los cambios en las políticas agrarias que modificaron de forma importante el funcionamiento del sector agropecuario (Teubal, 2001). Esta crisis se vio agudizada durante los años ochenta y noventa por la liberalización forzada de las economías nacionales que supuso el retiro del Estado en la promoción del agro en favor de la inversión privada, la modernización de la producción agrícola, la apertura comercial y la autorregulación de los mercados; en suma, la inserción de las economías campesinas en el proceso de globalización (Bonnal *et al.*, 2004). Lo anterior, supuso la adopción de un modelo de desarrollo rural —conocido ampliamente como “Revolución Verde”— basado en la mecanización de la agricultura, el extensionismo agrícola y la transferencia de innovación a través de paquetes tecnológicos.

El discurso de este modelo agrícola sostenía que, para que los sectores rurales alcanzaran el desarrollo, estos debían ser competitivos y adaptarse a las exigencias del mercado, lo cual suponía el incremento de la producción mediante la *modernización* de la agricultura, esto es, la adopción de paquetes tecnológicos en sustitución de los sistemas tradicionales

de producción, de manera que ello permitiera el tránsito de una agricultura de subsistencia hacia una agricultura comercial. Sólo de esta manera, el campesinado podría salir del atraso y ser “moderno” (Kay, 2002). Ante este escenario, se esperaba que la agricultura tradicional fuera desapareciendo paulatinamente y que los sistemas agropecuarios intensivos se posicionaran como el modelo dominante de producción.

Aunque es un hecho que en la actualidad la producción agrícola y pecuaria está fuertemente influenciada por modelos productivistas centrados en la competitividad y el crecimiento del sector primario, también es cierto que los sistemas agrícolas tradicionales no sólo no han desaparecido como se esperaba, sino que estos se han reinventado y adaptado a los contextos económicos, políticos y sociales que amenazaban su continuidad (Remmers, 1993; González, 2007). Al parecer, lo que se ignoró en los análisis sobre el futuro del agro latinoamericano fue la capacidad de respuesta de los campesinos y agricultores tradicionales frente a las amenazas externas que producían y de hecho, siguen produciendo cambios. Se les asumió como seres pasivos cuya única opción era aceptar acriticamente la imposición de nuevos modelos de producción (Pérez *et al.*, 2014).

Este hecho, aunque pudiera parecer una nimiedad, en realidad resulta de la mayor relevancia si se profundiza en el análisis de las estructuras culturales y sociales de pueblos campesinos e indígenas en los que se encuentran encastrados los principios y la filosofía que dan origen a los sistemas agrícolas tradicionales. Dicho de otro modo, lo que no se ha comprendido del todo es que para estos grupos, la agricultura no sólo se relaciona con la obtención de una determinada cantidad de alimentos, sino que implica también el cuidado de los recursos naturales, la defensa del territorio, los vínculos afectivos y emocionales con el espacio, la reproducción social y biológica de la familia o el establecimiento de relaciones sociales intra y extra comunitarias.

Para Camarero y Del Pino (2014), la capacidad de actuación, respuesta y anticipación de las sociedades rurales y de los sistemas productivos locales, para mantenerse en su estado original o reorganizarse sin perder sus principios básicos de operación, se debe a su alta resiliencia. Justamente, este término hace referencia a la propensión de un sistema para retener su estructura organizacional y su productividad tras una pertur-

bación, manifestándose en dos dimensiones: resistencia a eventos extremos y la capacidad de recuperación del sistema. Aplicado a los agroecosistemas y/o sistemas tradicionales de producción estos son resilientes sin son capaces de continuar produciendo alimentos a pesar de sequías o tormentas severas (Altieri y Nicholls, 2013).

Nótese que en la propuesta de los autores existe un sesgo hacia las perturbaciones climáticas como causas determinantes de la resiliencia, lo cual se entiende porque este concepto saltó a la palestra académica precisamente a partir de la evidencia de los efectos nocivos del cambio climático en los sistemas agrícolas (Córdoba y León, 2013). Sin embargo, otros factores como la urbanización (Calderón, 2016; De Jesús et al., 2016), el relevo intergeneracional de las familias campesinas, la modernización y diversificación productiva en los hogares rurales (Camarero y Del Pino, 2014) y la migración rural-urbana (FAO, 2016) han sido igualmente analizados en el contexto de la resiliencia de los sistemas agrícolas tradicionales. Así pues, existe consenso entre los expertos sobre el papel que las prácticas tradicionales y su enlazamiento con estrategias ecológicas puede jugar en la productividad, la sostenibilidad y la resiliencia de los sistemas agrícolas locales (Altieri y Nichols, 2013).

Como se apuntaba en la parte introductoria, en el caso observado, se atestiguó que la conservación del territorio significaba un aspecto fundamental de la producción de amaranto, toda vez que se entendía más allá de sus límites geográficos o aspectos físicos, en su lugar, se concebía en su dimensión sociocultural como reservorio de símbolos asociados con la figura del campesino/productor de amaranto, el papel de la familia en las actividades agrícolas, los vínculos sociales entre productores y comunidad y la importancia del suelo rural en la preservación de las variedades locales. Esto condujo a plantear la posibilidad de incorporar al análisis los procesos de territorialización del amaranto en Tulyehualco, los cuales también estaban fuertemente entrelazados con ciertos esfuerzos de patrimonialización local como forma de resistencia y adaptación a los cambios experimentados en el sistema productivo, siendo el principal de ellos el desarrollo urbano desorganizado y caótico.

Aquí el tema de la territorialización se sitúa en un campo distinto al que lo ubica como una geografía política (Schenider y Peyré, 2006) debi-

do a que no es de nuestro interés profundizar en el análisis de las relaciones de poder que posibilitan y/o limitan la producción de amaranto, sino destacar los esfuerzos colectivos desde lo local para vincular este cultivo con su lugar de origen. Al respecto, Torres (2016) observa, desde la perspectiva de los sistemas agroalimentarios, que la territorialización está muy vinculada con procesos de patrimonialización de los recursos locales, toda vez que implica una necesaria interacción entre el patrimonio natural y el cultural de las comunidades rurales. En ambos casos se movilizarían acciones colectivas, las capacidades de las organizaciones, gobiernos y asociaciones locales y mercados que demandan productos con sellos de identidad.

Así, a través de la patrimonialización, los productos locales y los sistemas productivos que les dan soporte quedan unidos al territorio; es decir, son territorializados o encastrados en un lugar de referencia, y entonces, la territorialización pasaría a formar parte de una de las estrategias de resistencia, adaptación y adaptabilidad de la producción agroalimentaria tradicional a una diversidad de factores externos y contextuales.

Metodología

El presente trabajo aborda un estudio de caso de tipo cualitativo (Stake, 2000) que se centró en la relación entre la conservación de los agroecosistemas del suelo rural de la Ciudad de México y la puesta en valor de los productos agroalimentarios asociados con dichos ecosistemas. Para ello se realizó una investigación documental que abarcó la revisión de documentos históricos y de información técnica proporcionada por los archivos del Sistema Producto Amaranto de la Ciudad de México. Igualmente, se llevó a cabo trabajo de campo entre abril de 2013 y agosto de 2014, consistente en la aplicación de entrevistas semiestructuradas y observación participante en los espacios de producción, transformación y comercialización del amaranto.

Los informantes fueron determinados en función de los siguientes criterios: i) que tuvieran una relación directa con la producción de amaranto; ii) que fueran agentes interesados en las diversas políticas aplicadas

o concernientes al producto; y iii) que gozaran de un reconocimiento social entre los productores de amaranto. Se entrevistaron a actores como: productores, transformadores, comercializadores, representantes de instituciones gubernamentales, académicos, autoridades locales y personas de la comunidad. Dichos informantes fueron divididos como actores primarios y secundarios en función de la relación que tenían con el producto.

Se aplicaron un total de 32 entrevistas. La muestra se determinó de acuerdo con el método no probabilístico de bola de nieve (Berg, 2006), a partir de los datos iniciales proporcionados por un productor, fuertemente ligado al cultivo de amaranto. Dichas entrevistas se enfocaron en aspectos como: los métodos de producción primaria, transformación y comercialización; las características del agroecosistema en el que se cultiva el amaranto; los esfuerzos colectivos para la revalorización del producto y del territorio; el papel del amaranto en la reproducción de la estructura rural de la comunidad, y las presiones externas que amenazan la reproducción de ese sistema productivo tradicional.

La unidad de observación se determinó en función de algunos criterios básicos, como: que se tratara de un territorio con una producción agrícola emblemática, en este caso el amaranto; que su actividad económica más característica fuera dicho producto; que su comunidad tuviera fuertes lazos de identificación con el sistema productivo. Se utilizó el método etnográfico para la interpretación de los datos obtenidos, debido a que éste permite el estudio y la descripción sistemática de la cultura, a partir de una observación minuciosa. Pese a que no se integra una etnografía en el sentido estricto de la palabra, el método se empleó como una estrategia cualitativa de investigación social, cuyo núcleo central fue la preocupación por captar el significado de las acciones y los sucesos de la realidad estudiada (Spradley, 1979, cit. en Ameigeiras, 2006).

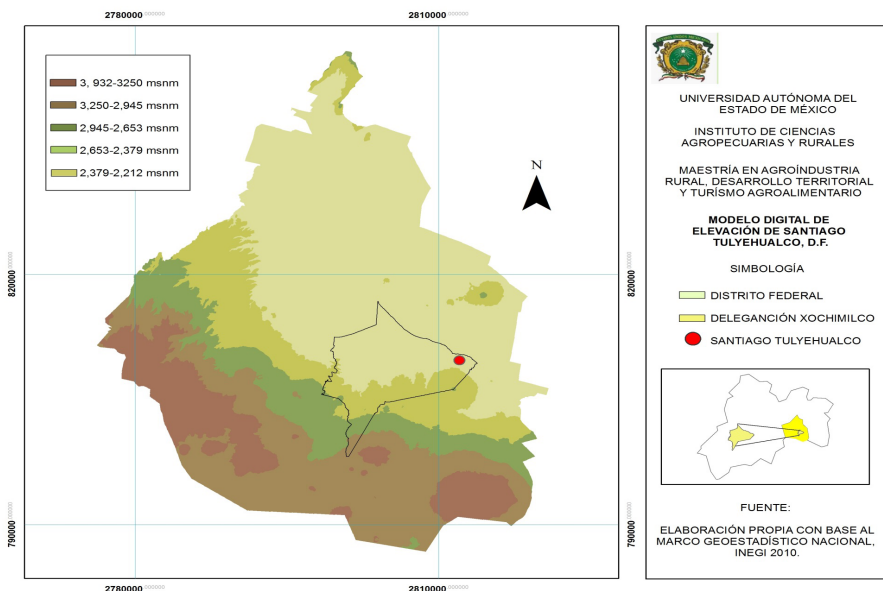
Zona de Estudio

Santiago Tulyehualco, que significa “en el cerco de los Tules”, es parte del antiguo sistema lacustre del Valle de México, cuyo peculiar ecosistema dio por resultado un modo de producción agrícola en chinampas, característico de la zona centro de México. El poblado limita al norte con la

Delegación Tláhuac; al sur con Milpa Alta; al este con el poblado de San Juan Ixtayopan, y hacia el oeste con los pueblos de San Luis Tlaxialtemalco y San Gregorio Atlapulco. Cuenta con una extensión territorial de 15 km² (Ramírez, 2007) y se localiza en las coordenadas 19°13' 25" de Latitud Norte y 99°01'48" de Longitud Oeste, con una altitud que oscila entre 2500 y 2625 msnm. Su producción más característica es el amaranto, del que se conocen tres variedades criollas (Yeztic, Calyecac y Cazadora), asociadas específicamente con el terruño. El amaranto, o *huauhtli* en náhuatl, es una planta que pertenece a la familia de las amarantáceas y al género *Amaranthus*, de la cual se conocen más de sesenta especies distribuidas en el mundo. En México la variedad más abundante es el *Amaranthus hypochondriacus* (Espitia et al., 2009). El grano se consume como cereal o en diversos productos (galletas, pasteles, dulces típicos), mientras que las hojas de la planta se consume como quelite.

Se trata de una comunidad que ostenta el carácter de Pueblo Originario de la ciudad, lo que significa que es uno de los espacios que contienen

MAPA 1. Localización de Santiago Tulyehualco, Ciudad de México.



Fuente: elaboración propia

las raíces étnicas y culturales que dieron origen a la conformación de la gran urbe (SEDEREC, 2012). Ambos aspectos permiten observar la importancia cultural y ambiental que estos “fragmentos rurales” tienen para la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. La estructura rural de Tulyehualco puede apreciarse en varios aspectos, uno de ellos está relacionado con su actual configuración productiva. Durante muchos años, el cultivo de hortalizas, maíz, haba, calabaza, chile, frijol, tomate y amaranto, ha sido el sostén económico del poblado y fuente de expresiones socioculturales asociadas con el campo, como el trabajo agrícola y la figura del campesino; sin embargo, en la actualidad se observa una tendencia hacia el comercio y los servicios. Aun así, un número importante de campesinos sigue proveyendo de alimentos frescos y materia prima para la ciudad. Estas dos condiciones suponen que los productores de Tulyehualco se ven en la necesidad de combinar el trabajo agrícola con otras actividades, para obtener un ingreso suficiente para los requerimientos de sus familias.

Una de las principales actividades económicas de Tulyehualco, es la producción, transformación y comercialización de amaranto. Se estima que en el pueblo se concentran poco más de 50 unidades de producción –desde talleres de tipo casero hasta naves semi-industriales especializadas– dedicadas a la transformación del grano de amaranto, cuyos productos son comercializados en el mismo pueblo y en otros lugares (De Jesús, 2014). No existe un censo exacto de los productores de amaranto, pero algunas fuentes documentales reportan 234 localizados en el pueblo, quienes poseen en promedio entre 1.5 y 2 hectáreas de terreno para la siembra del producto (Portillo, 2011; Méndez, 2011). Existen dos formas de tenencia de la tierra, principalmente de tipo privado, y en menor proporción comunal. De acuerdo con el Sistema Producto Amaranto (SPA) de la Ciudad de México, en Tulyehualco existen cerca de 600 hectáreas destinadas a labores agrícolas en la zona cerril, aunque no en todas se siembra amaranto. Además, considera que la superficie cultivada con amaranto en la comunidad, oscila entre 200 y 400 hectáreas, y que existen 4000 hectáreas con buen potencial productivo en las delegaciones Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta (SPA, 2008).

Resultados

Cambios y resiliencia de la producción de amaranto en Tulyehualco

De acuerdo con algunas fuentes documentales la presencia del amaranto en Tulyehualco data de la época prehispánica (V. Bravo, 2009), situación que además de revelar una profundidad histórica, también le confiere sentido de legitimidad y pertenencia a la estructura sociocultural del poblado, puesto que para garantizar su permanencia debieron desplegarse numerosas prácticas agrícolas que develan un conocimiento preciso de los habitantes sobre el medio circundante.

Al respecto, cabe señalar que durante la época prehispánica el territorio actual donde se localiza Tulyehualco estuvo dominado por un sistema agroecológico perfectamente definido y que consistía en la construcción de suelos cultivables sobre la superficie de los lagos, a este se le conoció como sistema chinampero. Este método agrícola aún persiste hoy en día en algunos pueblos del sur de la Ciudad de México, pero la urbanización, la explotación de los mantos freáticos y la contaminación de las aguas superficiales, está amenazando su continuidad, pese a la declaratoria de la UNESCO, que cataloga a los canales de chinampas de Xochimilco como, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Para la producción de amaranto, el sistema chinampero reviste una importancia fundamental puesto que es ahí donde se origina todo el proceso productivo. Desde antaño, las semillas de las variedades locales se han germinado haciendo uso de almácigos, los cuales permiten la retención de humedad y calor que serán aprovechados por las plantas cuando estas sean trasplantadas en los terrenos donde permanecerán definitivamente. Sin embargo, los problemas mencionados anteriormente (contaminación de aguas superficiales y urbanización) motivaron ciertos cambios en el proceso productivo que no fueron bien aceptados entre el gremio de productores.

El principal de ellos se refiere a la sustitución de la siembra por trasplante —que implica la germinación de las semillas haciendo uso de chinampas— por la siembra directa. Este cambio fue adoptado por algunos

que consideraban innecesarias, laboriosas y costosas las tareas de germinación, siendo el principal argumento la escasez de terrenos chinamperos, en muchos de los cuales se estaban construyendo casas-habitación. No obstante, los mismos productores pudieron comprobar que la siembra directa no concedía los mismos beneficios al desarrollo de la planta y a la calidad final de la semilla, debido a que, ante la variabilidad climática que retrasa en algunos años la temporada de lluvias, las plantas germinadas en almácigos contienen cierta humedad que compensa la escasez de precipitación pluvial, por lo que estas tienen mayores posibilidades de desarrollo óptimo y por lo tanto, es garantía de buenas cosechas.

Derivado de esta situación se introdujo otro cambio que igualmente no fue bien aceptado. Al tratarse de ecotipos locales, estos se encuentran adaptados a las condiciones ecológicas del territorio y a las prácticas culturales de los productores, en una suerte de simbiosis. Pues bien, ya que la siembra directa no tuvo los beneficios esperados, un grupo de *“ingenieros y profesores expertos en temas de agricultura ecológica”* sugirió el argumento de que la siembra directa no había tenido los resultados previstos porque las variedades locales eran más *“débiles”* ante los cambios climáticos, y entonces, se propuso sustituirlas por variedades mejoradas que supuestamente incrementarían la producción en el corto plazo.

Como se mencionaba, estos cambios no fueron vistos con buenos ojos entre los productores, primero, porque el abandono de la agricultura chinampera era sinónimo de ser un *“mal productor de amaranto”*, al parecer, germinar las semillas en almácigos es un indicador de prestigio entre la comunidad al dar continuidad a la tradición heredada de los ancestros, y segundo, porque la sustitución de los ecotipos locales por variedades mejoradas, significaba una renuncia total al patrimonio cultural y al mismo tiempo, ceder ante las presiones del entorno que insinúa al campesino que la única forma de progresar es mediante la modernización de la agricultura.

Pese a ello, un reducido número de productores introdujeron las innovaciones sugeridas por *“los expertos”* y en efecto, los beneficios en el corto plazo fueron más que evidentes: aumentó la producción y la calidad de la semilla mejoró sustancialmente, todo lo cual se vio reflejado en un incremento significativo de los ingresos económicos. Sin embargo, se

ignoró que ello se trataba solamente de una solución inmediata cuyo futuro en el largo plazo estaba en duda. Parte de esta omisión radica en un desconocimiento total del sistema agroecológico en el que se cultiva el amaranto en Tulyehualco, el cual incluye la asociación y rotación de cultivos (frijol, calabaza, maíz, haba), la incorporación de maleza como abono, la plantación de árboles frutales en las orillas de las parcelas como barreras contra el viento y la construcción de tinajas para la captación de aguas pluviales.

Entre los beneficios ecológicos de mantener un agroecosistema como el del amaranto en Tulyehualco pueden mencionarse: restauración de suelos y fijación de nutrientes; filtración de agua al subsuelo y mantenimiento del clima en la zona; mitigación de plagas y enfermedades; disminución de efectos nocivos por heladas o vientos (Moran y Soriano, 2010; Ramírez *et al.*, 2010; De Jesús *et al.*, 2016). Mientras que entre los beneficios socioeconómicos se pueden enunciar: mayor disponibilidad de otros alimentos para el autoconsumo o para el comercio, por lo tanto, menor dependencia económica hacia un solo cultivo; creación de redes de intercambio de semillas de amaranto u otros productos; intercambio de mano de obra y herramientas, entre otros.

Así, el desconocimiento ocasionó que, tanto la siembra directa como la adopción de variedades mejoradas, al cabo de un tiempo tuvieran que replantarse, puesto que implicaban la compra de abonos químicos y otros fertilizantes, la adquisición de maquinaria especializada y la contratación de mano de obra para algunas tareas que normalmente desempeñaban los miembros de la familia en un sistema agrícola tradicional, pero que al sustituirse, ya fuera por desconocimiento o por mera convicción, no estaban preparados para asumir. Según lo afirmaron algunos de los informantes entrevistados, quienes habían adoptado los cambios sugeridos, paulatinamente regresaron al sistema tradicional porque aunque era más laborioso y las ganancias obtenidas por la cosecha eran ligeramente inferiores, los costos de producción no eran tan elevados como en el primer caso y había menos dependencia a la adquisición de insumos agrícolas.

Otra situación similar ocurrió hace algunos años cuando se intentó introducir maquinaria especializada para la siembra y cosecha del amaranto. De acuerdo con los entrevistados, el intento de adopción de ciertas

tecnologías, había sido la consecuencia de solicitar apoyos ante algunas instancias públicas encargadas del desarrollo rural en la ciudad, con el supuesto argumento de que mediante el uso de *“puros tractores y maquinotas”* mejoraría la producción de amaranto, pero lo que en realidad se solicitaba era una mejora sustantiva de los precios en el mercado y que *“se apoyara a los campesinos, que se reconociera su trabajo, para que se motiven y no anden de vendedores ambulantes o microbuseros”*. Pese a ello, se recibió la maquinaria porque *“era lo que había y ni modo de rechazarlo, si no, a la otra no nos iban a dar nada”*. Lo que las instituciones públicas no consideraron fue el carácter agreste de los terrenos de cultivo y la imposibilidad para mecanizarlos. Mientras esto es una restricción para el incremento de la producción vía la mecanización de las labores agrícolas, es un punto a favor para la agricultura tradicional porque permite una mejor conservación del suelo.

Pese a los cambios sugeridos por las instituciones, los productores de amaranto continuaron con sus labores agrícolas tradicionales, *“en lugar de meter tractor donde no se podía, seguimos con las yuntas de caballos, no dejamos ni tantito el azadón para la escarda, menos la hoz para cortar y las mantas para limpiar la semilla”*. Mientras estas prácticas reafirmaron su vigencia y funcionalidad en un sistema productivo como el del amaranto en Tulyehualco, también se evidenció su resistencia al cambio y su superioridad a modelos agrícolas externos que en apariencia son más eficientes desde la perspectiva de una agricultura capitalista. El resultado de ello ha sido el abandono de la maquinaria agrícola que *“sólo quedó como puro adorno”* y la adaptación de labores culturales a la variabilidad climática o a los vaivenes del mercado.

Las labores de transformación, que también forman parte del sistema productivo del amaranto, han experimentado igualmente algunos cambios que han dado lugar a estrategias de resistencia y adaptación. En tiempos pretéritos, el reventado de la semilla se realizaba en comales de barro y haciendo uso de braseros, pero en la medida que el cultivo de amaranto y su transformación en diversos productos pasó de ser una estrategia complementaria de los ingresos familiares, a la principal actividad económica del poblado, se sustituyó el reventado tradicional por el reventado con máquinas especializadas. A diferencia de lo que ocurrió

en la producción primaria, en este caso, las innovaciones fueron bien aceptadas por varias razones. En primer lugar porque ello supuso un ahorro de tiempo y una maximización de las cantidades de amaranto reventado, lo cual agilizó de forma significativa la elaboración de los productos. En segundo lugar, y probablemente sea esta la razón primordial, porque esta innovación no afectaba de forma importante la calidad final del producto, mantenía sus características organolépticas distintivas, muestra de que innovar no siempre significa abandonar los principios que rigen el sistema productivo.

De hecho, aún en la actualidad se sigue realizando el reventado tradicional, pese a contar con máquinas reventadoras, porque se busca cuidar la calidad de la materia prima y evitar que desaparezcan las tradiciones asociadas. Aunado a ello, esto se revela como una estrategia al cambio por razones más pragmáticas, el testimonio de un productor lo confirma:

“la mayoría usa las máquinas cuando se revientan cantidades grandes [de semilla], luego se almacenan y ahí permanece el grano hasta que se ocupa, pero en ocasiones se hace rancio y eso no es bueno porque ya no sirve muy bien para los productos. En cambio, si usas el comal, vas al día, tienes amaranto más fresco y sabroso, eso se hace conforme te vayan pidiendo los productos.”

Del testimonio anterior se desprende que, aún cuando se han dado algunos cambios, los productores no abandonan totalmente los métodos tradicionales, puesto que en ellos han encontrado alternativas de eficiencia y han fijado estándares de calidad. Además, constituye un vínculo emocional y afectivo con un pasado familiar en el que *“las cosas se hacían con mucha dedicación y de manera artesanal”*, ello imprimía el sello de la familia en los productos, siendo este —el sello familiar— aún en la actualidad una estrategia comercial. Pero no sólo el reventado ha experimentado cambios, también han ocurrido en la elaboración de los productos. De ocuparse instrumentos caseros, hoy muchas agroindustrias cuentan con utensilios especializados, pero estos tampoco afectan la calidad final de los productos y ello es por un motivo esencial: no se ha alterado el saber-hacer. Se mantienen los procedimientos básicos y se tiene especial cuidado de respetarlos sin soslayar las recomendaciones sanitarias.

Un aspecto que resulta interesante es la capacidad de innovación y diversificación de la cartera de productos al interior de las unidades productivas. Tradicionalmente sólo se producía el típico dulce de alegría y algunas variantes de este en forma de palanquetas. Actualmente se pueden observar desde panes, galletas, harinas y suplementos alimenticios, hasta figuras de distintos tipos, que más allá de cumplir la función de alimento en un sentido estricto, fungen como elementos decorativos y de apreciación estética.

Tanto las necesidades de innovación y diversificación han estado motivadas, esencialmente, por algunos cambios en los patrones de consumo y por la reestructuración de los mercados habituales. A título de ejemplo se pueden mencionar las barras energéticas de amaranto que se producen para clubes deportivos, suplementos alimenticios para las instituciones públicas que los incorporan en sus políticas de mitigación del hambre, barras fortificadas con otros cereales para el mercado nutracéutico o los productos elaborados con amaranto orgánico para consumidores preocupados por la trazabilidad de los alimentos, el cuidado del medio ambiente y la preservación de la salud humana. A pesar de estos cambios generados en el exterior, pero que permean de forma importante en lo local, el sistema productivo conserva el saber-hacer y la identidad territorial fraguada por más de cinco siglos. Los productores se han adaptado, pero no han renunciado al principio de conservar una de las tradiciones más arraigadas en el sur de la Ciudad de México, la cual les confiere identidad, sentido de pertenencia y legitimidad de ser el *“auténtico pueblo de los alegrilleros y cuna de la alegría”*.

Territorialización y adaptación del patrimonio alimentario
a los cambios externos del patrimonio alimentario leros y cuna
de la alegrrrtenencia y legitimidad de ser el “en lo local,
el sistem erado el saber-ahce

En el ideario de los productores de amaranto de Tulyehualco existe una clara intención por destacar los vínculos territoriales del producto, como una forma de enunciar sus particularidades y evidenciar la imposibilidad

de producirlo fuera del poblado, pero también como una estrategia para conservar el territorio. Así, se observa que la territorialización se presenta como un mecanismo de resistencia y de adaptación a los cambios que el entorno va generando. Al respecto, son varias las acciones que han llevado a cabo, pero nos interesa destacar las que consideramos pueden facilitar la lectura de los procesos de territorialización, siempre paralelos a la patrimonialización de este alimento local: a) acciones colectivas para la defensa del territorio y las variedades nativas; b) ferias locales; c) búsqueda de indicaciones geográficas y d) reconocimiento institucional del patrimonio cultural.

*Acciones colectivas: conservación del territorio
y de los ecotipos locales*

Un aspecto fundamental en la territorialización del amaranto han sido las diversas acciones colectivas emprendidas, pero de particular importancia son aquellas que han tenido como fin conservar el territorio ante la urbanización de las áreas de cultivo y la protección de las variedades locales frente a la introducción de variedades mejoradas y semillas de otros centros geográficos. Respecto al primer caso, destaca la conformación legal de un colectivo de personas conocido como *Grupo de Productores Agroecológicos Regeneración Campesina Teuhtli*, el cual se constituyó precisamente para frenar la construcción de casas-habitación en la zona cerril donde se localizan las áreas de cultivo. Dicho grupo está conformado tanto por productores de amaranto como de otros cultivos.

Al principio sus labores se limitaban al monitoreo de los terrenos susceptibles de ser urbanizados, pero con el tiempo y de forma estratégica, comenzaron a realizar diversas obras de conservación que incluyen reforestación, construcción de cisternas para la captación de aguas pluviales, establecimiento de una barrera verde, construcción de bardas de contención para evitar deslaves y mitigación de incendios. Debe señalarse que la intención de este colectivo es muy clara: preservar el territorio para continuar con la tradición de cultivar “alegría” pues lo reconocen como uno de los últimos bastiones agrícolas del sur de la Ciudad.

Frente a los problemas de urbanización descontrolada y fenómenos

naturales adversos, han desplegado diversas estrategias de mitigación y adaptación a los cambios que el entorno va generando, por ello resulta llamativo que una de ellas sea destacar la importancia de conservar el entorno ecológico y cultural donde se produce el amaranto, bajo el argumento de que existe una relación muy estrecha entre las variedades locales y los factores físicos, geográficos y sociales. Sucede lo mismo con los vínculos emocionales y afectivos con el territorio, y especialmente con las áreas de cultivo, pues se asumen como el soporte material y simbólico de la tradición productiva.

Así, las variedades autóctonas han sido motivo de movilizaciones entre el colectivo de productores, pues existe una preocupación de que si avanza la urbanización, no sólo se perderían los terrenos, sino que los ecotipos locales se verían amenazados al no encontrar las condiciones ecológicas idóneas para reproducirse, más allá de contar con los conocimientos tradicionales sobre su manejo. Al respecto y conscientes de esta situación, realizaron el registro de dichas variedades ante el Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas, ya que el reconocimiento institucional de la diversidad genética del amaranto en el pueblo, confiere legitimidad y autenticidad al origen de las variedades y reafirma la propiedad intelectual de los productores. Pero el asunto de la conservación de las variedades criollas no se agota con dicho registro o el reconocimiento de la importancia de los factores naturales, sino que existen otras acciones que develan igualmente su impronta simbólica y cultural, estas serán detalladas posteriormente.

Ferias locales: expresiones del patrimonio cultural inmaterial

Indudablemente, las ferias locales en torno a alimentos representativos de los territorios donde se producen, constituyen expresiones de valoración patrimonial; es decir, esfuerzos por vincularlos con el origen. En Tulyehualco se puede apreciar ostensiblemente esta situación a través de la Feria de la Alegría y el Olivo, siendo una de las ferias agroalimentarias más emblemáticas del sur de la Ciudad. Surgió en febrero de 1971 por iniciativa del entonces párroco Nicolás Álvarez y del subdelegado Marcos

Vargas, conocido localmente como “Marquitos”. Debe señalarse que inicialmente la feria surgió como una alternativa para ofrecer a los productores un lugar donde pudieran trabajar libremente, sin verse sometidos al hostigamiento del que eran objeto por parte de las autoridades por comerciar sus productos en las calles, ya que por esos años la venta de productos en la vía pública era considerada una infracción (Bravo y Molotla, 2007).

Con el tiempo la feria también se constituyó en un espacio para dar a conocer el trabajo de los campesinos del pueblo, la variedad de productos que se elaboran y sus propiedades alimenticias, ante una aparente falta de valoración social. Desde una perspectiva sociocultural, la feria se ha posicionado como una manifestación del patrimonio cultural inmaterial asociado al territorio, develando una forma de anclaje territorial y no sólo como un espacio de intercambio mercantil. Por este motivo, tanto productores, organizadores y comunidad en general, asumen este evento como un medio para reafirmar la legitimidad de su actividad productiva, la de sus costumbres y la preservación de sus tradiciones (Ramírez *et al.*, 2010).

El ejemplo de la feria sirve para ilustrar cómo los productores han construido alternativas de resistencia y adaptación a los cambios que el entorno va dictando, y que consisten básicamente en la articulación del alimento a la masa de hechos culturales del territorio. Esto se considera total por la razón de que los cambios son interpretados como una amenaza para el sistema productivo, pero también como un área de oportunidad para exaltar el valor patrimonial del amaranto. Si bien la urbanización es referida como el principal problema, también se argumenta un desconocimiento del alimento, de la variedad de productos que pueden elaborarse y, en general, la falta de apreciación por parte de los consumidores del amaranto como alimento, no sólo nutritivo, sino también simbólico, milenario y ancestral. Entonces, la feria se presenta como una plataforma de adaptación a estas amenazas toda vez que comunica un mensaje de autoafirmación de la identidad campesina, el valor de las áreas rurales en la producción de alimentos locales y la trascendencia del producto como bien cultural inmaterial que, pese a los vaivenes del mercado o la desorganizada urbanización, aún persiste.

Vinculaciones territoriales mediante indicaciones geográficas

Dada la relevancia del amaranto en el agroecosistema local y en la estructura sociocultural del poblado, hace algunos años se intentó la gestión de indicaciones geográficas en un esfuerzo por preservar el territorio, las variedades locales, las tradiciones culturales y fomentar mejores condiciones para la comercialización de los productos derivados. Inicialmente se realizaron las gestiones para la obtención de una marca colectiva cuyo propósito era resaltar la tradición del pueblo como productor de amaranto y cuna de la “alegría”, pero al mismo tiempo se asumía como una estrategia comercial para hacer frente a los problemas derivados de la inestabilidad de los mercados y la ausencia de canales de comercialización definidos. La marca colectiva fue entonces percibida como estrategia de marketing territorial para adaptarse a los cambios en el mercado.

Sin embargo, la marca nunca se materializó puesto que existieron desacuerdos sobre como debería manejarse, además de que no se contaba con los recursos económicos para continuar con las labores de gestión. No obstante, el proceso iniciado fue importante en términos de una patrimonialización colectiva que luego fue empleada como antecedente para otro proyecto similar. Este fue el caso de la búsqueda de una denominación de origen para las variedades locales y los productos derivados. La denominación se presentaba como el intento más serio para vincular al amaranto con el territorio, y en otro sentido, se buscaba protegerlo frente al interés de algunos países asiáticos en producirlo y comercializarlo, y como un derrotero para que el producto fuera reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO (Gómez, 2010).

En la perspectiva de los productores, la denominación proporcionaría prestigio a la producción de amaranto, pues se tendría el reconocimiento institucional de una calidad vinculada al territorio. Ello traería consigo un mejor posicionamiento del producto; un aumento del precio y de las ventas al acceder a mercados más dinámicos, y se generarían impactos positivos a nivel territorial. Pero más allá de la dimensión económica, los productores deseaban que la estrategia se planteara en términos de una valorización integral, que incorporara la preservación de la diversidad alimentaria y de la agrobiodiversidad; el cuidado de los recursos

territoriales; la relocalización de la actividad productiva, y el fortalecimiento de la identidad de los productores.

Al parecer, para ellos este sello de calidad implicaba el aumento de la demanda de amaranto, al demostrarse una calidad asociada con el lugar de origen, su inocuidad, sus métodos de producción respetuosos con el entorno; sus características organolépticas y sus beneficios a la salud humana. Por todo esto, se interpretó que los productores vieron en la denominación, más que una forma de proteger su producto, una estrategia para la valorización del territorio y del patrimonio alimentario, frente a los consumidores y entre el mismo colectivo de productores. Así, la denominación se vio como una estrategia de resistencia a los cambios que, el entorno urbano y el mercado, estaban amenazando a la producción de amaranto en el lugar. Sin embargo, esta propuesta no se materializó y sólo quedó en un intento fallido, por varias circunstancias, pero destaca el poco compromiso institucional, intereses políticos y conflictos internos entre grupos de productores.

Reconocimiento institucional del patrimonio cultural inmaterial

La intención de proteger las variedades autóctonas de amaranto, el contexto territorial, las prácticas culturales asociadas con la producción y las tradiciones locales, no culminó con el registro de semillas, los intentos por obtener un indicador geográfico o la realización de la feria. Por el contrario, a medida que se hacían cada vez más patentes las problemáticas referidas, se evidenciaba la necesidad de contar con un respaldo institucional para que los intentos surgidos desde la comunidad, muchos de ellos de carácter informal, adquirieran visibilidad y se reconociera la importancia del poblado como productor de uno de los cultivos nativos de la Ciudad. Así, se planteó la posibilidad de que el amaranto fuera reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Ciudad de México.

A pesar de ser un alimento de gran valor sociocultural en México enfrenta una problemática compleja en la que intervienen diversos factores interrelacionados que, en conjunto, amenazan su producción en el territorio. Entre ellos se pueden mencionar: el declive en su producción como consecuencia del desgaste del suelo y el crecimiento de la mancha urba-

na, reduciendo la disponibilidad de predios para la siembra de amaranto (INAH, 2014). En términos generales, ese fue el marco que sirvió como justificación para emprender la declaratoria patrimonial de la alegría de Tulyehualco, al constatarse que su presencia en el territorio está condicionada a los factores mencionados y que de continuarse la tendencia, se correría el riesgo de perder un patrimonio que fue celosamente conservado a lo largo de varias generaciones por personas del pueblo.

Así, desde mediados de 2012 se iniciaron los trabajos para conformar el expediente que justificara la importancia ecológica, cultural, social y económica de este cultivo en el pueblo, las principales amenazas que condicionan su presencia y las propuestas de acción para su salvaguarda. Tras varios años de incertidumbre sobre el estado de la iniciativa, en septiembre de 2016 el gobierno de la Ciudad de México, a través de la Secretaría de Cultura, declaró al amaranto de Tulyehualco como Patrimonio Cultural Intangible de la Ciudad de México. Este reconocimiento abarca no sólo a las variedades locales, sino también la memoria histórica, los saberes y las prácticas culturales subyacentes. Del mismo modo, protege los espacios agrícolas donde se cultiva.

La declaratoria constituye el ejemplo más sobresaliente de cómo se han gestado los procesos de territorialización del patrimonio alimentario en un esfuerzo de resistencia y resiliencia a las amenazas internas, pero sobre todo, externas. Así, la patrimonialización se fundamenta en las especificidades ecológicas y socioculturales del territorio como las principales fortalezas para construir estrategias de resistencia al cambio mediante la movilización de los actores. En cierto sentido, la declaratoria patrimonial también devela la adaptación de los productores a los marcos legales e institucionales para proteger su patrimonio, pero sin dejar de lado sus propios principios o filosofía que constituyen expresiones legítimas de valorización patrimonial.

Conclusiones

La persistencia de semillas autóctonas, en el contexto de la globalización alimentaria, devela una problemática con múltiples aristas de interés bio-

lógico y cultural. El caso del amaranto de Tulyehualco ilustra los procesos de continuidad y ruptura en una producción local que se sitúa en el suelo rural de la cuarta ciudad más grande del mundo.

La presión antrópica, el cambio climático y las transformaciones en los patrones de consumo, han sido elementos constitutivos de una lógica ambivalente entre la preservación de los métodos tradicionales de producción, transformación y consumo del amaranto y la implementación de innovaciones que se ajusten a un mercado dinámico. Sin embargo, el caso analizado muestra un sistema de producción con fuerte arraigo territorial en donde se observa una preservación de los sistemas tradicionales que va más allá de la lógica económica y en donde se busca la reproducción de un ecosistema *sui generis*, la reafirmación de la identidad rural y el arraigo a la labor campesina.

Ciertamente, las acciones colectivas para la territorialización de Tulyehualco constituyen uno de los factores explicativos, pero no el único, sobre la resiliencia de los sistemas de producción local en el contexto de un mundo dinámico y cambiante sin precedentes. En este sentido, es imperativo alimentar el debate del desarrollo territorial, con particular énfasis en la conceptualización del territorio como sujeto y no como objeto.

La continuidad del amaranto tradicional y sus sistemas productivos se explican en el contexto de una acción colectiva que promueve el trabajo organizado para la preservación de las semillas nativas y los ecotipos campesinos del centro de México; la generación de plataformas de exhibición de los productos locales y la obtención de reconocimientos que sirven como base para la acción política, la negociación y el consenso sobre el papel de los productos locales en el mundo global.

Bibliografía

- Altieri, M. y Nichols, C.I. (2013). Agroecología y resiliencia al cambio climático: principios y consideraciones metodológicas. *Agroecología*, 8(1), 7-20.
- Ameigeiras, A. (2006). El abordaje etnográfico en la investigación social.

- En Vasilachis, I. (Coord.), *Estrategias de investigación cualitativa* (107-151). Barcelona: Gedisa.
- Berg, Sven. 2006. Snowball sampling –I. *Encyclopedia of Statistical Sciences*. Wiley, New York. pp. 528-532.
- Bonnal, P., Bosc, P-M., Díaz, J.M. y Lösch, B. (2004). Multifuncionalidad de la agricultura y nueva ruralidad: ¿reestructuración de las políticas públicas a la hora de la globalización? En Pérez, E. y Farah, M. (Comps.), *Desarrollo rural y nueva ruralidad en América Latina y la Unión Europea* (19-41). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Bravo, C. (2009). *Huautli... la Alegría de Tulyehualco*. México, D.F.: Programa de Apoyo a Pueblos Originarios SEDEREC/GDF.
- Bravo, C. y Molotla, M. (2007). *Tulyehualco, más que un pueblo*. Ciudad de México: Programa de Apoyo a Pueblos Originarios, Secretaría de Desarrollo Social/GDF.
- Calderón, A. (2016). Agricultura urbana familiar en una ciudad media en Chiapas. Implicaciones para la sustentabilidad urbana. *Estudios Sociales*, 26(48), 101-129.
- Camarero, L. y Del Pino, J. (2014). Cambios en las estructuras de los hogares rurales. Formas de adaptación y resiliencia. *Revista Internacional de Sociología*, 72(2), 377-401.
- Córdoba, C.A. y León, T.E. (2013). Resiliencia de sistemas agrícolas ecológicos y convencionales frente a la variabilidad climática en Anolaima (Cundamarca-Colombia). *Agroecología*, 8(1), 21-32.
- De Jesús, D. (2014). *La calificación como estrategia de valorización del amaranto (Amaranthus spp.) de Santiago Tulyehualco, Xochimilco, D.F.* Trabajo terminal de grado no publicado, UAEMex, Toluca, México.
- De Jesús, D., Ramírez, I. y Thomé, H. (2016). Cultivos nativos y valorización simbólica del suelo rural de la Ciudad de México. *EUTOPIA*, 10, 97-110.
- Delgado, J.V. (2004). Sistemas tradicionales de producción y desarrollo rural en Iberoamérica. *Naturzale*, (18), 37-48.
- FAO (2016). Migración, agricultura y desarrollo rural. Abordar las causas subyacentes de la migración y aprovechar su potencial para

- el desarrollo. Disponible en <http://www.fao.org/3/a-i6064s.pdf>. Consultado el 17 de septiembre 2016.
- Gómez, L. (2010). Buscan carta de naturalización para el amaranto. En *La Jornada*, disponible en <http://www.jornada.unam.mx/2010/01/29/capital/041n3cap>, consultado el 12 de mayo 2013.
- González, A. (2003). Ambiente y cultura en la agricultura tradicional de México: casos y perspectivas. *Anales de Antropología*, 37, 117-140.
- González, A. (2007). Introducción general. En González, A., Rodríguez, S. y Urri, F. (Coords.), *Los nuevos caminos de la agricultura: procesos de conversión y perspectivas* (15-38). México: Universidad Iberoamericana/Plaza y Valdés Editores.
- Kay, C. (2002). Los paradigmas del desarrollo rural en América Latina. En García, F. (Coord.), *El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbres y potencialidades* (337-429). Madrid: Universidad de Lleida-Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Méndez, C.L. (2011). *Caracterización de la unidad agroindustrial familiar amarantera de Santiago Tulyehualco, D.F., México*. Tesis de maestría, Colegio de Posgraduados, Texcoco.
- Moran, H. y Soriano, R. (2010). Diversidad biológica en la agricultura periurbana del Distrito Federal, México. *Satélite Geográfico Revista Electrónica*, 4 (10), 233-250.
- Pérez, J.M., Velasco, J.J. y Reyes, L. (2014). Estudio sobre agricultura y conocimiento tradicional en México. *Perspectivas Latinoamericanas*, (11), 144-156.
- Portillo, G. (2011). *La microempresa de amaranto en Santiago Tulyehualco DF*. Tesis de Maestría. IPN, México. 130p.
- Ramírez, B. (2007). *Los procesos socioculturales de los productores de Tulyehualco, D.F. y la tecnología agrícola tradicional del amaranto, en la perspectiva de la sustentabilidad*. Tesis de maestría no publicada, UACh, Texcoco, México.
- Ramírez, B., Torres, G., Muro, P., Muruaga, J. y López, D. (2010). Los productores de amaranto en la Zona de Conservación Ecológica Teuhtli. *Revista de Geografía Agrícola*, (44), 57-69.
- Remmers, G. (1997). Agricultura tradicional y agricultura ecológica: vecinos distantes. *Agricultura y Sociedad*, (66), 201-220.

- Schneider, S. y Peyré, I.G. (2006). Territorio y enfoque territorial: de las referencias cognitivas a los aportes aplicados al análisis de los procesos sociales rurales. En Manzanal, M., Neiman, G. y Lattuada, M. (Org.), *Desarrollo rural, organizaciones, instituciones y territorio* (71-102). Buenos Aires: Ciccus.
- SEDEREC (2012). *Programa de Fortalecimiento y Apoyo a los Pueblos Originarios de la Ciudad de México*. México: Gaceta de Gobierno del Distrito Federal.
- Sistema Producto Amaranto del Distrito Federal (SPA) (2008). *Producción de amaranto en el Distrito Federal*, México, SAGARPA.
- Stake, R. (2000). Case Studies. En: Denzin, N. y Lincoln, Y. (Ed.), *Handbook of Qualitative Research* (435-454). Londres: Sage Publications.
- Teubal, M. (2001). Globalización y nueva ruralidad en América Latina. En Giarraca, N. (Comp.), *Una nueva ruralidad en América Latina?* (14-24). Buenos Aires: CLACSO.
- Torres, G. (2016). Introducción: territorios en movimiento y sistemas agroalimentarios localizados (Sial). En Torres, G. (Coord.), *Territorios en movimiento. Sistemas agroalimentarios localizados, innovación y gobernanza* (9-30). México: Bonilla Artigas Editores/ UNAM.
- Thomé-Ortiz, H. (2015). Turismo Agroalimentario y nuevos metabolismos sociales de productos locales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 6 (6), 1373-1386.
- Thomé-Ortiz, H., Renard, M.C., Nava, G. y Valentini, A. (2014). La Ruta del Nopal (*Opuntia Spp.*) Turismo y reestructuración productiva en el suelo rural de la Ciudad de México. *Rosa dos Ventos*, 6 (3), 390-408.

TERCERA PARTE

CALIDAD Y CALIFICACIÓN COMO ESTRATEGIA
DE DIFERENCIACIÓN DE LOS PRODUCTOS
AGROALIMENTARIOS

I. PROCESO DE CALIFICACIÓN DEL QUESILLO DE REYES ETLA, OAXACA. REGLAS DE USO

Laura SÁNCHEZ VEGA
ANGÉLICA ESPINOZA ORTEGA

Resumen

El Quesillo es un queso de pasta hilada que tiene un saber hacer específico heredado de generación en generación en Reyes ETLA, Oaxaca desde 1885. Con el tiempo los productores lo han ido perfeccionando, convirtiéndose en parte de la dieta regional de modo que su importancia cultural ha aumentado. La fama de este queso se ha extendido a todo el país como queso Oaxaca convirtiéndose en un producto genérico. En la ciudad de Oaxaca la demanda de este producto ha superado la producción local que tiene la región de ETLA, pues sus producciones siguen siendo artesanales y en pequeña escala, ésta situación es aprovechada por productores de otros estados, desprestigiando al Quesillo. Ante esta problemática los productores se unieron en una Asociación cuyo objetivo es patrimonializar su producto, dentro de las acciones para lograrlo se encuentra la realización de una Marca Colectiva, para lo cual es indispensable establecer las Reglas de Uso que fue el objetivo de este trabajo, estas fueron determinadas mediante grupos participativos con los mismo productores pues son ellos quienes conocen mejor su producto y lo que lo hace diferente del resto. De esta manera se obtuvieron las características distintivas del Quesillo concluyéndose que adicionar el nombre del municipio de origen a la MC, crea una vinculación entre la calidad del producto y saber hacer con el territorio.

Palabras clave: Quesillo, reglas de uso, productores.

Antecedentes

Actualmente los productos locales de diferentes partes del mundo han tenido una demanda importante debido a la segmentación de mercados, es decir la división del mercado en grupos que tienen intereses y características parecidas entre si, dentro de la cual existe un segmento de consumidores que busca productos típicos y con un arraigo territorial (Triches e Schneider, 2015). Sin embargo esto ha provocado la incorporación de “viajeros clandestinos”¹ que hacen uso de la fama de algún producto para vender el suyo haciéndolo pasar como local, es decir, se cuelgan del prestigio que tiene un producto. Desgraciadamente esto perjudica a los productores locales no solo por el hecho de no vender su producto, sino porque muchas veces este producto de imitación es vendido a precios inferiores y con una calidad cuestionable, poniendo en riesgo el prestigio de estos productos auténticos adquirido con el tiempo. Es entonces que se vuelve menester encontrar un signo distintivo que sirva como protección de estos productos típicos.²

Estos signos distintivos pueden ser, entre otros, Denominación de Origen, Indicaciones geográficas o una Marca Colectiva. Estas brindan protección y un valor añadido, pues el valor de estos sellos o marcas de calidad está en el reconocimiento y la confianza que tengan de ella los consumidores (Rodríguez, 2004).

Existen diversos productos a nivel internacional que cuentan con algún sello de calidad como son el Queso Roquefort, Queso Cotija, Queso Turrialba, Limón de Pica, Tequila, Jamón de Parma, el Champagne, vino de Rioja, el Aceite de Olivo en varias regiones de España, el Chianti, entre otros más; sin embargo estos sellos requiere de varios pasos para su obtención, una de ellas es la creación de Reglas de Uso (RU), donde la ca-

¹ Individuo que hace uso de la fama de un producto o grupo y/o del trabajo de otros con fines personales, sin los requisitos exigidos por ellos.

² La tipicidad de un producto está definida como aquella que resulta de la influencia de factores territoriales, incluyendo los factores medio-ambientales y remite a un grupo humano de referencia en el cual están distribuidos los saberes que sustentan su calidad específica, y que se acompaña de una apropiación del producto por parte de la población local. Los conocimientos y saberes son dinámicos y tienen que ver con los factores que interactúan (medio ambiente, presencia genética específica y saber hacer colectivos) para dar una determinada calidad (Champredonde, 2011).

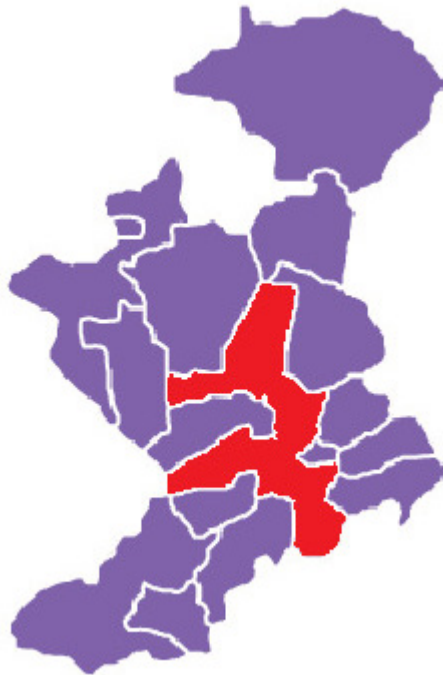
racterización es un punto central, en ese sentido el presente trabajo explicará esta parte del proceso de patrimonialización del Quesillo de Reyes Etlá, Oaxaca.

El Quesillo

El Quesillo se produce en la Región de los Valles Centrales en el centro del estado de Oaxaca, específicamente en los municipios de Reyes Etlá, Nazareno Etlá, Soledad Etlá, San Lorenzo Cacahotepec, San Andrés Zautla, San Pablo Huitzo, Guadalupe Etlá y Magdalena Apazco; abarcando una superficie territorial de aproximadamente 202.86 km².

Es un queso fresco de pasta hilada, por su particularidad forma parte

MAPA 1. *Mapa de la delimitación geográfica de la zona de producción del Quesillo, dentro del Distrito de Etlá.*



Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo, 2013

de los “Quesos mexicanos genuinos” (Cervantes *et al.*, 2008), sin embargo se confunde con el queso Oaxaca producido en el interior del país. El Oaxaca derivó del Quesillo y se ha convertido en uno de los preferidos de los consumidores mexicanos a nivel nacional, por lo que se puede encontrar una gran variedad de platillos mexicanos. Por su parte el comercio del Quesillo es regional, la venta la realiza cada productor de forma independiente, algunos tienen un lugar de venta en el mercado municipal, otros lo hacen bajo pedido y los compradores van a recogerlo a casa de cada productor, otros se dirigen a ofrecerlo en el centro de Oaxaca.

Los productores tienen diversos problemas entre los que destaca la baja producción de leche que limita la elaboración del Quesillo a un mercado regional, lo que sumado a la alta demanda del mercado de Oaxaca trae como consecuencia que no se abastezca el mercado local, por lo que empresas de otros estados aprovechan la situación e introducen queso Oaxaca y análogos haciéndolos pasar como Quesillo auténtico, desprestigiándolo, puesto que no cuenta con las mismas características fisicoquímicas y organolépticas.

Ante esta problemática y como resultado del programa de asociatividad implementado por la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico del Estado de Oaxaca, en agosto de 2012, varios productores de Quesillo, seis hombres y nueve mujeres, formaron una asociación llamada Unión de Productores Auténticos de Queso y Quesillo de Reyes Etila, S.A. de C.V. (UPAQUERE), la cual cuenta con ocho queserías fundadoras. Su objetivo principal fue la puesta en valor del Quesillo y contar con una plataforma para acceder a recursos federales de manera más rápida y eficiente, aspectos que han logrado puesto que los programas federales de apoyo al campo exigen como requisito estar organizados.

De esta manera y mediante la creación de las Reglas de Uso del Quesillo que es el paso anterior a la formación de la Marca Colectiva, se espera dé al queso una ventaja competitiva que le permita ser ubicado en el mercado como un producto local, típico de la región, cabe aclarar que no se pretende que este producto llegue a cada rincón del Estado de Oaxaca, ya que, como se menciona anteriormente la producción es regional y en pequeña escala.

De acuerdo con Boucher y Requier-Desjardins (2005) las agroindus-

trias rurales se desarrollan hoy en un contexto marcado por la mundialización y la crisis del modelo agrícola productivista, así como por la persistencia de la pobreza rural generada por un deterioro social constante. Por tanto los productores deben encontrar formas de competitividad mediante colectivos, los cuales se distinguen por:

- Su origen: tradicionales o inducidas por proyectos de desarrollo;
- Tipo de productos: campesinos, de terruño, artesanía alimentaria;
- Su organización: cooperativas y asociaciones campesinas, agricultura familiar;
- Los movimientos de innovación que las atraviesan;
- Sus articulaciones hacia atrás con los productores agrícolas;
- Sus articulaciones con los mercados locales, nacionales e internacionales.

La acción colectiva es el resultado de la convergencia de las estrategias e intereses de un grupo de actores, con objetivos y herramientas comunes (Poméon, et al., 2006). La cual presenta dos etapas (Boucher y Requier-Desjardins, 2005):

- Acción colectiva estructural, que corresponde a la creación de un grupo organizado.
- Acción colectiva funcional, vinculada a la construcción y/o activación de un recurso territorializado en relación con la calidad, como pueden ser etiquetas, marcas colectivas, entre otras.

Al agruparse su capacidad para movilizar recursos específicos para mejorar su nivel de competitividad aumenta, aunado a esto, la proximidad geográfica que tienen unos con otros favorece la confianza entre ellos, crea una identidad y permite disminuir los costos de transacción y de organizarse (Boucher y Requier-Desjardins, 2005).

Para el caso del Quesillo los productores se encuentran en la segunda etapa, pues como se mencionó, uno de los objetivos de unirse fue el de lograr la valorización del Quesillo, originalmente estaban interesados en buscar una DO, pero después de algunas reuniones y explicarles los as-

pectos positivos y negativos de dicho sello de calidad, se estableció que la mejor opción por el momento era una marca colectiva, para lo cual se establecieron los requisitos para lograrla, entre ellos la caracterización del producto, para lo cual se tomó como base el formato empleado en El Queso Cotija, Región de Origen (Álvarez, et al., 2004).

Metodología

Se realizaron cinco talleres participativos con los integrantes de la Unión de Productores Auténticos de Queso y Quesillo de Reyes Etlá S.A. de C.V. (UPAQUERE), contactados previamente por el equipo de investigación de la UAEM, en el subprograma: “Programa de desarrollo de la integración y agregación de valor de los eslabones de la cadena productiva: caso quesos mexicanos genuinos”, financiado por Sagarpa-Conacyt. Se tomó como base el formato empleado en El Queso Cotija, Región de Origen (Álvarez, et al., 2004). El número de productores fue constante en cada taller, siendo de diez en cada uno. Para poder realizar el documento de las RU se establecieron las características del Quesillo con anterioridad, esta parte fue importante que la hicieran los mismos productores ya que son ellos los que conocen mejor que nadie las características que tiene su producto, y lo que los hace distintos del resto, además durante el acto de calificación se revela el origen de la calidad del producto, pues es cuando se realizan los cuestionamientos y análisis del mismo (Muchnik, 2006).

En esta caracterización se analizaron las características externas y del interior de la pasta que fueron la base para la escritura de las RU. Finalmente con toda la información recabada tanto con los productores como con los consumidores se llevó a cabo el establecimiento de las Reglas de Uso que son necesarias para la formación de la Marca Colectiva.

Proceso de calificación: Reglas de uso.

Arfini (2006) menciona que:

“a falta de recursos idóneos, la solución, para incrementar la reputación, es la agrupación en estructuras de tipo consorcio capaces de representar a todas las pequeñas y medianas empresas y adoptar iniciativas colectivas que las empresas individuales ni podrían emprender por ser demasiado costosas o requerir demasiado esfuerzo. Entre ellas se incluye la adopción de Marcas Colectivas acompañadas de pliegos de condiciones de producción o reglas de uso.”

En éste, los aspectos que vuelven típico a un producto deben ser garantizados por los productores, a los que corresponde definir las normas cualitativas (Arfini, 2006).

Este proceso se llevó a cabo mediante talleres con los productores teniendo como base el documento de las Reglas de Uso del Queso Cotija, Región de Origen (Álvarez, et al., 2004). Cabe mencionar que lo establecido en las definiciones y operación de estas reglas se decidió por consenso, de esta manera se integran apropiación e innovación, bajo el principio de apropiación social, el cual tiene las siguientes características:

- Es organizado e intencionado.
- Está constituido por una red socio-técnica en la que participan grupos sociales expertos en ciencia y tecnología, y los distintos sectores que intervienen en la constitución de estos procesos generan mediaciones.
- Posibilita el empoderamiento de la sociedad civil partir del conocimiento.
- Implica traducción y ensamblaje dentro de los marcos de referencia de los grupos participantes (Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e innovación, 2010).

Lo primero que se estableció fue el nombre de la Marca Colectiva, en el que se explicó a los productores la importancia de mencionar “Región de Origen”, de manera que los consumidores lo asociaran al territorio, pues es importante que los consumidores perciban el producto típico como parte de un territorio específico, de modo que la utilización de éste se convierte en un instrumento, para transmitir información y posicionarlo ante el consumidor.

También fue necesario la implementación del nombre Quesillo, siendo este el producto sujeto a patrimonialización que se busca diferenciar del genérico.

Los nombres que se propusieron fueron los siguientes:

- Quesillo, Región de Origen,
- Quesillo del Valle de Etna, Región de Origen,
- Quesillo de Reyes Etna, Región de Origen.

El elegido fue el tercero, pues los productores argumentaron que es necesario seguir identificando en específico a Reyes Etna con la producción del Quesillo auténtico, ya que es la cuna del Quesillo y además son ellos quienes iniciaron y han estado implementando las diferentes estrategias para su distinción y promoción. También se estableció el uso y restricciones, la forma y cuota de registro de cada uno de los integrantes y solicitantes; permanencia y vigilancia de la marca.

Otra parte importante del documento fue la delimitación geográfica, en esta parte se estableció que Reyes Etna es la cuna del Quesillo y región central de producción, pero se reconoció como zona productora a los municipios de Nazareno Etna, Soledad Etna, San Lorenzo Cacahotepec, San Andrés Zautla, San Pablo Huitzo, Guadalupe Etna y Magdalena Apazco; abarcando una superficie territorial de aproximadamente 202.86 km², pues es el área geográfica donde se ubican las queserías y de donde ellos podrán comprar leche, la cual tendrá las características similares a la producida en Reyes Etna, dado que todos estos municipios pertenecen a la región de Valles Centrales y comparten las características geo-climáticas mencionadas.

Asimismo, se establecieron las características del ganado, como la raza, la garantía de su salud, libre de brucelosis y tuberculosis, mínimos de grasa y proteína de la leche, lo cual se logra mediante la alimentación del animal, que deberá ser con alfalfa, maíz, avena, rastrojo de maíz, ensilado de maíz, rastrojo de sorgo producidos dentro y fuera de la región de Valles Centrales; también, concentrados elaborados con base en maíz, sorgo y pasta de soya, melaza, sales minerales. Queda totalmente prohibido el uso de pollinaza, gallinaza, cerdaza o aquellos que alteren el sabor de la leche.

La leche deberá ser fresca y provenir de los ranchos que cumplan con los requerimientos establecidos por la marca, así mismo tendrá la cantidad de sólidos y proteínas indicadas, y la ausencia de compuestos químicos como de antibióticos, hormonas, desparasitantes, neutralizantes, fertilizantes, detergentes, etc., pelos, insectos, excremento, etc., y de organismos patógenos que afecten tanto el sabor de la leche como la calidad y sanidad del producto final.

Para el proceso de elaboración del Quesillo se determinaron las características que debe tener el producto en cada parte del proceso, así como su composición básica de humedad, grasa, proteína, pH y sal, expresada en rangos, estos permiten que cada productor pueda darle su toque personal al producto, pero siempre con la calidad que distingue al Quesillo, esta calidad reside en el dominio de la técnica de producción y la capacidad de reproducirlos (Faure, 1996). En ese sentido las técnicas empleadas tendrán que estar basadas en prácticas específicas e higiénicas durante el manejo del producto, para garantizar su inocuidad.

En lo que corresponde al logotipo se eligió, para éste documento, el usado para la promoción de la Ferias del Queso y el Quesillo 2014, que puede cambiar, pero tentativamente se ilustra en las Reglas de Uso.

En un colectivo es necesario que los valores y objetivos sean homogéneos y que existan penas y sanciones, de lo contrario se corre el riesgo de desestabilización, por lo que éstas se establecieron en un apartado dentro de las Reglas de Uso (RU). Se tiene que entender que las RU están sujetas a cambio en el tiempo y en el espacio, pero son los mismos productores quienes harán estas modificaciones. Este documento se muestra en el Anexo 1.

Conclusión

Las Regla de Uso es un paso importante para la formación de la Marca Colectiva, pues en ellas se marcan las características que hacen diferente a un producto del resto y al mismo tiempo, si este proceso de calificación es realizado por los productores, les permiten observar cuales son los puntos vulnerables y los fuertes de su producto, a fin de corregir y/o evitar los malos y perpetuar los buenos.

Asimismo al diferenciar su producto esto funciona como una ventaja competitiva pues crea parámetros de diferenciación frente a otros productos. Durante la elaboración de las RU, el nombre juega un papel trascendente pues en él se hace referencia y se constata la calidad del Quesillo vinculada al saber hacer y al territorio.

Referencias

- Albert, P. y Gómez, A. (1996). Productos típicos, territorio y competitividad. *Agricultura y sociedad*. 80-81, 57-82.
- Álvarez, R., Barragán, E. y Chombo, P. (2004). *Reglas de uso de la Marca Colectiva Queso Cotija, Región de Origen*. México: Asociación Regional de Productores, Pro Sierra de Jalmich, A.C., Centro de Investigación aplicada en Tecnología y diseño del Estado de Jalisco, El colegio de Michoacán.
- Arfini, F. (2006). Productos típicos y desarrollo rural: entre calidad y políticas de gobernanza. *Estudios Agrosociales y Pesqueros*. 210, 13-38.
- Boucher, F. y Requier Desjardins, D. (2005). La concentración de las queserías rurales de Cajamarca: retos y dificultades de una estrategia colectiva de activación. *Agroalimentaria*. 11(21), 13-27.
- Caldentey, P. y Gómez, A. (1996). Productos típicos, territorio y competitividad. *Agricultura y Sociedad*, (80-81), 57-82.
- Cervantes, F., Villegas de Gante, A., Cesín A. y Espinoza, A. (2008). *Los quesos mexicanos genuinos: patrimonio cultural que debe rescatarse*. México: Mundi-Prensa México, Universidad Autónoma Chapingo y Universidad Autónoma del Estado de México.
- Champredonde, M. (2011). ¿Qué es un producto típico certificable mediante IG/DO en el contexto Latinoamericano? Ejemplos a partir de casos argentinos. *Perspectivas Rurales. Nueva época*, 19, 61-82.
- Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (2010). Estrategia nacional de apropiación social de la ciencia, la tecnología y la innovación. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2015]. Disponible en: <http://www.autonoma.edu.co/media/documentos-investi->

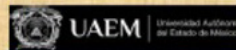
gacion/Estrategia%20Nacional%20de%20Apropiacion%20de%20CTI%202010.pdf

- Faure, M. (1996). Delimitación y especificidad: los quesos abundante y raschera. *Agricultura y sociedad*, (80-81), 289-312.
- Muchnik, J. (2006). Identidad territorial y calidad de los alimentos, procesos de calificación y competencias de los consumidores. *Agroalimentaria*, 22, 89-98.
- Poméon, T., Boucher, F., Cervantes, F. y Fournier, S. (2006). Las dinámicas colectivas en dos cuencas lecheras mexicanas: Tlaxco, Tlaxcala y Tizayuca, Hidalgo. *Agroalimentaria*, 22, 49-64.
- Rodríguez, M. (2004). *Los Sellos de Calidad en Alimentos... ¿Qué hay más allá de la seguridad alimentaria?*. [Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2014]. Disponible en: <http://www.cegesti.org/exito-empresarial/publications/publicacion14.pdf>
- Triches, M. e Schneider, S. (2015). Alimentación, sistema agroalimentario y los consumidores: nuevas conexiones para el desarrollo rural. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 12 (75), 20.

ANEXO

Reglas de uso

Marca colectiva
Quesillo de Reyes Etla, Región de Origen.



Laura Patricia Sánchez Vega/ Angélica Espinoza Ortega

Portada: Fotografía de Laura Patricia Sánchez Vega

**Unión de Productores Auténticos de Queso y Quesillo S.A. de
C.V. (UPAQUERE).**

**Benito Juárez 15
68237 Reyes ETLA, Oaxaca**

**Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales de la UAEM
El Cerillo Piedras Blancas
50090 Toluca Estado de México**

**Hecho e impreso en México
Made and printed in México**

CONTENIDO

Reglas sobre:

Sobre la titularidad de la Marca Colectiva "Quesillo de Reyes Etia, Región de origen"	5
El uso de la Marca Colectiva	5
El registro, pertenencia y vigilancia de la Marca Colectiva	6
La localización geográfica	9
El ganado	12
La alimentación del ganado	12
La leche	13
El cuajo y la sal	13
El proceso de obtención del Quesillo	14
El Quesillo	15
La higiene de las prácticas de ordeña que se deberán llevar a cabo en la producción de leche	16
La higiene y las prácticas que se deberán llevar a cabo en la producción y manejo del Quesillo	17
La comercialización	18
Las penalidades y sanciones	21

La producción de Quesillo en Reyes Etlá se remonta a 1884, por un descubrimiento accidental, y desde entonces éste se elabora en la región. Este conocimiento tradicional se ha construido a través de la memoria colectiva de esta sociedad y se comparte con todos los miembros de la misma que permite la aplicación de los recursos del entorno natural de modo directo. Este se encuentra íntimamente ligado a la cultura y a las costumbres, del tal forma que el arraigo de los habitantes con el Quesillo es muy fuerte.

Los productores de Quesillo se unieron en una Asociación llamada "Asociación de Productores de queso y Quesillo de Reyes Etlá, S.A. de C.V.", cuyo objetivo es patrimonializar su producto, dentro de las acciones para lograrlo se encuentra la búsqueda de un sello de calidad que lo proteja y le de valor añadido, siendo la Marca Colectiva una opción viable.

Una Marca Colectiva les ayudará a tener ventaja competitiva en el mercado y brinda una protección oficial, además da a los consumidores una garantía de autenticidad y calidad, y un sobreprecio a los productos justificado por las especificidades geográficas y culturales incorporadas en el producto.

**REGLAS DE USO DE LA MARCA COLECTIVA
"QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN"**

**Primera. SOBRE LA TITULARIDAD DE LA MARCA COLECTIVA
"QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN".**

1.1 El titular de la marca colectiva "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN", es la Unión de Productores Auténticos de Queso y Quesillo de Reyes Etlá, S.A. de C.V., en adelante, la Asociación.

Segunda. SOBRE EL USO DE LA MARCA COLECTIVA "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN".

2.1 El signo o Marca Colectiva se refiere a la denominación y diseño protegidos por esta marca, incluye el uso del nombre "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN".

2.2 La Asociación en su carácter de titular de la marca no podrá otorgar licencias de uso a productores externos a la Asociación, ya que el uso de la marca colectiva queda reservado exclusivamente a los miembros de la Asociación.

2.3 La Asociación es la única autorizada para utilizar la denominación, signo o marca distintiva registrados para la marca "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

2.4 La Asociación podrá utilizar la marca "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" con fines promocionales.

2.5 La Asociación será el único ente autorizado para elaborar material informativo que acompañe a la marca "QUESILLO DE REYES

ETLA, REGIÓN DE ORIGEN", así mismo es el responsable de distribuirlo a los municipios, representantes gubernamentales, organizaciones o cualquier otra entidad que lo requiera.

2.6 En caso de cualquier aspecto no considerado en el presente reglamento, La Asociación será el único ente indicado para resolver cualquier acción a seguir.

2.7 El uso del nombre, signo o marca distintiva de la marca "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" queda excluido, para cualquier otro producto elaborado por un productor registrado, que no cumpla con las especificaciones en las reglas aquí señaladas.

2.8 Si así lo deseara, el productor de queso protegido por esta Marca Colectiva, podrá hacer uso adicionalmente de su propia marca.

Tercera. SOBRE EL REGISTRO, PERTENENCIA Y VIGILANCIA DE LA MARCA COLECTIVA "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN".

3.1 El productor de "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN", en adelante "El Productor", sea persona física o moral, deberá registrarse ante La Asociación y cumplir con cada una de las reglas aquí especificadas para hacer uso del nombre, de la marca y/o del signo distintivo correspondiente a la Marca Colectiva "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN".

3.2 Para registrarse en La Asociación, los productores solicitarán a ésta su ingreso; demostrando en campo y por documentación, cuando corresponda, el cumplimiento de cada una de las reglas aquí especificadas, siguiendo los siguientes pasos:

3.2.1 Pedir, llenar y entregar la solicitud de registro a La Asociación como productor de "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN".

3.2.2 Fijar una cita para que el presidente de La Asociación (o su representante), visite el lugar donde se produce el queso elaborado por el productor solicitante.

<p align="center">SOLICITUD DE REGISTRO A LA ASOCIACIÓN COMO PRODUCTOR DE QUESILLO DE REYES ETLA, REGION DE ORIGEN</p> <p>Nombre: _____</p> <p>Dirección: _____</p> <p>RFC: _____</p> <p>Teléfono: _____</p> <p>Correo electrónico: _____</p> <p>Capacidad de transformación (litros de leche): _____</p> <p>Antigüedad en la producción del Quesillo: _____</p> <p>Número de personas que trabajan elaborando el Quesillo: _____</p> <p>No. de certificado de hato libre de los productores a los que compra leche: _____</p> <p>No. de registro del productor: _____</p> <p>Firmas de aceptación de los presidentes de la Asociación y el Consejo de Administración.</p>

3.2.3 El presidente de la Asociación (o su representante) revisará que el solicitante cumpla los requisitos de las Reglas de Uso de la Marca Colectiva "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" y decidirá sobre la aceptación de su solicitud.

**REGISTRO DE ACEPTACIÓN DEL QUESILLO PARA
COMERCIALIZACIÓN**

No. de registro:

Nombre:

Dirección:

Producto ingresado (piezas):

Producto ingresado (Kg):

Cumple reglas de higiene y buenas prácticas si— no—

Fecha de emisión:

Número de registro otorgado al producto:

Aprobación de calidad:

3.2.4 Una vez que se autorice el ingreso del productor por parte de La Asociación, se le otorgará un Número de Registro al productor.

3.2.5 El número de registro del productor indicará la fecha en la que se otorgó y el productor correspondiente, según el código siguiente:

3.2.5.1 Tres letras indicando el nombre del productor (iniciales - del nombre y apellidos), seguido de los dígitos correspondientes al número consecutivo de registro

(ocupando tres dígitos, ejemplo 001, para el primer registro).

3.2.6 El número de registro es exclusivo para cada productor y por lo tanto no podrá transferirse.

3.3 El productor deberá pagar una cuota a La Asociación, por concepto de gastos de operación, para recibir el número de registro y para la evaluación de la calidad correspondiente, cuyo monto se fijará y se irá ajustando a lo largo del tiempo en el seno de La Asociación.

3.4 La Asociación, llevará el control de cada productor por temporada, con la siguiente información:

- Número de litros de leche transformados.
- Kilos de Quesillo producidos.

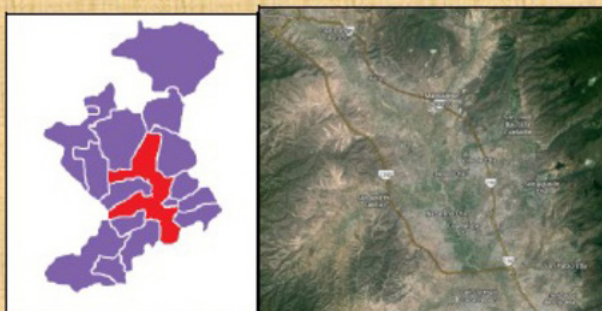
Cuarta. SOBRE LA LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.

4.1 Localización. La región central de producción se localiza en el municipio de Reyes Etla, Oaxaca, delimitación de la cuna u origen territorial del Quesillo, pero se extiende a los municipios de Nazareno Etla, Soledad Etla, San Lorenzo Cacahotepec, San Andrés Zautla, San Pablo Huitzo, Guadalupe Etla y Magdalena Apazco; abarcando una superficie territorial de aproximadamente 202.86 km², área geográfica donde se ubican las queserías.

4.2 Límites de adscripción político-administrativa que comprende al sur con San Andrés Ixtlahuaca, Santa María Atzompa y la Ciudad de Oaxaca, al poniente con San Felipe Tejalapam, Santo Tomás Mazaltepec, Santiago Suchilquitongo, Santiago Tenango, al norte con los municipios de San Francisco Telixtlahuaca, al oriente con San

Juan del Estado, San Juan Bautista Guelache, Villa de Etla, San Agustín Etla y San Pablo Etla.

Mapa y Perfil topográfico de la región productora del original del “QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN”.



4.3 Factores geográficos físicos: que incluyen la topografía y el clima, traducidos en ciertos parámetros de temperatura ambiental y precipitación pluvial anual, lo que permite un rango de humedad relativa específica que se relaciona con las características del queso elaborado en dicha región.

4.3.1 Forma: es un valle que en el centro no presenta montañas solo peñas y minas de roca. Rodeado por la Sierra Madre Oriental y la Sierra Madre Occidental.

4.3.2 Altitud: esta región se ubica entre los 1630 msnm aproximadamente.

4.3.3 Precipitación: la temporada de lluvias es de los meses de junio a septiembre, la precipitación media anual es de entre 700 mm.

4.3.4 Clima: es semicálido-subhúmedo con una temperatura mínima promedio de 9°C, y máxima promedio de 24°C, el mes más caluroso es mayo con temperaturas máximas de 34°C y el mes más frío en enero con temperaturas mínimas de 7°C.

4.3.5 Vegetación: pastizal inducido con plantas semidesérticas y chaparral bajo, mezquites, huajes, cazahuates, sauces, eucaliptos, fresnos, zapote, laurel de la india, entre otros.

4.3.6 Edafología: EL tipo de suelo es cambisol cálcico. Este suelo no guarda una estructura, color y consistencia uniformes debido a su proceso de oxidación, existiendo tipos de tierra comúnmente llamados: tierra negra, tierra yocuela, arenal, blanca, entre otras. Sus suelos son propicios para la agricultura al mantenerlo debidamente fertilizado.

4.4 Factores humanos o culturales: estos se refiere a la forma y conocimiento ancestral de hacer el Quesillo en un medio geográfico específico, por un grupo social determinado.

4.4.1 Esta región se caracterizó por ser un valle productor de lechería familiar en pequeña escala dedicado a la producción de queso, Quesillo y otros derivados lácteos. La fama del Quesillo se extendió al centro del país a través de su comercialización, desde la década de los años 40 hasta principios de los años 90, jugando un papel muy importante el ferrocarril, medio por el cual se transportaba desde la estación de Reyes Etla con límites de la Villa de Etla, por un lado hacia los estados de Puebla y Distrito Federal, donde se expendía a otras regiones del centro del país; y por otro lado a la ciudad de Oaxaca. Para la venta en el centro del país, el Quesillo y

otros derivados lácteos eran envueltos en hoja de plátano u hoja de frutilla, y transportado en canastos elaborados a base de carrizo y cubiertos con petate. De esta forma fue creciendo el prestigio del Quesillo y su demanda.

Quinta. SOBRE EL GANADO.

5.1 El ganado que produzca la leche con la que se elabora el "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" deberá estar localizado dentro de la región de los Valles Centrales en Oaxaca.

5.2 El ganado que produzca la leche con la que se elabora el "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" deberá estar sano.

5.3 El hato completo deberá contar con certificado vigente "Libre de brucela y tuberculosis".

5.4 Las vacas productoras de la leche deberán ser Holstein, Jersey, Pardo Suizo y sus cruza, siempre y cuando la calidad específica de la leche para la producción del "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" mantenga un mínimo de 3% de grasa y 3% de proteína.

Sexta. SOBRE LA ALIMENTACIÓN DEL GANADO.

6.1. Las vacas productoras de la leche destinada a la elaboración del queso, se alimentan con alfalfa, maíz, avena, rastrojo de maíz, ensilado de maíz, rastrojo de sorgo producidos dentro y fuera de la región de Valles Centrales; así como concentrados elaborados con base en maíz, sorgo y pasta de soya, melaza, sales minerales.

6.2. Queda prohibido el uso de pollinaza, gallinaza, cerdaza o aquellos que alteren el sabor de la leche.

Séptima. SOBRE LA LECHE.

7.1. Toda la leche utilizada para la elaboración del Quesillo, deberá ser fresca y provenir de las vacas ordeñadas durante todo el año, en los ranchos que cubren los requerimientos establecidos en la presente marca.

7.2. La leche utilizada para la elaboración del Quesillo podrá o no descremarse.

7.3. La cantidad de sólidos grasos de la leche utilizada para elaborar el Quesillo no deberá ser menor a 3% o 30g/Lt.

7.4. Las proteínas de la leche no serán menores a 3% o 30 g/Lt.

7.5. La leche no deberá contener residuos de compuestos químicos, ejemplo: de antibióticos, hormonas, desparacitantes, neutralizantes, fertilizantes, detergentes, etc.

7.6. La leche utilizada como materia prima en la elaboración del queso no deberá contener materia extraña como pelos, insectos, excremento, etc.

7.7. La leche utilizada como materia prima para la elaboración del Quesillo deberá estar ausente de organismos patógenos.

Octava. SOBRE EL CUAJO Y LA SAL.

8.1. El cuajo deberá ser natural, elaborado higiénicamente por los mismos productores de queso, a partir del cuajo de rumiantes jóvenes; o en su defecto, se podrá utilizar cuajo comercial de origen

natural, no microbiano, es decir, cuya composición corresponda a la mezcla enzimática proveniente del extracto enzimático del estómago de rumiantes.

8.2. La sal deberá ser refinada, libre de materia extraña y compuestos químicos.

Novena. SOBRE EL PROCESO DE OBTENCIÓN DEL “QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN”.

9.1 El Quesillo se obtendrá mediante el proceso tradicional con calidad controlada, respetando los tiempos y condiciones que exigen cada una de las etapas que enseguida se especifican:

9.2 La leche que se utilice en la elaboración del queso será entera y recién ordeñada del día y se cuela en una manta limpia para retener cualquier materia extraña y se coloca en una tina de acero inoxidable.

9.3 A la leche recién recibida se le incorpora el cuajo, mezclándolo rápidamente.

9.4 La consistencia de la cuajada se prueba con un cuchillo y, una vez alcanzado el punto deseado se quiebra (corta) con una lira o cuchara en porciones lo más pequeñas posibles.

9.5 La cuajada cortada (quebrada) aun con suero se deja reposar hasta que asiente la pasta y entonces se le retiran dos terceras partes del suero.

9.6 La cuajada semidesuerada se deja reposar para un segundo desuerado hasta lograr su punto, el tiempo varía de acuerdo a la temperatura ambiente (de 6 a 30 horas).

9.7 La pasta en su punto se coloca en un recipiente donde se le agrega agua hirviendo, envolviéndola (moviéndola) con una cuchara de madera hasta lograr la fundición que el de la consistencia elástica.

9.8 Una vez logrado su punto se amasa con las manos y se estira para sacar las correas.

9.9 El salado se realiza al momento de enrollarse y este tiene que ser en forma de flor.

9.10 Las piezas se embolsan para su venta individual.

Décima. SOBRE EL QUESILLO.

10.1 El Quesillo deberá producirse de manera natural, es decir, a partir de leche entera; o en leches muy concentradas de grasa se descremara; sin la adición de leche en polvo, compuestos químicos o análogos de leche u otros ingredientes que no sean sal y cuajo, cuyas especificaciones se describen en esta norma.

10.2 El queso deberá estar libre de cualquier microorganismo patógeno.

10.3 El queso deberá estar libre de compuestos químicos ajenos a su naturaleza, como pesticidas, fertilizantes, detergentes, etc.

10.4 La composición básica del Quesillo será la siguiente:

Humedad dentro del siguiente rango de 40.98-53.60.

Grasa dentro del siguiente rango de 20-30

Proteína dentro del siguiente rango 21.5-30

pH dentro del siguiente rango 5.04-6.00

Sal dentro del siguiente rango 5.02-5.61

10.5 "El QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" deberá tener un máximo sin refrigeración de 3 días y refrigerado de ocho días de vida.

10.6 El Quesillo mantendrá su presentación tradicional de madeja en forma de capullo de flor, en las siguientes presentaciones 1Kg, ½ Kg, ¼ Kg y el botanerito (10 gr).

10.7 Cualquier variación en peso y tamaño debe guardar los parámetros de calidad especificado en estas reglas, siempre y cuando no exceda 2.5 Kg. También se consideran piezas adornadas o decoradas.

10.8 El tipo de "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" podrá subclasificarse comercialmente:

10.8.1 Por su proporción de grasa:

a) Entero: elaborado con leche entera, y ocasionalmente,

b) Semidescremado: elaborado con leche semidescremada.

10.8.2 El productor podrá subclasificar adicionalmente su queso por el nombre de su rancho, familia o marca propia.

Onceava. SOBRE LA HIGIENE Y LAS PRÁCTICAS DE ORDEÑA QUE SE DEBERAN LLEVAR A CABO EN LA PRODUCCIÓN DE LECHE DESTINADA A LA ELABORACIÓN DEL QUESILLO.

11.1 La ordeña se realizará higiénicamente, esto consiste en limpiar solamente cada uno de los pezones con agua limpia y secarlos con un trapo limpio.

11.2 La persona que ordeñe el ganado deberá conservar las manos limpias evitando tocar otras partes del animal durante la ordeña.

11.3 Se debe hacer uso del sellado de los pezones después de la ordeña.

11.4 Se evitará que la leche utilizada como materia prima para la elaboración del "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN", desde su obtención, entre en contacto con recipientes o materiales sucios, materia extraña, contaminantes o cualquier tipo de animal.

11.5 La leche deberá ser transportada inmediatamente después de la ordeña en recipientes limpios de acero inoxidable.

Doceava. SOBRE LA HIGIENE Y LAS PRÁCTICAS QUE SE DEBERAN LLEVAR A CABO EN LA PRODUCCIÓN Y MANEJO DEL QUESILLO.

12.1 Se evitará que la leche utilizada como materia prima para la elaboración del "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN", entre en contacto con recipientes o materiales sucios, materia extraña, contaminantes o cualquier tipo de animal.

12.2 Todos los utensilios y materiales deberán ser inspeccionados por los responsables de la producción, antes de ser utilizados en cualquier operación relacionada con la elaboración del Quesillo, con el objeto de utilizar solamente los que comprobadamente se encuentren limpios.

12.3 El Quesillo deberá mantenerse libre de materia extraña, insectos, aves, plagas y cualquier tipo de animal.

12.4 Las personas involucradas en el proceso de elaboración del Quesillo deberán usar cofia para el cabello, mandil, cubre bocas y encontrarse libres de enfermedades para poder elaborarlo y manipularlo.

12.5 Las personas involucradas en el proceso de elaboración del Quesillo deberán lavarse las manos antes de hacer cualquier procedimiento con el Quesillo.

12.6 Las personas involucradas en el proceso de elaboración del Quesillo deberán realizar las operaciones de acuerdo a los principios de higiene y buenas prácticas de manufactura que se establecen en estas reglas de uso.

Treceava. SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN.

13.1 El "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" deberá comercializarse ostentando el número de registro otorgado por La Asociación, el cual se compone por el código del registro del productor seguido por seis dígitos correspondientes: dos al día, dos al mes y dos, al año de producción; ostentando la etiqueta registrada y la verificación de calidad del Consejo de Vigilancia.

13.2 La Asociación gestionará los análisis correspondientes para determinar la calidad del Quesillo y aceptar o rechazar la producción.

13.3 El Quesillo protegido por estas reglas deberá acompañarse siempre de la etiqueta distintiva que especifica, su composición, día, mes y año de producción, además de cumplir con lo que establece la norma nacional para etiquetado.

13.4 La Asociación elaborará el número de etiquetas con el diseño autorizado, para efectuar los tres tipos de control (identidad del producto, código de identidad del productor que indique la vigencia del usuario de la marca y verificación de la calidad) para la comercialización de cada pieza de queso, con base en la producción estimada de los productores registrados.

13.5 La Asociación entregará al Productor el número de etiquetas correspondiente al lote de su producción por cada año de producción.

13.6 La marca "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN" acompañada del número de registro del Productor, deberá estar visible en cada uno de los quesos, según se explica la etiqueta:

1 El Quesillo debe llevar la etiqueta registrada en estas reglas de uso y que se muestra abajo.

2 La etiqueta debe colocarse alrededor de la pieza de Quesillo, dejando libre la parte superior, de forma que permita visualizar la forma de capullo de flor que lo caracteriza.

Logotipo para las etiquetas nominadas e innominadas para la marca colectiva "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN".



Catorceava. SOBRE PENALIDADES Y SANCIONES

14.1 La Asociación sancionará al productor que no cumpla con alguna o algunas de las Reglas de Uso para la elaboración del "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN", la sanción puede ser desde una amonestación o una multa, hasta la suspensión del uso de la marca colectiva.

14.2 La suspensión del uso de la marca colectiva se revocará una vez que la irregularidad sea corregida.

14.3 En caso de que algún productor utilice la marca "QUESILLO DE REYES ETLA, REGIÓN DE ORIGEN", sin autorización de La Asociación, se procederá según estipula la ley de Propiedad Industrial.



II. LA BÚSQUEDA DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN (DO) DEL AMARANTO DE SANTIAGO TULYEHUALCO, XOCHIMILCO, D.F.

DANIEL DE JESÚS CONTRERAS
IRMA LUZ RAMÍREZ DE LA O
FELIPE CARLOS VIESCA GONZÁLEZ
HUMBERTO THOMÉ ORTIZ

Introducción

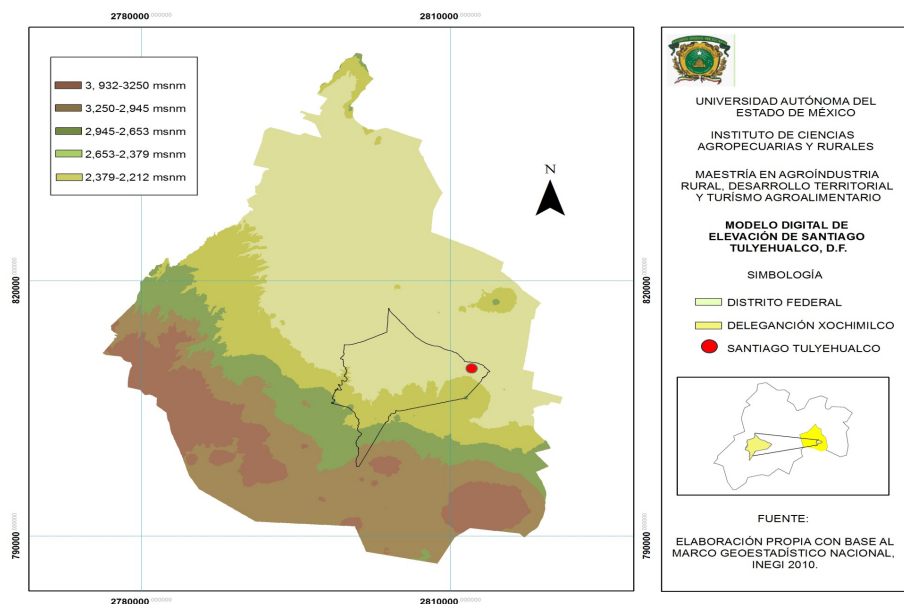
El amaranto, también conocido como *huauhtli* o “alegría”, es una planta herbácea de la familia de las amarantáceas y del género *Amaranthus* que cuenta con más de sesenta especies distribuidas en el mundo, en climas que oscilan entre el tropical y el templado seco. En México, la especie más abundante es *Amaranthus hypochondriacus* y se cultiva principalmente en las regiones biogeográficas del Eje Volcánico Transmexicano, en los estados que comprenden la Mesa Central (Morales *et al.*, 2009; Espitia *et al.*, 2010).

Durante la época prehispánica, el amaranto fue muy valioso por varias razones. Fue uno de los granos más cultivados entre los aztecas y uno de los alimentos más importantes en la dieta de varias culturas; por su alto contenido nutrimental, en temporadas de escasez de maíz, era un excelente sustituto alimenticio, ya fuera en semilla u hoja. Además, tenía un uso ritual: el grano era el ingrediente base para la elaboración de figuras de Dioses, mismas que eran consumidas en distintas ceremonias (Sahagún, 2006); y finalmente, se llegó a emplear como bien para el intercambio. En la actualidad se le reconoce como un alimento rico en proteínas (16%), lisina, vitaminas y grasas, más aún que el trigo, maíz y arroz (Méndez, 2011; Paredes *et al.*, 1990); funcional, y eficaz para reducir la desnutrición en la población infantil, el riesgo de enfermedades cardiovasculares, de colon y recto, además del nivel de colesterol en la sangre (Mapes y Espitia, s.f).

En Santiago Tulyehualco —pueblo rural localizado en la Delegación Xochimilco de la Ciudad de México (ver la imagen 1)— el cultivo y consumo de amaranto siguen estando vigentes, por lo cual el grano puede considerarse como un referente identitario cuyas raíces se remontan a la época prehispánica, y como uno de los pilares de la economía local. De la superficie total cultivada con amaranto en el Distrito Federal, Tulyehualco concentra el 88% (Portillo, 2011), estimándose una producción anual de 280 ton; en San Juan Ixtayopan, San Nicolás Tetelco y San Antonio Tecomitl, de las Delegaciones Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta, principalmente, se ubica el 12% restante (SEDEREC, 2012).

No obstante, en Tulyehualco existe un conjunto de problemáticas en torno a su cultivo identificadas por los mismos productores; algunas de ellas coincidentes con diversos estudios sobre las zonas rurales del Distrito Federal. Entre ellas, destacan: el avance de la mancha urbana y la reducción de los espacios para el cultivo, pasando por una venta de predios

MAPA 1. Localización de Santiago Tulyehualco, Ciudad de México.



Fuente: elaboración propia (2015)

estimulada por escasos rendimientos económicos; altos costos de producción; introducción de semillas de otros lugares; poco interés de las generaciones actuales en continuar con la tradición. Todo ello amenaza la permanencia del amaranto en la economía local, el sistema agroecológico y la matriz sociocultural del poblado.

En la interpretación de los autores, de continuar estas situaciones se ocasionaría: pérdida de la agrobiodiversidad, y por lo tanto, de los conocimientos tradicionales asociados al manejo del agroecosistema del que forma parte el amaranto; disminución de los servicios ambientales relacionados con el mantenimiento del paisaje; fragmentación de la identidad de los productores y de la población en general; disolución de las interrelaciones productivas territoriales; detrimento de la tipicidad y calidad de las variedades locales de amaranto; desvanecimiento de los valores simbólicos que sostienen el vínculo territorial entre el amaranto y la población de Tulyehualco; y en fin, pérdida de una tradición y de un alimento, que pueden concebirse como patrimonio local e inclusive se habría solicitado su inscripción en la lista del Patrimonio Cultural intangible de la Humanidad (UNESCO, 2010).

Ante este panorama, la presente investigación requirió consultar a los productores para visualizar posibles soluciones. Durante una serie de talleres participativos, los productores del Sistema Producto Amaranto con los que se trabajó, establecieron como una necesidad central la revaloración del cultivo, en todas sus dimensiones (social, económica, cultural y ambiental), mediante una DO. Ésta se consideró un instrumento idóneo para estimularlos a ellos y a otros actores locales, para continuar con la tradición y para hacer frente a todos los problemas relacionados con la producción y comercialización de sus productos.

Puesto que los productores valoran el amaranto por todo lo que implica en términos ambientales, culturales y socioeconómicos, en este trabajo se consideró que más allá del producto en sí, el centro de sus preocupaciones y necesidades se concentra en una revaloración integral, que abarca todos los elementos territoriales relacionados con la producción. En este sentido, se visualizó la DO como una estrategia de valorización territorial y patrimonial, que incluyera una valorización económica, ya que de otro modo la producción de amaranto no podría sostenerse. Sin

embargo, se planteó a los productores que para lograr la DO, era necesario llevar a cabo un proceso de calificación del producto, a fin de identificar una calidad específica y diferenciada, asociada a su origen territorial.

Dicha calificación se asumió como un proceso de patrimonialización, debido a que: paralelamente se incorporarían los valores simbólicos, conocimientos y recursos territoriales, propios de una tradición local; se reafirmaría una identidad territorial del producto reconocida por productores y consumidores; se movilizarían colectivamente los actores, y se identificarían ciertas cualidades del producto asociadas con su origen territorial (Linck, 2006; Linck *et al.*, 2006; Tregear *et al.*, 2007; Poméon, 2011; Bridier, 2011).

El objetivo de esta investigación fue identificar la calidad específica del amaranto (*Amaranthus hypochondriacus*) de Santiago Tulyehualco, Xochimilco, Distrito Federal, asociada al origen geográfico, como estrategia de valorización; así como generar y recopilar la información necesaria para la integración de un expediente básico para la búsqueda de una Indicación Geográfica (IG), en beneficio de los actores locales y los consumidores. De esta manera, este documento presenta una propuesta de patrimonialización para el amaranto de Tulyehualco como paso previo a la obtención de una DO, que incluye un diagnóstico del territorio, un autodiagnóstico comunitario, y la identificación y calificación de la calidad del grano, todo lo cual dio como resultado el mencionado expediente para obtener una IG.

Patrimonialización y calificación para valorizar alimentos tradicionales

La valorización del patrimonio alimentario en el contexto de la globalización, se ha constituido en finalidad primordial de una planeación estratégica, cada vez más socorrida por diversos agentes públicos y privados, y mediante la cual, se busca impulsar opciones de desarrollo local. Entre otras cosas, se alude a la generación de empleos; la preservación de la agrobiodiversidad; el mantenimiento de la soberanía alimentaria; el rescate de las tradiciones autóctonas; que en conjunto conducirían a una

mejora sustancial de la calidad de vida de las sociedades más desfavorecidas por los intercambios comerciales. Las apuestas son variadas, desde proyectos de turismo rural o turismo agroalimentario, hasta el establecimiento de agroindustrias y gestión de sellos de calidad. Un objetivo común que subyace a la mayoría de estos proyectos, es que se orientan a la construcción de un imaginario colectivo que articula determinados alimentos emblemáticos con sus territorios de producción, a nivel espacial y cultural.

En el caso concreto de las IG, la valorización de productos locales mediante estos mecanismos supone la identificación de las cualidades específicas que los diferencian de productos genéricos, procedimiento conocido como *calificación*. Específicamente, se trata de un proceso mediante el cual la sociedad puede reconocer el valor de un producto asociado a su territorio de producción (Barjolle y Vandecandeleare, 2012) y en el que se busca la transformación de un producto tradicional, en uno con identidad territorial y características legítimamente reconocidas por consumidores y productores, pues se incorporan valores patrimoniales producidos en el territorio (Bridier, 2011; Linck *et al.*, 2006). Ello significa que en un proceso de calificación, al mismo tiempo que se valorizan los productos, se movilizan y activan los actores y los recursos territoriales; así, el territorio es calificado y valorado por sus productos: un aspecto crucial en la diferenciación de los territorios (Espeitx, 2008).

Concebida de esta manera, la aproximación al papel del territorio en los procesos de calificación requiere precisar los elementos que lo conforman, encontrándose una vía para ello en la perspectiva patrimonial. Por ejemplo, Linck *et al.* (2006) sugieren agrupar los elementos territoriales en una dimensión patrimonial con dos grandes categorías: patrimonio cultural y patrimonio natural. Para estos autores, ambas se vinculan estrechamente, porque ningún recurso natural existe de manera aislada y no se reconoce si no se movilizan los conocimientos técnicos, instituciones, valores sociales y representaciones que condicionan su aprovechamiento. Así, la dimensión patrimonial del territorio parece idónea para plantear la imagen de un recurso complejo.

Si consideramos patrimonio y territorio como entidades complejas, la complejidad puede significar una relación dialéctica entre el territorio

que construye y define el patrimonio, y el patrimonio, que delimita el territorio y se adscribe a él: ambos son producto de una construcción social. Pero la dimensión patrimonial del territorio también está relacionada con la capacidad de apropiación de los actores, quienes acuerdan qué de él puede y debe ser considerado patrimonio, cuáles serán los mecanismos de acceso o restricción, y cuáles son las formas idóneas para transmitir su significado. De aquí que el acoplamiento entre patrimonio y territorio se entienda como un *sistema de patrimonio territorial* en el que quedan incluidas las características físicas y naturales, y las manifestaciones culturales (Martín, 2010); de hecho, estos elementos se asumen como valores del territorio. Dichos elementos también configuran la idea de un *capital territorial* en el que debe enfatizarse la importancia de su valoración como componentes estables de un lugar, pues oportunamente serán la base para generar estrategias de desarrollo (Dematteis y Governa, 2005).

Los argumentos anteriores nos permiten reflexionar sobre la calificación como proceso de patrimonialización, pues ambos son conceptos que se enriquecen mutuamente, ya que identificar, describir y asumir como propio determinado producto local, constituyen el proceso de patrimonialización que puede orientarse a la calificación de un territorio (Champredonde *et al.*, 2012). En este sentido, la patrimonialización puede concebirse como una construcción a partir de ciertos elementos preexistentes, seleccionados discrecionalmente desde criterios específicos, lo cual supone perpetuar la transmisión de una particularidad; es decir, de una especificidad considerada propia (Espeitx, 2004).

El patrimonio se definiría entonces como una construcción social y territorial que requiere la intermediación de acciones colectivas en torno a la apropiación de un bien, que por definición es común; en tal caso, la atribución de referentes subjetivos compartidos colectivamente constituye una de las posibles interpretaciones del término patrimonio, ya que los valores o simbolismos son sus elementos definitorios; esto es, existen representaciones sociales por las que existe el patrimonio. En toda esta afirmación, ciertamente los alimentos tradicionales refieren una expresión genuina del patrimonio local, pues condensan un conjunto de características que resultan, por un lado, de las condiciones físico-geográficas de los territorios, y por otro, del conocimiento de las sociedades en torno

al manejo y uso de la agrobiodiversidad, por lo que también implican un complejo entramado cultural que pone de relieve su dimensión identitaria, o anclaje territorial.

Metodología

Los planteamientos anteriores convergen en diversos puntos con los criterios considerados para los procesos de calificación de productos que aspiran a una IG. Barjolle y Vandecandelaere (2012) y Vandecandelaere *et al.* (2010) proponen el *Círculo Virtuoso de la Calidad Vinculada al Origen* como metodología de apoyo a los actores locales para abordar los aspectos implicados en el proceso de valorización mediante una IG. Este enfoque se estructura en cuatro etapas que toman en cuenta todos los elementos fundamentales de la calificación, posibilitando la creación de un valor económico y la preservación del patrimonio natural y cultural asociado (Oyarzún *et al.*, 2013). Estas etapas son: identificación, calificación, remuneración y reproducción.

Para el caso concreto del amaranto de Tulyehualco, se retomaron únicamente las dos primeras etapas, ya que las restantes se refieren a la puesta en marcha de la IG, lo cual sucede únicamente después de su aceptación a nivel institucional. La primera consiste en la *identificación precisa* del producto y de los recursos locales necesarios para su producción; en esta etapa se busca la determinación de los vínculos del producto con el territorio y las personas que lo producen. Para los actores locales consiste en tomar conciencia de ese potencial, e indagar sobre aquello que motiva a las personas a iniciar un proceso de calificación territorial (Vandecandelaere *et al.*, 2010).

En la *calificación* se busca establecer las reglas para la producción de un producto cuya calidad está vinculada al origen, sobre la base de una definición compartida por los productores; es decir, de modo participativo. En otras palabras, es la elaboración de un Pliego de Condiciones, que sería la base para el registro oficial de la iniciativa de patrimonialización. Su contenido básico incluye aspectos como el nombre del producto; su descripción; ingredientes y materias primas empleados (en el caso de

productos elaborados); definición de los procesos de producción; vínculos entre la calidad específica y los recursos territoriales (naturales y humanos); y la definición de la zona de producción, entre otros. Con estos fundamentos, se definieron una serie de variables sobre las cuales se trabajó para la caracterización y calificación del amaranto de Tulyehualco.

Como se observará en los resultados, a partir de la necesidad de reunir la información para elaborar el expediente que sustentara la solicitud de DO, los productores participaron activamente en la indagación de todas las variables, aportando asesoría, información y materiales. Desde la perspectiva de este trabajo, se estima que esta participación es de la mayor importancia, porque representa el punto de partida para la apropiación, acción colectiva, referentes compartidos y otros elementos que confieren solidez al proceso de patrimonialización. A ello se debe que, a diferencia de otras perspectivas en las que los actores locales son simplemente conducidos a un proceso de ese tipo, en esta investigación se privilegiaron el saber, el decir y los intereses locales.

1. *Análisis de los vínculos geográficos y socioculturales del amaranto.* Se describen y analizan los recursos naturales y los aspectos socioculturales relacionados con la producción de amaranto, los cuales constituyen vínculos que fundamentan su anclaje territorial.
2. *Caracterización física y morfológica de la semilla y grano reventado.* Mediante talleres participativos, sesiones de trabajo y entrevistas a profundidad, se definieron las principales características del producto. En esta tarea intervinieron los productores y el ingeniero técnico que colabora con ellos, quien aportó información valiosa y facilitó la actividad.
3. *Descripción de los métodos de producción.* Se basa primordialmente en el análisis de las principales actividades productivas y el saber-hacer que las orienta. Esto fue posible por la aplicación del método etnográfico; algunas técnicas como la observación participante; entrevistas a profundidad, y talleres participativos.
4. *Delimitación de la zona geográfica de producción.* Para ello se retomó la propuesta de Berard *et al.* (2001) adaptada por Vandecandelaere *et al.* (2010), que menciona cuatro criterios fundamentales

para la delimitación del territorio: aspectos físicos, prácticas locales, historia local y reputación del producto, y localización de los productores.

5. *Análisis bromatológico del grano reventado.* Se realizó un análisis químico proximal utilizando el método AOAC Químico Proximal 1990. En total se sometieron cinco muestras de amaranto procedentes de Morelos, Puebla, Estado de México y Tulyehualco (variedades Yeztic y Calyecac).
6. *Determinación de las características organolépticas del grano reventado.*¹ Se determinaron los perfiles sensoriales para las variedades Yeztic y Calyecac respecto a textura, olor, aroma, sabor y retrogusto, realizando un entrenamiento de jueces y estableciendo una escala numérica de seis puntos (del 0 al 5) para la calificación de la intensidad de cada uno de ellos, donde: 0 = nada intenso; 1= poco intenso; 2= ligeramente intenso; 3= medio intenso; 4= intenso; y 5= extremo. Además se empleó una escala de cuatro puntos (del 1 al 4) para amplitud, donde: 4= alto; 3= medio; 2= bajo; y 1= muy bajo.
7. *Análisis de la reputación territorial del producto.* Para este apartado, se realizaron entrevistas a profundidad, talleres participativos y sesiones de trabajo con productores de amaranto, gracias a los cuales se recogió información sobre las características que definen la calidad del producto, y que consecuentemente fundamentan su reputación. En el caso de los consumidores, se aplicó un método de evaluación sensorial conocido como prueba Dúo-Trío, que consiste en determinar si existe diferencia sensorialmente perceptible al comparar dos muestras desconocidas contra una tercera llamada “referencia”, para indicar cuál de las desconocidas es igual a la referencia dada (Pedrero y Pangborn, 1989).

Se evaluaron dos de las tres variedades locales contra amarantos de Puebla, Estado de México y Morelos. Este método se complementó con la aplicación de un cuestionario cuya finalidad fue indagar si los consumidores —actuales y potenciales— lograban identificar

¹ Este ejercicio se realizó en conjunto con Guerrero (2015), para mayor precisión sobre los métodos y materiales empleados conviene revisar dicho trabajo.

diferencias objetivas y/o subjetivas entre el amaranto de Tulyehualco y los otros; qué aspectos valoraban más del producto; los factores de agrado, y los elementos que vinculaban territorialmente al amaranto con el pueblo desde las experiencias propias.

Como antecedente de esta investigación, deben mencionarse una serie de intentos promovidos por entidades gubernamentales para buscar la DO, mismos que no fructificaron, destacando entre otras razones: los vacíos existentes en el sistema de regulación de las DO en México; la falta de determinación y compromiso institucional; la búsqueda de reconocimiento político de algunos actores, y la poca asistencia técnica que proporciona la institución encargada de lo relativo a las DO. Todo esto entraña un gran obstáculo para la valorización y el reconocimiento vía DO, de productos agroalimentarios y artesanales con características específicas atribuibles al origen geográfico.

También debe resaltarse un viraje en la propuesta de una DO para el amaranto de Tulyehualco, hacia la patrimonialización institucionalizada con la Declaratoria de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Ciudad de México, la cual no ha sido obtenida. Ambas iniciativas emergieron del aparato gubernamental bajo el supuesto de representar alternativas para el fortalecimiento de la producción de amaranto en Tulyehualco, pero sus resultados y serias inconsistencias sólo generaron más incertidumbre y desaliento entre los productores.

Resultados y Discusión

1. Análisis de los vínculos geográficos y socioculturales del amaranto

Vínculos físico-geográficos

De acuerdo con el Plan General de Ordenamiento Ecológico del Distrito Federal, Tulyehualco se encuentra dentro de la Zona Agroecológica, categoría que agrupa aquellas áreas con alto potencial para las actividades productivas agrícolas y pecuarias dentro del suelo de conservación de la

demarcación. Esta zona se caracteriza por presentar dos micro climas: templado subhúmedo con lluvias en verano y semifrío subhúmedo con lluvias en verano, los cuales favorecen el desarrollo de algunos cultivos (CORENA, 2000), como el amaranto y el olivo. Los predios destinados a la agricultura se localizan en la parte cerril de la comunidad, en el faldeo del Teuhtli. Éste último es un volcán extinto que forma parte de la provincia fisiográfica del Eje Neovolcánico y una de las múltiples estructuras volcánicas que rodean la Cuenca de México; su origen data de la era Cenozoica del periodo Cuaternario. Está ubicado en la parte noroeste de la Sierra Ajusco-Chichinauhtzin, su relieve está conformado por la acumulación de ceniza y tiene una amplia ladera rematada con un cono que sobresale formando un trapecio (Bravo y Molotla, 2007; Escalante, 2010; Ramírez *et al.*, 2010).

El clima que predomina alrededor del Teuhtli, es templado subhúmedo con lluvias en verano, con temperatura media anual de 14.7°C, y precipitación pluvial anual de 769 mm; la temporada de lluvias inicia en mayo y termina en septiembre, concentrándose la precipitación en julio y agosto (Bravo, 2009). Las faldas del volcán conforman una amplia ladera que va de los 2450 a los 2600 msnm, mientras que el cono alcanza los 2700 msnm (Escalante, 2010). Los suelos de las faldas del Teuhtli están conformados por brecha volcánica, son de texturas franco arenosas y arcillosas, ricos en materia orgánica, de alta fertilidad y permiten la filtración del agua al subsuelo, pues actúan como drenaje natural (GDF, 2007). Tulyehualco se encuentra dentro de la Subcuenca 1, formada por las áreas de escurrimientos del volcán Teuhtli y la zona montañosa de los pueblos de la Delegación Milpa Alta (Ramírez, 2007). Debido a su importancia ecológica, el Teuhtli es reconocido mundialmente como reservorio de diversidad genética de la especie *Amaranthus hypochondriacus* (Ramírez *et al.*, 2010a).

Tulyehualco cuenta además, con una zona chinampera de aproximadamente 405.3 has (GDF, 2012), donde se realiza el cultivo de diversas especies mediante el establecimiento de almácigos. Los suelos de la zona lacustre del sur del Distrito Federal, donde se ubican las zonas chinamperas, se caracterizan por ser de tipo Feozem háplico (Hh), con alto contenido de materia orgánica y nutrientes, y Feozem gleyico (Hg), suelos

pantanosos y saturados de humedad la mayor parte del año (GDF, 2007). La zona chinampera se localiza dentro de la Zona Agroecológica Especial, un área que destaca por la importancia de sus valores ecológicos, tradicionales y culturales (CORENA, 2000).

Derivadas de tales condiciones de suelo, clima y precipitación –que se suman al conocimiento empírico de los campesinos– en Tulyehualco existen tres variedades criollas o ecotipos locales de amaranto. Ello significa que es una subpoblación genéticamente diferenciada, restringida y adaptada a un hábitat específico, un ambiente particular o ecosistema definido, con límites definidos de tolerancia a los factores ambientales (González y Rojas, 2014). Por lo tanto, las condiciones edafoclimáticas específicas condicionan el cultivo y desarrollo de las variedades locales, y desde la perspectiva de los productores, son determinantes al imprimir ciertos rasgos físicos, químicos y sensoriales sobre ellas.

Vínculos históricos y socioculturales de amaranto.

La relación entre Tulyehualco y el amaranto tiene hondas raíces en el pasado prehispánico, pues se sabe que todo el proceso desde su cultivo hasta su consumo, es una tradición heredada de los antepasados, y por ello esta especie posee particularidades que lo acreditan como producto agroalimentario anclado en un territorio y con identidad territorial. Este amaranto —a diferencia del de otras partes de México y el mundo— tiene la peculiaridad de ser producto de un complejo ecológico y arqueológico singular, donde perduran las chinampas, como métodos de producción agrícola muy antiguos. Así, la memoria histórica colectiva advierte que el cultivo de amaranto en el pueblo es ancestral, y que tuvo sus orígenes en la interacción temprana entre el hombre y el ecosistema que le rodeaba.

Gracias a que su cultivo se realizaba en chinampas, cabía la posibilidad de contar con una producción suficiente para abastecer las necesidades alimentarias de los pobladores locales, además de sufragar el tributo impuesto por la cultura dominante, el pueblo azteca. Por ello, Palma (2004) menciona que Tulyehualco fungió como granero de Tenochtitlán, pues sus agricultores adquirieron el hábito de cultivar y cosechar *huauhtli* en las chinampas y faldas del Teuhtli; de esta manera se convirtió en el simbólico pueblo del *huauhtli*. Además, algunos registros demuestran

que los pueblos chinamperos al contar con ese sistema agrícola intensivo, producían excedentes de alimentos —como el amaranto— para las necesidades de Tenochtitlán (Parsons, 1983), y existe consenso en que a la llegada de los primeros españoles a la zona lacustre del sur de la ciudad, el amaranto ya se cultivaba en grandes extensiones chinamperas.

Así, durante la época prehispánica Tulyehualco ganó fama por la producción de *huauhtli* de alta calidad (Palma, 2004; Bravo, 2009), prestigio logrado por agricultores depositarios de múltiples conocimientos sobre la planta y la semilla, así como sobre sus usos esenciales, y las prácticas agrícolas y socioculturales asociadas. En 1524 arribaron los primeros evangelizadores al territorio del actual sur del Distrito Federal, con la tarea principal de convertir al cristianismo a los pobladores nativos. Entre los frailes de la orden franciscana, venía Fray Martín de Valencia, quien fue uno de los primeros en tener contacto con los xochimilcas, y específicamente con los habitantes de Tulyehualco (Palma, 2004; Bravo, 2009). Además de su labor apostólica, este fraile desempeñó el papel de “mediador” entre tulyehualquenses y españoles, y con sus actitudes rápidamente se ganó la simpatía de los nativos, aceptando la continuidad del cultivo y consumo de *huauhtli*.

La historia oral cuenta que este personaje introdujo —casi de manera accidental— el proceso de reventado de la semilla con la exposición al calor, con lo cual se obtenía un cereal para consumo humano. Al percatarse del gran potencial de la semilla reventada, tomó la iniciativa de mezclarla con miel, dando lugar a una esfera que dio a probar a los nativos, causando entre ellos tal euforia que comenzaron a bailar y cantar, situación que dicho fraile interpretó como una conducta de “alegría”. Esta palabra se empleó desde entonces para nombrar al dulce que se conoce en la actualidad, pero también se aplicó a la planta y la semilla. Seguramente desde los tiempos del fraile, el cultivo y la transformación del amaranto, *huauhtli* o alegría, adquirieron relevancia en el pueblo, arraigándose a él. Las características geográficas del lugar y los métodos de cultivo —producto del conocimiento desarrollado por sus habitantes— debieron ser un factor decisivo en la continuidad de su producción.

Durante la transición entre la sociedad azteca y el nuevo orden colonial, la población de Tulyehualco continuó su actividad agrícola con el cul-

tivo de maíz, chile, frijol, calabaza y *huauhtli* (GDF, 2012), y aunque luego las referencias al amaranto son prácticamente escasas, su producción debió destinarse principalmente al consumo local, como alimento de las clases populares. Durante esta época la elaboración de alegrías se estableció como una actividad artesanal en la región de Tulyehualco, y dichos productos pudieron difundirse junto con otros bienes agrícolas hasta el centro de la Nueva España a través de los canales por los que transitaban las canoas (Morán *et al.*, 2012).

No es sino hasta el siglo xx que se encuentran las referencias más próximas. Según algunos relatos de productores, en años previos a la Revolución Mexicana ya se realizaba la venta de alegrías, aunque eran pocos los alegrilleros que salían a las calles, fiestas patronales e iglesias a venderlas, junto con otros productos como aceite de oliva, aceitunas y pepitorias. Para la venta de alegrías, eran generalmente los padres quienes realizaban la actividad, pero había casos en los que se llevaba a toda la familia, incluyendo las niñas. Acomodaban las alegrías y demás productos en una caja de madera elaborada ex profeso, y recorrían lugares concurridos con el grito que se ha vuelto un himno representativo de su actividad: “*alegrías, alegrías*” (Bravo, 2009). De esta manera, el personaje del alegrillero se convirtió también en un símbolo de Tulyehualco y parte de la construcción patrimonial del amaranto.

El papel de las familias alegrilleras ha sido decisivo en la reproducción social del amaranto, pues es en este ámbito donde se han transmitido y perpetuado los simbolismos, significados y valores asociados con la alegría. Son varios los testimonios de adultos que recuerdan con evidente nostalgia, que cuando niños, se congregaban junto con sus padres y hermanos alrededor del comal para reventar la semilla, y después, a elaborar las alegrías. Al tiempo que realizaban estas actividades, platicaban sobre aspectos de la vida cotidiana, contaban anécdotas o relataban mitos y leyendas locales; era, en definitiva, un momento íntimo de convivencia familiar en el que se forjaban e interiorizaban los valores familiares en torno a la alegría.

De lo expuesto, puede decirse que efectivamente entre los elementos culturales con raíces prehispánicas de Tulyehualco, el *huauhtli* —cultivo milenario mesoamericano— genera orgullo e identidad entre la pobla-

ción (Palma, 2004), y para los productores constituye un camino para seguir conservando sus tradiciones, recordar a sus familiares y amigos, pero también representa una defensa de su patrimonio (Ramírez *et al.*, 2010). En este sentido, y de la misma manera en que son fundamentales las condiciones edafoclimáticas, este ambiente sociocultural da soporte y continuidad a la producción de los ecotipos locales de amaranto, al representar una prolongada identificación de los productores con ellas, que finalmente da cuenta de su arraigo territorial.

Aunque dicho ambiente —al igual que el natural— también es vulnerable a factores socioculturales externos y no todos los pobladores están directamente involucrados en la producción de amaranto, su apropiación como parte del repertorio cultural del lugar y como bien colectivo, confiere un sentido de pertenencia. Un ejemplo de ello es la Feria de la Alegría y el Olivo, celebrada desde 1971, y que como en otros casos (Duhart, 2008), constituye un elemento central en el proceso de valorización patrimonial del amaranto, ya que es una plataforma que exhibe la raigambre cultural de este alimento en el territorio, al mismo tiempo que convoca a productores, pobladores y visitantes en un espacio donde se entretienen redes sociales en torno suyo. La feria también revela claramente su dimensión identitaria y refuerza el vínculo territorial, significando una manifestación de valor simbólico.

Los vínculos socioculturales que unen al amaranto con Tulyehualco, quedan igualmente patentes en otras expresiones como la gastronomía, con una variedad destacable de sopas, tamales, guisados, atoles, aguas, galletas, panes y pasteles, sin dejar de mencionar los tradicionales dulces, como alegrías y otras palanquetas que reflejan la creatividad y el arduo trabajo de las familias alegrilleras. Asimismo, se hacen presentes en la tradición oral y escrita a través de cuentos, poemas, canciones y leyendas que forman parte de la construcción del amaranto como patrimonio cultural local.

2. Caracterización física y morfológica de la semilla y grano reventado

En Tulyehualco existen tres variedades locales registradas en el Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas (SNICS), las cuales son

una parte importante del patrimonio local, pues han sido heredadas de los ancestros y cultivadas en el territorio desde la época prehispánica. Éstas son: a) *Yeztic*, que en náhuatl significa “roja” o “rojita” y hace referencia al color de la planta y la panoja, cuando se ha desarrollado hasta alcanzar la madurez; b) *Calyecac*, nombre que responde a uno de los dos barrios con los que originalmente se inició el pueblo, siendo la de mayor uso, y c) *Cazadora*, semilla resultante de la combinación de las dos anteriores. Los productores se refieren indistintamente a ellas con la palabra “alegría”, que designa simultáneamente a la semilla, al grano reventado y a la planta en su conjunto.

Características físicas

Las características a continuación se presentan, fueron descritas por los actores involucrados como atributos de la calidad que caracteriza al amaranto producido en Tulyehualco, y a partir de las cuales lo identifican como “originario” del lugar.

Variedad Yeztic. En su estado de planta alcanza una altura de entre 2 y 2.5 metros. El color del tallo es rojo carmín, las hojas presentan una pigmentación púrpura, su período de floración es de 3 meses y el color de la panoja oscila entre púrpura y rojizo. La semilla es de un color entre blanco y crema, de tamaño pequeño, forma circular y tipo cristalino, su textura es dura al tacto y a la primera mordida. El grano reventado es pequeño, de color blanco con una corteza café/marrón, tamaño pequeño, de forma irregular con granos pequeños en forma de esfera y de número 8; su textura antes de la masticación (fase visual y táctil) es seca, granulosa, áspera y porosa; a la primera mordida el grano es crujiente, esponjoso, rasposo, suave y adhesivo; y durante la masticación es absorbente, áspero, fibroso y adhesivo.

Variedad Calyecac. Como planta, alcanza una altura entre los 2.5 y 3 metros. El color del tallo es verde, las hojas presentan la misma coloración sólo que más intensa, su periodo de floración es de 3 meses y el color de la panoja es igualmente verde. La semilla es de color crema, en forma de elipse y de tamaño pequeño, es dura al tacto y a la primera mor-

dida, y es de tipo harinoso. Ya en grano reventado, es de color blanco con una corteza de color café dorado brillante, de forma irregular con granos pequeños en forma de trébol y número 8, de tamaño pequeño; su textura antes de la masticación es granulosa, seca, áspera y esponjosa; a la primera mordida el grano es hojueloso, adhesivo, esponjoso y crujiente; mientras que durante la masticación es adhesivo, gumoso, fibroso, áspero y absorbente.

Variedad Cazadora. En su estado de planta presenta una altura de entre 2 y 2.5 metros. El color del tallo es amarillo y el de las hojas es verde poco intenso, mientras que la panoja es de color entre rosa y café, y al igual que las variedades anteriores, su periodo de floración es de 3 meses. La semilla es de forma circular, de tamaño pequeño, con una coloración entre blanco y crema, de tipo harinoso y una textura dura al tacto y a la primera mordida. El grano reventado para esta variedad es de forma irregular, con granos pequeños en forma de esfera y número 8, su color es blanco con una corteza de color café/marrón.

3. Descripción de los métodos de producción.

La producción de amaranto en Santiago Tulyehualco mantiene reminiscencias de un pasado prehispánico que refleja el profundo conocimiento de los pobladores respecto al manejo de los recursos naturales y su importancia en la vida sociocultural de la población. La siembra por trasplante es un método tradicional característico de Tulyehualco y de algunas áreas aledañas, mediante el cual se hace uso de las chinampas, sistema nacido del ingenio de la cultura xochimilca, y que no ha variado mucho, pues mantiene su carácter artesanal y conserva la terminología ancestral.

Las labores de cultivo comienzan en los últimos días de abril y los primeros de mayo con el establecimiento de los almácigos, que según algunos productores, son camas de determinadas medidas y construidas con lodo, en las que se siembran semillas de diversas especies. La preparación de los almácigos se realiza bajo el esquema de las chinampas y se establecen en campos de cultivo contiguos al canal, también llamados *apancales*. Primero se traza el espacio donde se colocará el almácigo, el cual se denomina camellón. Las medidas varían de un productor a otro,

dependiendo de la superficie que será cultivada, pero en términos generales, sus dimensiones son 2 metros de ancho, 10 a 15 metros de largo y una profundidad de 15 a 20 centímetros. Una vez que se ha trazado el camellón para el almácigo, una persona —con ayuda de un instrumento llamado “cuero”, *zoquimaitl*, o *tlaxpala*— palea el lodo del fondo del canal hacia una canoa; luego, con ayuda de unas cubetas se deposita el lodo en los espacios previamente trazados hasta formar la cama.

Cuando se comprueba que el almácigo está ligeramente seco, se procede con el cortado de los *chapines*, pequeños cuadros de 3x3 ó 4x4 cm. En este procedimiento se emplea un cuchillo casero al que se le conoce como “cuchillo almaciguero”, con el que se corta primero horizontal y luego verticalmente. Para ahorrar tiempo y esfuerzo, algunos productores han diseñado un instrumento *ex profeso* que consiste en una serie de placas de metal separadas por un espacio de 4 cm y ancladas a un brazo de metal o madera, con el cual realizan el corte. La siguiente actividad consiste en realizar orificios en cada *chapín*, para lo cual se utiliza un palo, olote, o bien un dedo. Posteriormente tiene lugar el ensemillado; para ello, la persona encargada coge un puño de semillas y las va colocando en cada *chapín*, lo que requiere una gran habilidad y experiencia para colocar con exactitud entre 15 y 20 semillas en cada orificio. Los productores han observado que un almácigo de las medidas mencionadas, produce de 7,500 a 10,000 plántulas, suficientes para sembrar una hectárea. Entre más grande sea el *chapín*, guardará mayor humedad.

Posteriormente, la siembra se cubre con estiércol de vaca o caballo, cuidando no esparcir pedazos grandes que obstruyan el crecimiento; este cubrimiento sirve para que la semilla se caliente y broten las plántulas con rapidez. Aquí concluye la primera parte del cultivo, y la humedad de los almácigos será suficiente para la germinación. Aproximadamente tres días después, se revisan los *chapines* para verificar que las plántulas ya comenzaron a salir, momento en que es indispensable retirar el estiércol con cuidado para no afectar el desarrollo, lo que se hace barriendo con una escoba de popotillo o con la mano; luego se riega constantemente con agua de los canales adyacentes. En un lapso de 20 días —durante el cual las plántulas han alcanzado una altura de 15 cm— se hacen las *acomanas*: la separación de *chapines* para evitar que se fijen las raíces en el

suelo y que las plantas pierdan fuerza. Los productores deben regar constantemente (cada tercer día) para que el almácigo no pierda humedad.

Lo que sigue, es la siembra por trasplante. Cuando las plántulas han alcanzado una altura de alrededor de 20 cm, están listas para trasplantarse en la zona cerril, en las faldas del Teuhtli. Para entonces han tenido lugar las primeras lluvias y los campos tienen suficiente humedad; esto suele ocurrir durante los últimos días de mayo y la primera semana de junio. Previamente los alegrilleros han preparado el terreno, realizando el barbecho con tracción animal o con tractor y entonces acuden al lugar donde se establecieron los almácigos y con mucho cuidado retiran los *chapines* que contienen las plántulas, los cuales son depositados en guacales o cajas de plástico para transportarlos a la zona cerril. El transporte debe realizarse con especial cuidado, ya que según los productores, de no tomar precauciones, la planta puede “estresarse” y afectarse su desarrollo, y en consecuencia, la producción de grano.

Una vez en el terreno donde permanecerán definitivamente, el sembrador va arrojando las plántulas dejando un espacio de un metro entre ellas. Detrás de él, otra persona hace el trasplante: con una mano prepara un agujero y con la otra deposita la planta, para después cubrirla con tierra usando ambas manos. Durante el tiempo entre la siembra trasplante y la cosecha, los campesinos de Tulyehualco realizan varias labores culturales, cuya finalidad es garantizar el desarrollo de la planta de amaranto, destacando tres principales.

La primera se conoce como *ixclahuelear*, y consiste en la fertilización con abonos químicos u orgánicos, los cuales se depositan al pie de la planta, para después, con ayuda de la yunta, arrimarle tierra y evitar que el abono se desparrame. La segunda se conoce como “laborear”, e implica el uso de yunta cuando la planta tiene una altura de entre 35 y 50 cm; en esta etapa la planta empieza a “redondear”, término que designa el estado en el que se presenta bastante follaje y el tallo comienza a engrosar. Aquí se emplea el arado de un ala para acercar tierra a la base de la planta. Generalmente en la segunda labor se aplican plaguicidas y fungicidas naturales que se elaboran con ingredientes como ajo, chile y cebolla. La tercera y última labor cultural que se realiza, se conoce como “enlomar”: con la ayuda de yunta y arado de dos alas, los productores forman una base

de tierra firme al pie de las plantas, para evitar que el viento las derribe. En esta misma labor se corta la hierba que pueda entorpecer el crecimiento de las plantas y se integra al suelo, pues sirve como abono natural.

Entre la última semana de noviembre y la primera de diciembre —cuando han caído dos o tres heladas— empieza la cosecha del amarantho. Los productores saben que la planta está lista cuando la flor y las hojas han caído, quedando sólo el tallo y la panoja. Esta última debe estar madura y firme. Las plantas se cortan y depositan en el suelo formando gavillas; con la ayuda del hielo y el sol, la semilla adquiere firmeza, característica esencial para un buen reventado. La obtención de la semilla se realiza aplicando el método tradicional, que consiste en “bailarle”; esto es, con los pies se ejerce presión a manera de una marcha sobre las gavillas para que la semilla se desprenda fácilmente, o bien, con un palo de madera se azota hasta que la semilla caiga de las panojas.

Lo siguiente es retirar el zacate y pasar el residuo por el tamiz, con lo cual se garantiza que la semilla se libere de basura y tierra. Antes de almacenarse, las semillas se colocan sobre mantas y se dejan secar al sol por tres días. Para saber si la semilla ya está seca, los productores la muerden, y cuando ha logrado cierto grado de dureza, entonces está lista para almacenarse. Se almacena en costales que son depositados en un espacio acondicionado para tal fin en las viviendas de los productores, donde puede permanecer por varios años; los productores afirman que entre más antigüedad tenga la semilla, revienta mejor, siempre que esté libre de hongos, plagas y humedad.

El siguiente y último proceso es el *reventado*, para que “explote” y se obtenga el cereal. El grano reventado es la materia prima para la fabricación de los productos elaborados en los talleres (palanquetas, harina, galletas, pan, pasteles, etc.), pero en ese estado el grano también se encuentra listo para consumirse como cereal y para preparar diversos platillos. Antes de reventarse, la semilla se limpia con ayuda de un harnero o con una manta de algodón. Posteriormente se pone a remojar o serenar en agua por espacio de 4 a 5 horas para que absorba agua, con ello se asegura que tenga un buen reventado y que el grano sea más grande. Existen dos formas de realizar el reventado: la tradicional y la mecánica. La primera se realiza ocupando un brasero y un comal en el que se depositan

las semillas, que deben moverse constantemente para evitar que se quemén, lo cual se hace con una escobetilla de popotillo. El procedimiento mecánico ha sido ampliamente aceptado en años recientes por la mayoría de los productores propietarios de talleres, ya que representa un ahorro de esfuerzo y tiempo. Se realiza en una máquina reventadora —a una temperatura de entre 260 y 280°C— mediante la exposición de la semilla al aire caliente. El grano reventado se deja secar por dos o tres horas para después almacenarse en costales o bolsas de yute, donde podrá permanecer por tres meses. Después de ese tiempo, el grano reventado pierde calidad organoléptica, pues se arrancia.

4. *Delimitación de la zona geográfica de producción.*

Con base en los criterios adoptados por Vandecandelaere *et al.* (2010) y mencionados en la metodología, se determinó que en el caso del amaranto en Tulyehualco, sobresalen tres aspectos fundamentales que justifican la delimitación territorial y definen la especificidad local de la producción. Estos fueron definidos en conjunto con los productores, y en orden de mayor a menor importancia, son los siguientes: a) *siembra trasplante*: un método agrícola exclusivo de Tulyehualco para la producción de amaranto, y que refiere un saber-hacer arraigado en el territorio; b) *variedades locales*: como ecotipos adaptados a las condiciones naturales y como resultado del conocimiento de las personas, constituyendo parte importante de su patrimonio cultural, y c) *recursos naturales*: particularmente se trata del complejo chinampero que aún persiste en la región y en el extinto volcán Teuhtli, cuyo faldeo alberga las parcelas agrícolas, y está conformado por suelos que condicionan las características sensoriales y físicas del grano.

5. *Análisis bromatológico del grano reventado*

Los análisis de laboratorio constituyen uno de los aspectos primordiales en la calificación de cualquier producto agroalimentario, pues garantizan la inocuidad del producto y permiten conocer su composición. Los resultados del análisis químico proximal en el que se compararon dos varieda-

des locales de grano reventado de amaranto de Tulyehualco, con otras procedentes de Morelos, Puebla y Estado de México, se muestran en el cuadro 1.

De estos resultados se observa que la variedad Calyecac de Tulyehualco presenta mayor contenido proteico que, sobre todo, la de Puebla y Estado de México y mayor extracto etéreo (grasa), en comparación con los demás granos sujetos a evaluación, excepto el del Estado de México. Los valores más altos de grasa en la variedad Calyecac posiblemente se relacionan con un sabor diferenciado y algunas características organolépticas que los productores mencionaron constantemente para el amaranto producido en Tulyehualco —en especial en cuanto a esa variedad— por lo que afirman la mayor calidad, no sólo del grano como tal, sino de los diversos productos derivados (alegrías, palanquetas, harinas, pan).

CUADRO 1. *Comparación de valores bromatológicos de dos variedades nativas de amaranto de Tulyehualco con variedades cultivadas en otras regiones de México (gr/kg)*

<i>Componente</i>	<i>Tulyehualco V. Calyecac</i>	<i>Tulyehualco V. Yeztic</i>	<i>Morelos</i>	<i>Puebla</i>	<i>Estado de México</i>
Humedad	41	8	2	64	39
Materia seca	959	992	998	936	961
Proteína cruda	222	211	209	202	198
Fibra	454	512.5	474.3	479.8	477.3
Hemicelulosa	445	438	434	435	437
Celulosa	1.8	3.6	5.4	3.6	3.6
Lignina	7.2	38.5	34.9	41.2	36.7
Cenizas	26	27	32	25	30
Extracto etéreo (grasa)	56	25	25	15	51
Carbohidratos simples	168	196	204	191	169
Nutrientes digestibles	697	668	671	619	681
Energía bruta Kcal/Kg	251.8	228.6	230.1	211.6	233.9

Fuente: elaboración propia con base en resultados del Laboratorio de Bromatología de la Facultad de Medicina, Veterinaria y Zootecnia de la Universidad Autónoma del Estado de México (2014)

5. Determinación de las características organolépticas del grano reventado.

Después de realizar el entrenamiento de jueces y una vez realizadas las pruebas finales, se obtuvieron los perfiles sensoriales para las dos variedades evaluadas (ver cuadro 2).

Puede concluirse que en general, la variedad Yeztic presenta mejores atributos sensoriales que la Calyecac, debido a la mayor intensidad con la que fueron percibidos los descriptores. Esta situación contrasta con lo dicho por los propios productores antes del entrenamiento y luego de la determinación de los perfiles: que la Calyecac era la variedad de mejor calidad organoléptica y mejores atributos sensoriales. No obstante, es importante señalar que las diferencias son apenas perceptibles.

6. Análisis de la reputación territorial del producto.

De acuerdo con Vandecandelaere *et al.* (2010), la reputación de un producto se refiere a una notoriedad adquirida en el mercado y en la sociedad, derivada de los antecedentes de consumo y de determinadas tradiciones. En este sentido, se indagó con productores y consumidores sobre aquellos elementos que valoran del amaranto de Tulyehualco y en los que se fundamenta esta cualidad. Los resultados muestran que es un producto ampliamente reconocido, cuyas características sensoriales y socioculturales son muy apreciadas, logrando diferenciarse de los amarantos producidos en otros lugares.

Perspectiva de los productores

Los productores reconocen algunas particularidades que distinguen su producto, y aseguran que es de mayor calidad. Relacionan ésta última con aspectos técnico-productivos; características organolépticas, y con la influencia de los recursos específicos del territorio.

Uno de los criterios mencionados con mayor frecuencia, es el procedimiento de reventado de la semilla —su exposición al calor—, en el que las semillas de las variedades locales revientan con mayor uniformidad y volumen que las de otros lugares, de calidad inferior porque generan pér-

CUADRO 2. Descripción de los perfiles sensoriales de las variedades locales de *Tulyehualco*

Perfil/Variiedad	Yeztic	Calyecac
Sabor	<p>Los descriptores que presentaron mayor intensidad para la variedad Yeztic, fueron: avena, cáscara de cacahuete, semillas de girasol, amargo y salvado; con una intensidad media se presentaron los descriptores ahumado y tostado; y almendra fue un descriptor percibido ligeramente.</p>	<p>Los descriptores con mayor intensidad pero con promedio cercano al valor medio de la escala, son: salvado, cáscara de cacahuete, semilla de girasol y tostado; para esta misma variedad, fueron percibidos ligeramente los descriptores ahumado, avena y amargo; y finalmente, con poca intensidad fue percibido el descriptor almendra.</p>
Olor	<p>Presentó olores intensos a paja, cáscara de semilla de calabaza, cáscara de cacahuete, ahumado, quinoa inflada y avena; para esta misma variedad se definieron descriptores con intensidad media para tortilla, salvado, palomitas de maíz, cáscara de semillas de girasol, tostado y trigo inflado; mientras que se percibieron ligeramente olores como almendra y granola.</p>	<p>Los olores más intensos fueron los de palomitas de maíz, cáscara de semilla de calabaza, cáscara de cacahuete, salvado, ahumado y cáscara de semilla de girasol; los descriptores paja y avena presentaron una intensidad media; y los olores que fueron apenas perceptibles son tortilla, trigo inflado, tostado, quinoa inflada, almendra, nuez, granola y canela.</p>
Aroma	<p>Manifestó aromas intensos en los descriptores de cáscara de semilla de calabaza y cáscara de cacahuete; aromas de intensidad media en salvado, palomitas de maíz, cáscara de semillas de girasol, avena, ahumado, trigo inflado, hojuelas de maíz y tostado; los descriptores de aroma que fueron ligeramente percibidos son los de almendra, tortilla, granola y ajonjolí.</p>	<p>Los descriptores que presentaron mayor intensidad son semillas de calabaza, cáscara de cacahuete, palomitas de maíz, avena y trigo inflado; se percibieron aromas con intensidad media en los descriptores ahumado, hojuelas de maíz, tostado, tortilla y salvado; y los aromas que se perciben ligeramente son cáscara de semilla de girasol y almendra, los descriptores que se perciben muy poco son ajonjolí, granola y nuez.</p>

Retrogusto	Los descriptores para este atributo que presentaron mayor intensidad fueron avena, cáscara de cacahuete, semillas de girasol, amargo y salvado; con una intensidad media se presentaron los descriptores ahumado y tostado; y almendra fue el descriptor percibido ligeramente.	Los descriptores con mayor intensidad pero con promedio cercano al valor medio de la escala son salvado, cáscara de cacahuete, semilla de girasol y tostado; para esta misma variedad, fueron percibidos ligeramente los descriptores ahumado, avena y amargo; y finalmente, con poca intensidad fue percibido el descriptor almendra.
<i>Textura</i>	Los descriptores con mayor intensidad que percibieron los jueces fueron seco, granuloso, áspero y esponjoso; ligeramente se percibieron descriptores como poroso y fibroso.	Los descriptores con mayor intensidad fueron granuloso, seco, esponjoso y áspero; ligeramente se percibieron texturas porosas y fibrosas.
A la primera mordida	Los atributos de textura con mayor intensidad son crujiente, esponjoso, rasposo y suave; y con intensidad ligera se percibieron adhesivo, hojueloso y arenoso.	Los valores con mayor intensidad son hojueloso, esponjoso, adhesivo y crujiente; en seguida se perciben ligeramente descriptores como suave, rasposo y arenoso.
Durante la masticación	Los descriptores identificados con mayor intensidad fueron absorbente y fibroso; luego se presentaron valores con intensidad media en los descriptores áspero, adhesivo y gomoso; en última instancia, se percibieron ligeramente texturas como flexible y pastoso.	Presentó mayor intensidad en descriptores como adhesivo, gomoso, fibroso, áspero y absorbente; y con ligera intensidad media se presentaron los descriptores flexible y pastoso.

Fuente: elaboración propia (2014)

didadas al elaborar los productos derivados. Además, durante el proceso se identifican aromas especiales, agradables y sugestivos, en las variedades locales, lo que también indica una calidad superior. De esta forma, parte de la calidad del amaranto de Tulyehualco se construye y define a partir del reventado, y se sustenta en el origen y la procedencia geográfica de la semilla; y aunque se ignora la explicación científica de las diferencias de comportamiento de las semillas, los productores suponen con justa razón, que se relacionan con cualidades físicas y químicas.²

No obstante, de lo anterior puede notarse que la calidad organoléptica del amaranto no se queda en el procedimiento de reventado, sino que se extiende al grano mismo. Al respecto, una productora comentaba:

“El amaranto de Tulyehualco es de mejor calidad por su sabor, olor y aroma... [sic] y la textura, creo que esas características no las tienen los demás amarantos” (Elvia Jiménez, entrevista personal, 15-04-14).

Desde esta información, puede afirmarse que los productores han desarrollado ciertos indicadores para identificar y construir la calidad de su amaranto desde sus cualidades organolépticas, las cuales les resultan totalmente conocidas. Pero lógicamente, y como suele suceder en el caso de alimentos de territorios específicos, los atributos de calidad guardan estrecha relación con los recursos naturales y los métodos productivos tradicionales, así que en el caso del amaranto de Tulyehualco los productores deducen que los atributos de calidad diferenciada de su producto se deben a sus recursos territoriales:

“La tierra del Teuhtli es lo que hace la diferencia del amaranto, porque es tierra volcánica que tiene muchos minerales, es una tierra por donde el agua se filtra bien para la recarga de los pozos que hay aquí. Casi todo lo que se siembra en la zona cerril tiene un sabor bien diferente; por ejemplo, también tenemos un maíz criollo que tiene un sabor especial, no sabe igual que otros” (Marco Antonio Jiménez, entrevista personal, 16-09-13).

² Es posible que la mayor facilidad para el reventado en las variedades locales, esté ligada al contenido de grasa, que de acuerdo con el análisis químico proximal realizado, es mayor en la variedad Calyecac de Tulyehualco, la cual para los productores presenta mejores atributos sensoriales y es la más empleada en el cultivo y transformación, por sus buenos rendimientos.

Así, desde la perspectiva de los productores, la composición de los suelos de las parcelas agrícolas, es determinante en la calidad del amaranto, y en ella encontramos otro cimiento de la construcción de la calidad territorial. En sus narrativas, la influencia de los elementos naturales no es casualidad, pues las condiciones edafoclimáticas de la región propiciaron el desarrollo de ecotipos locales, los cuales son cultivados, manejados y transformados con métodos agrícolas tradicionales y técnicas específicas, como la germinación en almácigos; el trasplante; la asociación de cultivos; la cosecha. Por todo ello, ni los métodos de producción y mucho menos los ecotipos locales, pueden deslocalizarse; es decir, no pueden trasladarse a otro sitio para reproducirse con la misma fidelidad, ya que todos los elementos se encuentran amalgamados, en una simbiosis.

Perspectiva de los consumidores actuales y potenciales

Varios autores, como Vandecandelaere *et al.* (2010), han señalado la pertinencia de incorporar las percepciones de los consumidores en los procesos de calificación de productos locales con el propósito de lograr una valorización más efectiva e integral. En nuestro caso, el conocimiento de las percepciones de los consumidores se basó en información procedente de dos fuentes principales: evaluaciones sensoriales y una encuesta aplicada a visitantes de la Feria de la Alegría y el Olivo. A continuación se muestran los resultados generales de las evaluaciones sensoriales para dos variedades locales.

Al comparar la variedad Yeztic de Tulyehualco, y los amarantos de Puebla, Estado de México y Morelos, los jueces evaluadores lograron identificar diferencias sensoriales significativas con los primeros dos estados; es decir, esa variedad posee algunas particularidades organolépticas que lo diferencian de los amarantos de Puebla y Estado de México, lo que no significa que éstos sean de baja calidad, sino simplemente que los atributos sensoriales del grano de Tulyehualco son más perceptibles. En el caso de Morelos, en cambio, no hubo diferencia alguna, por lo que existe la posibilidad de que ambos granos compartan algunos rasgos sensoriales. En cuanto a la variedad Calyecac, se encontraron diferencias sensoriales significativas respecto a los amarantos de Estado de México y

Morelos, lo que no ocurre al compararla con el de Puebla, pues no se observó diferencia sensorial en este caso.

Puede afirmarse entonces, que la variedad Yeztic presenta atributos sensoriales semejantes a los del amaranto de Morelos, y la Calyecac a los del amaranto de Puebla. No obstante, las variedades locales de Tulyehualco cuentan con atributos organolépticos fácilmente perceptibles por los jueces evaluadores, los cuales son útiles para diferenciarlas de otras variedades. Sin embargo, entre ambas variedades, la mejor posicionada en esta prueba fue la Yeztic, pues sus atributos sensoriales fueron mejor identificados.

La prueba Dúo-Trío realizada con las dos variedades locales proveyó un esquema básico para evaluar su calidad organoléptica, a partir de la identificación de características sensoriales propias. En este caso, los jueces evaluadores lograron establecer una diferencia entre el amaranto de Tulyehualco y el producido en otros lugares, y cuando se les cuestionó sobre los atributos detectados, afirmaron que se trataba del sabor, el cual parece ser más agradable en el caso de las variedades nativas de Tulyehualco. Esto es congruente con las versiones de los productores mencionadas. Sin embargo, aunque la prueba es útil para reconocer diferencias sensoriales significativas, no profundiza en las percepciones del consumidor.

Al respecto, los cuestionarios aplicados durante la feria, arrojaron los siguientes resultados, agrupados en cuatro temas: 1) factores de agrado del amaranto; 2) la existencia de diferencias entre la alegría producida en Tulyehualco y otros lugares; 3) atributos que se valoran del producto; y 4) elementos que vinculan al producto con el territorio.

En el primer caso, al preguntarles si les gustaba la alegría de Tulyehualco, el 100% de los encuestados respondió que sí. Al cuestionarles de manera abierta por qué, las respuestas más frecuentes en orden de mayor a menor importancia, fueron: por su sabor y consistencia; el sabor es distinto de otras; por su arraigo al lugar y las tradiciones (tal vez estableciendo un vínculo entre el sitio y el producto); por su frescura y naturalidad; por sus métodos de producción artesanales, y por el contenido nutrimental del grano. Partiendo de ello, el sabor se afirma como el atributo que define la calidad del producto, por lo que es un aspecto crucial en las preferencias del consumidor. Igualmente importante es el arraigo al lugar

y la cultura local, ya que en el imaginario colectivo de los encuestados, se asocia a Tulyehualco con la producción de amaranto, lo que favorece el gusto por el producto y refuerza la noción de su origen territorial.

En cuanto al segundo punto, el 52% de los encuestados afirmó que si existían diferencias, mientras que el 48% contestó que no. La diferencia entre ambos resultados no es relevante para fines prácticos, y si bien se trata de consumidores comunes, al igual que los participantes en la prueba Dúo-Trío, los resultados obtenidos coinciden en ambos casos. Sobre esas diferencias, las respuestas más comunes, fueron por: el sabor, la textura, el color; suavidad al paladar, la historia y la tradición.

Estos resultados encuentran correspondencia con el tercer punto, pues al preguntar sobre los atributos que los encuestados valoran de la alegría de Tulyehualco, el 54% respondió que valora el sabor; el 22% la textura; el 20% aspectos de apariencia como el color y la forma del grano; y el 4% restante valora su carácter nutritivo.

Finalmente, los elementos que vinculan al amaranto con el territorio en que se produce, se agrupan en los siguientes ejes: a) la Feria de la Alegría y el Olivo, pues desde la perspectiva del consumidor constituye una manifestación sociocultural genuina; b) el arraigo histórico y cultural del cultivo en el poblado, pues se trata de un símbolo del sur de la Ciudad de México y que forma parte de las tradiciones locales; y c) por su importancia económica para la población.

Por lo expuesto, se concluye que uno de los atributos que caracterizan al amaranto de Tulyehualco, es su sabor, aspecto muy valorado por los consumidores. Aunque no se detallan, sus particularidades pueden evidenciarse con los perfiles sensoriales establecidos. Otro rasgo notable de este amaranto, es su relación con el territorio, la cual se explica por sus vínculos simbólicos a través de su profundidad histórica, su trascendencia en la cultura del pueblo y su valor patrimonial.

Conclusiones

La producción de amaranto en Tulyehualco es una actividad representativa de la cultura local y pone de relieve su trascendencia como elemento

constructor de la identidad territorial. La particularidad de este amaranto deriva de su arraigo territorial y de su profundidad histórica, con un saber-hacer y prácticas agrícolas peculiares y tradicionales, caracterizadas por un manejo sustentable de los recursos naturales. En efecto, el amaranto de Tulyehualco es un alimento producto de la historia y la dinámica de un territorio particular (Velarde, 2012) y por esta razón, resulta impensable desvincularlo del territorio donde tiene lugar su producción, pues es precisamente el contexto lo que le da sentido, significado y permanencia. Así, el territorio define al amaranto y a su vez, éste define al territorio, una conexión que sólo puede explicarse a partir de la correlación entre los recursos territoriales, el producto y los actores locales directos (productores) e indirectos (población en general).

A partir de esta consideración, la calidad del amaranto sólo puede definirse en relación con el contexto sociocultural y territorial que enmarca e integra la producción; es decir, los actores, el espacio, los recursos, conforman una red articulada que entreteje su calidad. La intersección de estos elementos en el plano territorial, implica sus interrelaciones, además de interpretación y conocimiento, la incorporación y apropiación de significados, pautas de comportamiento, fórmulas, habilidades, procedimientos organizados, cuya trascendencia radica en su exclusividad, porque corresponden a un territorio específico. De esta manera, la interiorización de los valores simbólicos asociados al producto, es el resultado de procesos históricos y culturales únicos desplegados a lo largo del tiempo y anclados en las dinámicas territoriales. Por esto, en esta investigación ha interesado destacar la noción patrimonial del amaranto de Tulyehualco que radica en los actores productores y que se desprende de todo ello, porque es la que sostiene su producción, comercialización y consumo. De aquí que su patrimonialización se considere no sólo necesaria, sino plenamente justificada.

Referencias

Barjolle, D. y Vandecandelaere, E. (2012). *Identificar los productos de calidad vinculada al origen y sus posibilidades de favorecer al de-*

- sarrollo sostenible. *Una metodología para realizar inventarios participativos*. Italia: FAO.
- Bessière, J. (2013). “Heritagisation”, a challenge for tourism and promotional development: an example of food heritage”, *Journal of Heritage Tourism* 8 (4): 275-291.
- Bravo, C. (2009). *Huautli... la Alegría de Tulyehualco*. México, D.F.: Programa de Apoyo a Pueblos Originarios SEDEREC/GDF.
- Bravo, C. y Molotla, M. (2007). *Tulyehualco, más que un pueblo*. Ciudad de México: Programa de Apoyo a Pueblos Originarios, Secretaría de Desarrollo Social/GDF.
- Bridier, B. (2011). “La calificación territorial de los productos alimentarios”, en F. Boucher y V. Brun (Coords.), *De la leche al queso, queserías rurales en América Latina* (pp. 125-137). México: IICA-Miguel Ángel Porrúa.
- Champredonde, M., Vandecandelaere, E., Schiavone, E., Oyarzun y Grana-dos, L. (2012). *Orientaciones para la evaluación de solicitudes de registro: Indicación Geográfica y Denominación de Origen*. Italia: FAO.
- CORENA (2000). *Programa General de Ordenamiento Ecológico del DF 2000-2003*. Ciudad de México: Gobierno del Distrito Federal.
- Dematteis, G. y Governa, F. (2005). “Territorio y territorialidad en el desarrollo local. La contribución del modelo SLOT”, *Boletín de la A.G.E.N.* 39: 31-58.
- Duhart, F. (2008). “Ezpeleta y su chile. Patrimonialización, valoración económica y desarrollo local en una comarca del País Vasco francés”, en M. Álvarez y F.X. Medina (Eds.), *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América* (pp. 81-95). España: Icaria.
- Escalante, M.C. (2010). *Rescate y revaloración del cultivo de amaranto*. México: IICA.
- Espeitx, E. (2004). “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular”, *Pasos* 2 (2):193-213.
- (2008). “Los sentidos del patrimonio alimentario en el sur de Europa”, en M. Álvarez y F.X. Medina (Eds.), *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América* (pp. 45-61). España: Icaria.

- Espitia, E., Mapes, E. C., Núñez, C.A. y Escobedo, D. (2010). “Distribución geográfica de las especies cultivadas de *Amaranthus* y de sus parientes silvestres en México”, *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas* 1 (3): 427-437.
- Gobierno del Distrito Federal (GDF) (2007). *Acuerdo por el que se aprueba el Programa de Manejo del Área Natural Protegida con carácter de Zona de Conservación Ecológica “Ejidos de Xochimilco y San Gregorio Atlapulco”*. México: Gaceta del Gobierno del Distrito Federal.
- (2012). *Expediente que respalda la solicitud para la declaratoria de la Alegría de Tulyehualco como Patrimonio Cultural Inmaterial de Distrito Federal*. México: Secretaría de Cultura, DF.
- González, R.M. y Rojas, A.E. (2014). “La relevancia evolutiva de los ecotipos”, *Elementos* (95): 49-54.
- Linck, T. (2006). “¿Patrimonialización o propiedad intelectual? Calificación y gestión social de los territorios”, en C.A. Ramírez, M. Núñez, C. Guadarrama y A. Cruz (Coords.), *Desarrollo rural regional, hoy. Tomo I: el debate teórico* (pp. 183-194). México: Universidad Autónoma Chapingo.
- Linck, T., Barragán, E. y Casabianca, F. (2006). “La calificación de los alimentos como proceso de patrimonialización de los recursos territoriales”, en A. Álvarez, *et al.* (Coords.), *Agroindustria rural y territorio Tomo 1* (pp. 103-125). México: UAEM.
- Mapes, E.C. y Espitia, E. (s/f). *Recopilación y análisis de la información existente de las especies del género *Amaranthus* cultivadas y de sus posibles parientes silvestres en México*, material inédito.
- Martín, M. (2010). “Patrimonio y sociedad: recursos, interpretación y desarrollo local”, en E. Nivón y A. Rosas (Coords.), *Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización* (pp. 85-120). México: UAM-I.
- Méndez, C. L. (2011). *Caracterización de la unidad agroindustrial familiar amarantera de Santiago Tulyehualco, D.F., México*. Tesis de Maestría, Colegio de Posgraduados Campus Montecillo, Texcoco.
- Morales, G., Vázquez, M. y Bressani, C. (2009). *El amaranto, características físicas, químicas, toxicológicas y funcionales, y aporte nutri-*

- cio. México: Instituto de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán.
- Morán, H., Cortés, L., Espitia, E. y Sangerman-Jarquín, D. (2012). “Tzoalli, de cuerpo de dioses a alegría de mortales”, en E. Espitia (Ed.), *Amaranto: ciencia y tecnología* (pp. 15-27). México: INIFAP/SINAREFI.
- Oyarzún, M.T., Riveros, H. y Vandecandeleare, E. (2013). *Cómo promover la calidad vinculada al origen para contribuir al desarrollo en América Latina: enseñanza de cuatro casos piloto*. FAO-IICA.
- Palma, C. (2004). *El huauhtli, un alimento sagrado y de identidad*. Tesina de licenciatura no publicada, UNAM, Ciudad de México, México.
- Paredes, O., Barba de la Rosa, A.P., Hernández, D. y Carabez, A. (1990). *Amaranto Características alimentarias y aprovechamiento agroindustrial*, Secretaria General de la Organización de los Estados Americanos. Programa Regional de Desarrollo Científico y Tecnológico, Washington.
- Parsons, J.R. (1983). “El papel de la agricultura chinampera en el abastecimiento de alimentos de la Tenochtitlán azteca”, en T. Rojas (Comp.), *La agricultura chinampera, compilación histórica* (pp. 271-300). México: Universidad Autónoma Chapingo.
- Pedrero, D.L. y Pangborn, R.M. (1989). *Evaluación sensorial de los alimentos, métodos analíticos*. México: Alhambra Mexicana.
- Poméon, T. (2011). *De la retórica a la práctica del patrimonio: procesos de calificación de los quesos tradicionales mexicanos*. Tesis de doctorado no publicada, Universidad Autónoma Chapingo, Texcoco, México.
- Portillo, G. (2011). *La microempresa de amaranto en Santiago Tulyehualco, México, D.F.* Tesis de Maestría, México, D.F. IPN-Escuela Superior de Economía.
- Ramírez, B. (2007). *Los procesos socioculturales de los productores de Tulyehualco, D.F. y la tecnología agrícola tradicional del amaranto, en la perspectiva de la sustentabilidad*. Tesis de maestría no publicada, Universidad Autónoma Chapingo, Texcoco, México.
- Ramírez, B., Torres, G., Muro, P., Muruaga, J. y López, D. (2010). “Los productores de amaranto en la Zona de Conservación Ecológica Teuhtli”, *Revista de Geografía Agrícola* 44: 57-69.

- Sahagún, B. (2006). *Historia general de las cosas de la Nueva España*. México: Porrúa
- SEDEREC. (2012). *Programa de Desarrollo Agropecuario y Rural en la Ciudad de México*, México: Gaceta de Gobierno del Distrito Federal.
- Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G. y Marescotti, A. (2007). "Regional foods and rural development: the role of product qualification", *Journal of Rural Studies* 23: 12-22.
- UNESCO (2010), "México: pedirán a la UNESCO declarar al amaranto patrimonio cultural intangible", *Boletín CARIBBEAN NEWS DIGITAL*, número 1471, artículo en línea disponible en <http://www.unesco.lacult.org/noticias/showitem.php?lg=1&id=2651>, 15 de mayo de 2014.
- Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G. y Marescotti, A. (2010). *Uniendo personas, territorios y productos. Guía para fomentar la calidad vinculada al origen y las indicaciones geográficas sostenibles*. Italia: FAO.
- Velarde, I. (2012). "Activación de Sistemas Agroalimentarios Localizados en la región Pampeana Argentina: un análisis comparado", en G. Torres y R.M. Larroa (Coords.), *Sistemas Agroalimentarios Localizados. Identidad territorial, construcción de capital social e instituciones* (pp. 135-159). México: UNAM, CEIIHS, FCPyS y Juan Pablos Editor.

CUARTA PARTE

TURISMO AGROALIMENTARIO
COMO ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN
DE LOS SISTEMAS PRODUCTIVOS LOCALES

I. ESTRATEGIAS DE INFORMACIÓN, SENSIBILIZACIÓN Y DESARROLLO DE CAPACIDADES PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO RURAL. CASO SAN FRANCISCO OXTOTILPAN.

IRAÍS GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ
ANDRÉS LÓPEZ OJEDA
HUMBERTO THOMÉ ORTIZ
CELIA GUZMÁN HERNÁNDEZ

Introducción

En México cada vez son más las comunidades rurales que consideran la integración de su territorio a una dinámica de “desarrollo turístico, sin embargo la actividad turística trae consigo impactos no siempre positivos y puede actuar como un depredador no solo del patrimonio natural sino también del cultural.

A pesar de los notables recursos naturales, el patrimonio cultural, la identidad arraigada y la experiencia en emprendimiento con que cuenta, la comunidad de San Francisco Oxtotilpan reporta un alto grado de marginación, migración y desempleo, por lo que la población tiene interés en el diversificar las opciones productivas en la zona. Dado que los integrantes del comisariado ejidal han solicitado su inserción a una dinámica de desarrollo turístico y obtenido recursos para tal fin, se planteó como necesario comenzar a trabajar en una estrategia *de apropiación social del turismo* que permita a los habitantes forjar su desarrollo local a través de la activación del turismo rural de forma participativa, con un sentido de orientación y manejo de los bienes patrimoniales con los que cuentan.

En este marco, en la presente investigación se propuso diseñar estrategias de gestión de conocimientos, capacidades y habilidades, a través del diseño e implementación de un programa de información, sensibilización y capacitación para el fortalecimiento del factor humano, que per-

mitan la puesta en marcha de un proyecto de turismo rural. El método de investigación utilizado fue lo que se conoce como Investigación-acción, fundamentalmente de tipo cualitativo buscando obtener resultados útiles para mejorar situaciones colectivas con base en la participación de los llamados “sujetos de estudio”.

La investigación consideró un **diagnóstico** a partir del cual se derivaron **estrategias de gestión del turismo rural comunitario** con base en la conformación de grupo base de prestadores de servicios, con quienes se trabajaron **estrategias de información, sensibilización y desarrollo de capacidades**. Este trabajo participativo permitió conformar la **propuesta de turismo rural** que integra un **plan de negocios**. Cabe señalar que se **pudo realizar una prueba piloto que permitió evaluar los conocimientos y habilidades desarrolladas por las personas que conformaron el grupo de control y realizar ajustes que permitieran su mejoramiento**. El proceso anterior fue desarrollado en el periodo comprendido entre febrero de 2013 y octubre de 2014.

Con base en lo realizado, es posible afirmar que la adquisición de capacidades por parte de la comunidad ha permitido la concientización y cambio de visión respecto a la actividad turística.

La gestión como elemento fundamental del turismo rural enfocado al desarrollo local.

El turismo rural es una opción turística que esencialmente se caracteriza por desarrollarse en espacios rurales y basarse en principios de tipo ambiental, social y cultural; estos principios exaltan al turismo como una actividad de carácter territorial, que tienen relación directa con las personas, su organización social, sus vínculos inter institucionales y con el medio ambiente (Pérez S. 2010). En éste contexto hay dos ideas de importancia fundamental. Por un lado está la relativa al manejo de los recursos naturales y culturales; por otro, la relacionada con la centralidad de los actores locales, quienes deben constituir el centro de todo proyecto de desarrollo rural.

La Secretaría de Turismo de México cuenta actualmente con un registro de más de 800 proyectos productivos (de diversa índole) en todo el país, que vinculan a las comunidades con el desarrollo turístico a partir de la puesta en valor de sus recursos naturales y culturales. Sin embargo, aún no se ha conseguido en muchos de los casos, superar el modelo de proyectos subvencionados, basados en un esfuerzo de ventas muy limitado de manera que las iniciativas no se consolidan como proyectos de vida. (Yanza 2012).

En el Estado de México, la Comisión Nacional para el desarrollo de pueblos indígenas, a través del programa de apoyo al Turismo de naturaleza, lograr el desarrollo de actividades generadoras de ingresos económicos, promover la organización comunitaria, fortalecer el vínculo de las colectividades indígenas con sus territorios y propiciar la valoración, la conservación y el aprovechamiento sustentable de los recursos y atractivos naturales, así como del patrimonio cultural de los pueblos y comunidades indígenas. El apoyo otorgado es para las siguientes fases: inicio, continuidad y empresas integradoras. (CDI, 2013)

En 2012, en la convocatoria estatal de CDI, 18 proyectos cumplieron con las reglas de operación y realizaron la gestión del recurso por medio del comisariado ejidal apoyado por consultorías especializadas, el monto otorgado a las mismas es de \$1,350,000.00 para su aplicación en las tres fases durante tres años.

La CDI, al otorgar este apoyo busca el bienestar de las comunidades indígenas, a través de la puesta en marcha de proyectos turísticos con orientación sustentable que permitan la generación de empleos, disminución de la migración, mejora de la calidad de vida, desarrollo de infraestructuras y la integración de la mujer al entorno laboral. (CDI, 2013)

La inserción de las comunidades en la actividad turística se ha complicado debido a que la mayoría de los pobladores de comunidades indígenas son campesinos o desarrollan oficios, no cuentan con conocimientos básicos para la prestación del servicio y es difícil para ellos gestionar recursos y una vez obtenidos y desarrolladas las infraestructuras, no cuentan con herramientas de difusión y posicionamiento de éste tipo de turismo. Por tanto, lo que consideran en un inicio una nueva opción de desarrollo laboral, se convierte en una situación desalentado-

ra, puesto que no reciben la cantidad de visitantes que suponían y los ingresos económicos que llegan a percibir son bajos, la mayoría de las veces.

Lo anterior como consecuencia de una gestión no adecuada, ya que la gestión de destinos rurales es compleja, pues tiene un propósito que debe contemplar beneficios sociales, culturales, ambientales y económicos, de forma tal que, en lo social, la comunidad receptora sea quien dirija la forma de manejo de su patrimonio, constituyéndose en un actor clave en la planificación de la actividad y en el desarrollo de la misma, difundiendo su patrimonio cultural pero, al mismo tiempo, preservándolo.

La gestión es un proceso integral, orientado a responder a las necesidades latentes en un territorio, proyectando la transformación de la realidad, impulsando el cambio social, cultural o económico de un grupo social; “gestionar implica reaccionar dinámicamente a los constantes cambios y movimientos, tomar las mejores decisiones para caminar y poner en marcha los desafíos” (CNCA, 2009).

Es de gran relevancia para las comunidades que la gestión cultural avance en profundizar procesos de desarrollo, entendidos como aquellos donde se produce un bienestar integral —material y espiritual— de los seres humanos. En este sentido, el desafío, es potenciar la organización de las personas y agrupaciones para que actúen como protagonistas, asumiendo el desarrollo como un espacio de creación y participación permanente (CNCA, 2009).

Cada proyecto requiere de un tratamiento particular, es necesario para cada caso planear una gestión a medida; que considere las distintas dimensiones que integran el desafío o problemática a atender.

La Secretaria de Estado para Asuntos Económicos del Perú (SECO, 2014), plantea que existen tres aspectos básicos que deben ser considerados como prioritarios en la gestión de un destino turístico competitivo: Planificación y desarrollo del destino, desarrollo de productos y servicios y promoción y comunicación del destino turístico estos aspectos deben ser coordinados por el ente gestor.

Es por ello que las actividades de gestión turística del Patrimonio, deben ser planificadas de forma tal que generen verdaderamente un desarrollo, considerando que el Patrimonio no es una mercancía, sino un elemen-

to vinculado con la generación de identidad, con aspectos significativos, lo cual precisamente justifica la importancia de una adecuada gestión del patrimonio, integrando tanto bienes culturales como naturales, para que su manejo sea aplicable en contextos rurales.

Actualmente, el Banco Mundial define al desarrollo local como un fenómeno “relacionado con personas trabajando juntas para alcanzar un crecimiento económico sustentable que traiga beneficios económicos y mejoras en calidad de vida para todos en la comunidad.

Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) sugiere que el desarrollo local puede ser visto “como un proceso por medio del cual un cierto número de instituciones y/o personas locales se movilizan en una localidad determinada con el fin de crear, reforzar y estabilizar actividades utilizando de la mejor manera posible los recursos del territorio”.

Muy recientemente, es posible apreciar un modelo de desarrollo que no se basa en el productivismo, sino en la sostenibilidad y en la gestión participativa de los agentes que conforman el territorio. El concepto de “desarrollo local” hace referencia al “Proceso de transformación de la sociedad local, orientado a superar las dificultades y retos existentes, que busca mejorar las condiciones de vida de su población mediante una acción decidida y concertada entre los diferentes agentes socioeconómicos locales, públicos y privados, para el aprovechamiento más eficiente y sustentable de los recursos endógenos existentes, mediante el fomento de las capacidades de emprendimiento empresarial local y la creación de un entorno innovador en el territorio” (Pike et al. 2006).

El Turismo Sustentable, al igual que el Desarrollo Sustentable, parecen utopías inalcanzables, es por ello que los modelos de Desarrollo Local han evolucionado y tratan de adecuarse, por lo menos en el discurso a la realidad social y económica de nuestro país. Tal es el caso del desarrollo endógeno que parte de la premisa de que los proyectos deben nacer en el seno de la comunidad, con base en sus recursos naturales y culturales, además por el acceso que tienen a ellos por ser propiedad comunal, lo cual, debe garantizar el reparto equitativo de los beneficios económicos de la aplicación de actividades de turismo, teniendo cuidado en no centrar los esfuerzos solo en la acumulación de capital, sino en la preserva-

ción de costumbres y tradiciones así como en el mantenimiento de los recursos naturales con que cuentan.

Muñoz (2013), menciona que se identifican seis condiciones básicas, que permiten potenciar el desarrollo local endógeno: existencia de un tejido humano dinámico; identidad social; existencia de centros sociales dinámicos; densidad y diversidad de redes de información; capacidad social para asimilar cambios y el grado de diversificación del mercado de trabajo. Al mismo tiempo, se presentan factores que pueden obstaculizar el desarrollo como: bajos niveles de formación del recurso humano; carencias en el acopio y procesamiento de información; escaso desarrollo de la planificación y de gestión pública y privada, entre otros.

El desarrollo local endógeno permite dinamizar la economía de las comunidades rurales haciendo uso consciente de sus recursos, diversificando el sector productivo en el campo, sin caer en el desplazamiento del sector primario por la tercerización, sino logrando una complementariedad entre la producción agrícola y el servicio.

Resulta central el tema del desarrollo rural, más allá de la productividad turística, pues el turismo es sólo un medio más, pero el tema de fondo sería el desarrollo. Se debe estar atento sobre cuál es el destino de ese desarrollo y quiénes son sus beneficiarios, lo cual se reflejaría en prácticas sustentables y socialmente justas. Lo anterior significa que es importante entender las contribuciones que el turismo puede generar potencialmente a la economía y al medio ambiente, plantear desde adentro una mejora en la calidad de vida de los campesinos, revalorar el patrimonio natural y cultural de la comunidad. (Thomé, 2008)

Al contrario del turismo convencional, en el que la población local esporádicamente participa como proveedora de mano de obra o de insumos, el turismo alternativo tiene como una de sus principales características, para ser considerado como promotor del desarrollo sustentable, considerar la participación de las comunidades locales en todo el proceso de la actividad, el planteamiento de este tipo de turismo, establece que la comunidad receptora debe ser participe en el diseño, planificación, ejecución y consecuente goce de los beneficios reportados.

Por tanto el turismo rural debe ser una actividad integradora, en la cual la comunidad puede ser participe en un proceso de desarrollo turís-

tico planificado y controlado, con base en un diagnóstico de su patrimonio, a través de estrategias de gestión que permitan la sensibilización y desarrollo de capacidades, reiterando el valor de la identidad como lo atractivo de este tipo de turismo y su capacidad generadora de beneficios para el desarrollo territorial en el medio rural, para que el desarrollo no se quede como un mero planteamiento teórico y realmente se creen alternativas de ingreso y no sólo infraestructuras que a mediano plazo quedan en total desuso y sólo representan una inversión fallida, como ha sucedido en algunos casos en los que se ha recibido apoyo de programas gubernamentales.

Con base en la información, sensibilización y capacitación, se pretende un mayor nivel de participación y toma de decisión sobre la implementación del turismo alternativo como una estrategia de desarrollo, sustentado en la revalorización de su cultura y protección de sus recursos naturales, anteponiendo su bienestar a la masificación turística y seducción del capital, orientando sus esfuerzos con un enfoque solidario.

Justificación

La mayoría de los proyectos en comunidades rurales son impuestos y en un afán de “apoyar” a las zonas indígenas o rurales, son diseñados de forma unilateral sin convocar a los habitantes, sin informarles a cerca de lo que implica el desarrollo turístico en su localidad y sin permitirles decidir acerca de su patrimonio, generalmente son proyectos que no prosperan, pues no cuentan con una base social que los soporte.

Dado que los integrantes de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, a través del comisariado ejidal, solicitaron apoyo a la consultoría COCESI, con la finalidad de obtener recursos para el desarrollo de un proyecto turístico y teniéndose conocimiento de que en otros espacios rurales en los que también se han recibido apoyos para infraestructura turística, una vez concluida, ésta ha quedado en desuso, como inversión no redituable, no sólo en lo económico, sino que sin generar beneficio social, ambiental o cultural alguno, para los habitantes de la comunidad receptora. Se considera entonces fundamental para éste tipo de proyectos, una

dinamización social orientada a la apropiación de los mismos por parte de los habitantes de la comunidad rural receptora, pues son ellos quienes conforman el territorio, quienes realizan actividades cotidianas en éstos espacios y quienes vivirán con los impactos generados por el turismo.

Por tanto la presente investigación da respuesta a la necesidad de información, sensibilización y capacitación detectada en los habitantes de la comunidad en torno a la puesta en marcha del proyecto turístico, planteando estrategias que permitan a los futuros prestadores de servicio conocer información del proyecto, apropiarse del mismo y desarrollar capacidades, ya que al solicitar la integración de su territorio a una dinámica de “desarrollo turístico” deben estar conscientes de que la actividad turística trae consigo impactos no siempre positivos y puede actuar como un depredador no solo del patrimonio natural sino también del cultural, el cual en la comunidad tiene un valor ancestral.

Se observa, entonces, pertinente proponer una estrategia de apropiación social del turismo que permita a los habitantes forjar su desarrollo, a través de la activación del Turismo Rural de forma participativa y con mayores recursos de conocimiento e información para la toma de decisiones.

Con la propuesta de estrategias de gestión turística en la comunidad de San Francisco Oxtotilpan se pretende lograr un beneficio local a través de la ampliación de sus posibilidades de inserción a nuevas opciones productivas. Buscando dinamizar los recursos locales, mediante la implementación de actividades de turismo rural con responsabilidad social y ambiental. Fomentando que los actores actúen de manera recíproca, tanto con la sociedad como con el entorno, valorando y difundiendo el patrimonio cultural como etnia matlatzinca.

I. Objetivos

1.1. Objetivo General

Diseñar e implementar estrategias de información, sensibilización y desarrollo de capacidades para la gestión del turismo rural con base en un diagnóstico en la comunidad de San Francisco Oxtotilpan.

1.2. *Objetivos Específicos*

Realizar un diagnóstico los conocimientos, disposición, recursos, experiencia y habilidades con los que cuenta la población de San Francisco Oxtotilpan.

Diseñar y aplicar estrategia de información, sensibilización y desarrollo de capacidades, permita la adquisición de habilidades y conocimientos para la prestación de servicios turísticos.

Desarrollar una estrategia participativa de gestión del patrimonio natural y cultural que permita la apropiación de un proyecto de turismo rural.

Investigación-acción como método participativo

El método de investigación que se utilizará es el conocido como investigación-acción. Este método es fundamentalmente de tipo cualitativo y busca obtener resultados útiles para mejorar situaciones colectivas con base en la participación de los llamados “sujetos de estudio”.

Ander Egg (2003) afirma que el principio más significativo ésta metodología es que la gente tenga intervención en el estudio de su realidad, en la elaboración de un diagnóstico de situación, en la programación de lo que se pretende realizar y en la forma de llevarlo a cabo. Mejor todavía, si la gente reflexionando acerca de sus propias acciones, evalúa sus actividades. Aclarando que lo anterior no se logra con declaraciones o con sólo alentar la participación de la gente; se requiere un conjunto de pautas y elementos técnicos-operativos para que la participación sea posible y efectiva. (Ander Egg, 2003)

Para ello Ander Egg plantea las fases de instrumentación del proceso de la Investigación —Acción— Participativa:

1. La investigación propiamente dicha
2. Elaboración del diagnóstico
3. Elaboración de un programa o proyecto
4. Desarrollo de las actividades:
5. Control operacional realizado mediante la acción-reflexión.

Por tanto la aplicación de la Metodología en la zona de estudio iniciará con un **diagnóstico** de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan incluyendo la ubicación, caracterización sociodemográfica, realizando un análisis socioeconómico y turístico en el que se detalla el patrimonio natural y cultural de la comunidad y la potencialidad de su uso en el turismo rural, integrando lo recabado en un análisis de lo político, económico, social, tecnológico, legal y ecológico (PESTLE) y uno de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas (DOFA) con relación al proyecto turístico.

Con base en dicho diagnóstico se proponen **estrategias de gestión del turismo rural comunitario**, las cuales inician con la conformación de grupo base de prestadores de servicios, con quienes se aplican **estrategias de información, sensibilización y capacitación** para posteriormente, conformar la **propuesta de turismo rural** de forma colaborativa integrando un **plan de negocios** y realizando una **prueba piloto**.

Diagnóstico de la comunidad de san francisco oxtotilpan.

El pueblo Matlazinca es uno de los grupos indígenas del país que mayor desintegración ha sufrido desde la época de la Conquista hasta la actualidad, de haber sido un grupo que ocupaba un amplio territorio en la época prehispánica, el correspondiente a los actuales estados de Michoacán, Guerrero y México, se ha reducido a una sola comunidad: San Francisco Oxtotilpan, ubicada en el municipio de Temascaltepec, Estado de México. (CDI, 2009)

Actualmente, los pobladores de la comunidad matlazinca de San Francisco Oxtotilpan, son los únicos descendientes de esta etnia, cuya densidad histórica data de la época prehispánica, tal como lo expresa Alma García (2004) en su publicación pueblos indígenas del México contemporáneo cuando afirma que los herederos se reafirman en la frase de “somos matlatzincas” sintetizando con ello más de 500 años de resistencia cultural.

Durante la época prehispánica, “desde que el dominio mexica se impuso en la región, luego durante la Conquista española y actualmente

ante el embate de los procesos mundiales de la economía, los matlatzincas han logrado, a través de la dinámica de largos procesos históricos, mantener vigentes sus ricas tradiciones, que los identifican como poseedores y herederos de un valioso patrimonio cultural” (García, 2004).

Por lo tanto, San Francisco Oxtotilpan es una comunidad con una densidad histórica y cultural importante, ya que son los últimos herederos de la etnia matlazinca, de gran relevancia en la zona centro del país durante la época prehispánica. En su devenir histórico, existen rasgos que sobresalen: es una comunidad con fuertes lazos sociales, con instituciones que subsisten, con formas productivas específicas, y recursos naturales enmarcados en la enorme riqueza cultural, otorgada por la preservación de costumbres y tradiciones ancestrales que se ha mantenido a pesar de su inserción en la modernidad.

Tal como lo refiere García (2004), no obstante las diversas problemáticas sociales que enfrenta su población, ha logrado conservar diversas características socioculturales que persisten en la actualidad, como su propio idioma, así como algunas prácticas alimentarias, debido entre otros factores, al importante vínculo religioso impuesto desde la llegada de los españoles, que ha originado numerosas celebraciones en las cuales se reproducen sus expresiones gastronómicas culturales, entre las que destacan la fiesta patronal en honor a San Francisco de Asís, el culto a los fieles difuntos y diversos ritos asociados a propiciar la lluvia como parte de ciclo ritual agrícola matlatzinca.

Una de las prácticas rituales, se relaciona estrechamente con la fertilidad de la tierra, dedicada al cultivo de granos, se realizaba después de la cosecha de semillas para agradecer los alimentos obtenidos. Dicho ritual consiste en preparar un tamal de maíz cocido con cenizas de madera en lugar de cal, el cual es enterrado en la casa y rodeado por cuatro veladoras que representan los puntos cardinales; en palabras de los habitantes: “...alimentamos la tierra para que ella nos alimente a nosotros...” (Flores, 2010)

Si bien, se puede afirmar que la comunidad de San Francisco Oxtotilpan tiene una alta densidad cultural, por otra parte, se encuentra clasificada como una comunidad de alto grado de marginación, debido a las características de sus viviendas y al nivel de escolaridad y acceso a servicios públicos en el poblado. (INEGI, 2010).

Se ha identificado la existencia de cuatro programas de apoyo para la comunidad matlazinca: a) Programa Oportunidades, b) PROCAMPO, c) Apadrina un niño y; d) Programa para la tercera edad. Se aprecia que la mayoría de la población recibe programas de inclusión social, dado el nivel de marginación de la comunidad. Este tipo de apoyo se convierte en un complemento a la vida de los beneficiados, pero no representa una solución a la marginación de la localidad, sino que como lo comenta Don Elías, delegado de la comunidad: fomenta el “conformismo” y la falta de entusiasmo por buscar otras alternativas productivas (entrevista realizada en Marzo de 2013)

Con base en algunas visitas de observación, referencias bibliográficas y contacto directo con la comunidad, se ha podido apreciar que, a pesar de los recursos naturales, el patrimonio cultural, la identidad arraigada y la experiencia en emprendedurismo que tiene la comunidad, se reporta un alto grado de marginación, dependencia de programas gubernamentales, disminución de elementos y prácticas culturales como la vestimenta,

CUADRO .1 *Características población y vivienda en San Fco. Oxtotilpan*

<i>San Francisco Oxtotilpan</i>	<i>2010</i>
Población total	1,435
% Población de 15 años o más analfabeta	27.82
% Población de 15 años o más sin primaria completa	39.98
% Viviendas particulares habitadas sin excusado	8.40
% Viviendas particulares habitadas sin energía eléctrica	2.96
% Viviendas particulares habitadas sin agua entubada	6.91
% Ocupantes por cuarto en viviendas particulares habitadas	1.13
% Viviendas particulares habitadas con piso de tierra	6.17
% Viviendas particulares habitadas que no disponen de refrigerador	77.53
Índice de marginación	-0.23662
Grado de marginación	Alto
Lugar que ocupa en el contexto nacional	54,676

Fuente: INEGI, Censo Poblacional Proyección 2010

lengua y ritos prehispánicos, así como migración y desempleo, es decir, es una comunidad que no ha alcanzado los niveles clásicos de desarrollo, enfocados a índices economicistas como nivel de ingreso, productividad y acceso bienes y servicios. Lo cual no implica precisamente que su calidad de vida no sea adecuada si se consideran otros factores del desarrollo humano como longevidad o cultura. Sin embargo, el factor económico sigue presentando una seria debilidad, dado que existe alta migración de jóvenes a Temascaltepec, Toluca, el Distrito Federal y Estados Unidos en busca de empleo, ya que la parcela de autoconsumo, así como las actividades económicas existentes en la comunidad, no han conseguido cubrir las necesidades de subsistencia y de desarrollo profesional de las nuevas generaciones. No obstante, se aprecia que la población tiene interés en diversificar las opciones productivas en la zona.

La comunidad de San Francisco Oxtotilpan se encuentra a 36 km de la ciudad de Toluca, por lo que el desplazamiento en autobús o en automóvil es de aproximadamente 45 minutos. Este lugar forma parte del sistema orográfico del Nevado de Toluca, a los pies de la sierra de Temascaltepec, lo cual propicia el clima templado subhúmedo que le caracteriza; se encuentra entre los 2,858 y 2,904 msnm, y la temperatura media anual es de 12°C. (Borboa, 1999)

El territorio de San Francisco tiene una extensión aproximada de 2 262 hectáreas, de las cuales 161 hectáreas forman parte de la superficie

MAPA 1. *Mapa localización San Francisco Oxtotilpan*



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal Temascaltepec, 2013-2015/ Map Data 2013 INEGI.

parcelada, es decir con terrenos delimitados por propietario como propiedad privada, el resto es propiedad ejidal o comunal. La propiedad ejidal son terrenos ubicados en las zonas bajas, resultado de la reforma agraria, cuando se asignaron terrenos para producción y la comunal son tierras ubicadas en las zonas altas que se explotan colectivamente.

Cuenta con una población de 1,435 habitantes, de los cuales 47% son hombres y 53% mujeres. (INEGI, 2010). De acuerdo con datos del II Censo Intercensal de Población y Vivienda del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) en 2005 se registraron un total de 952 hablantes de la lengua matlatzinca. El uso de la lengua materna se da entre la gente mayor y sólo en algunos niños pequeños. Uno de los factores que ha provocado mayores cambios en la utilización de la lengua materna ha sido la migración, la necesidad de conocer y manejar el castellano fuera de la comunidad, así como la adquisición de nuevos patrones culturales, hace que se reduzca el número de hablantes de la lengua matlatzinca.

Dentro de los esfuerzos por mantener esta característica identitaria, habitantes de la comunidad con el apoyo del Instituto Nacional de Lenguas Indígenas, realizaron un curso de lengua matlatzinca en la escuela primaria del pueblo, enseñando cantos y tradiciones de la etnia, para que sean preservados por los integrantes de la comunidad.

El vestido del pueblo matlatzinca se caracterizó hasta hace algún tiempo, en el hombre, por el uso de un calzón de manta blanca que llegaba a los tobillos y camisa del mismo material, gabán de lana liso, huara-che y sombrero de palma, además de una faja bordada color rojo que sirve para sostener el calzón. En el caso de la mujer, una falda larga, llamada enredo o chincuate de lana de diversos colores, blusa bordada, quexquémetl y faja para sostener la falda. En el año 2014, se realizó un curso de lengua matlatzinca, con el apoyo del Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI) en la escuela primaria del pueblo, enseñando cantos y tradiciones de la etnia, para que sean preservados por los integrantes de la comunidad.

La vivienda matlatzinca era por lo general de un solo cuarto, el cual se utiliza como dormitorio y cocina. Ahora los diseños y materiales varían dependiendo de los gustos, ingresos o apoyos que reciben sus mora-

dores. La gran mayoría de las casas cuentan con huertos donde se cultivan árboles frutales, verduras y flores; también cuentan con corrales donde se crían algunos animales domésticos. Todo ello para autoconsumo e intercambio. En las viviendas matlatzincas también es frecuente encontrar temazcales, los cuales son utilizados como elementos no solo de higiene, sino curativos y de purificación.

La gran mayoría de los pobladores del municipio de Temascaltepec se dedica al trabajo agrícola; en la cabecera municipal se ocupan en actividades comerciales, educativas, de transporte, minería, de la construcción y servicios públicos. La población de San Francisco es esencialmente agrícola. Los productos principales, el maíz y el frijol, y son generalmente para el consumo interno. Para la venta se siembra la papa, el chícharo, la avena, el trigo, la caña de azúcar y diversas frutas. (CDI, 2009).

Una de las formas tradicionales que los matlatzincas conservan para la organización del trabajo es la denominada faena, es decir, la cooperación obligatoria que tienen que prestar los habitantes (principalmente los adultos de sexo masculino) para las obras en beneficio de la comunidad (construcción y reparación de caminos, construcción de la escuela, mantenimiento de las obras de riego, etcétera).

En San Francisco Oxtotilpan prevalece el sistema de cargos. Este sistema implica que los habitantes que han llegado a ser ciudadanos, se emplean en algún puesto civil o religioso para el servicio de la comunidad. De hecho, la trayectoria de un individuo en el sistema se va alternando entre los cargos de la delegación municipal y de la iglesia. Las personas mayores de edad que han cumplido con cargos importantes adquieren prestigio en la comunidad.

Su organización social tradicional está vinculada a los aspectos religiosos, pues tienen figuras relevantes como las del mayordomo, fiscal, fiscalitos y topiles que tienen como obligación organizar y financiar las celebraciones de los santos tutelares y otras festividades similares, además de otros cargos de índole civil. (Korsbaeck, 2011).

San Francisco Oxtotilpan es una comunidad que presenta una organización social orientada al beneficio comunitario, es decir el grupo de comuneros maneja una Gasolinera y una Mina de Arena, cuyas utilidades son repartidas entre el grupo, designando una parte a la mejora de

infraestructura, manejo forestal y reinversión en proyectos. En el 2012, el grupo de ejidatarios inició también a desarrollar el proyecto de un vivero el cual ha dado empleo a habitantes de la comunidad.

Se observa en el ámbito cultural que la falta de interés de las nuevas generaciones por las costumbres y tradiciones de la etnia, han desencadenado la problemática de la pérdida de elementos de la cultura matlatzinca, por tanto la disminución de características identitarias.

El desempleo y alto índice de marginación, provocados, entre otras cosas por La falta de oportunidades de empleo en la región se ven reflejados en la gran migración que se da en los habitantes de la comunidad. Tampoco existe diversificación de las actividades productivas, lo que ha orillado a la solicitud de inserción en el Turismo por parte de la comunidad, sin que estén informados de las consecuencias que la actividad turística no planificada puede traer consigo.

Este conjunto de problemáticas son las que fundamentan básicamente la propuesta del proyecto terminal de grado “Gestión del Turismo Rural en San Francisco Oxtotilpan”.

Estrategias de gestión del turismo rural comunitario (información, sensibilización y gestión de capacidades) en la comunidad de san francisco oxtotilpan.

La propuesta de estrategias de gestión para el turismo rural en San Francisco Oxtotilpan, surge a partir del acercamiento con la comunidad, en el preciso momento en que se iniciaban los trámites de obtención de recursos para infraestructura turística en la comunidad, acordando entonces con el Comisariado ejidal, grupo responsable del proyecto turístico y con el representante de la consultoría COCESI, quienes han realizado las gestiones para obtener recursos financieros necesarios para la construcción de las cabañas y el restaurante, que se apoyaría en el desarrollo del proyecto a través de estrategias que permitiesen a la comunidad apropiarse del mismo, es decir, ser partícipes en la planeación de la actividad turística, decidiendo el tipo de actividades a realizarse, la forma en que compartirían su patrimonio, el mercado meta al que desearían llegar y la or-

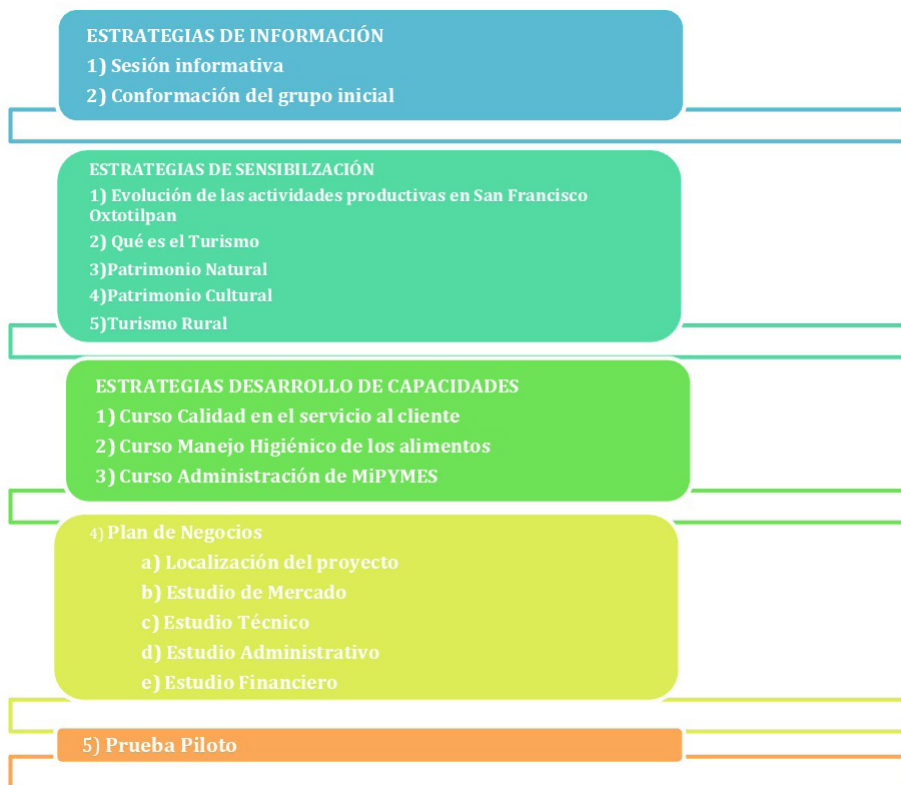
ganización interna a desarrollarse para la puesta en marcha del proyecto, así como la capacitación para la puesta en marcha del proyecto.

Dado que se observa en otras comunidades de la región que una vez obtenido el recurso y construida la infraestructura básica, se convierten en instalaciones sin uso, puesto que los habitantes de comunidades principalmente agrícolas no conocen el manejo de la actividad turística, les es complicado plantear actividades y buscar las capacitaciones pertinentes para el desarrollo de las mismas, así como generar estrategias de difusión de sus proyectos turísticos.

Es por ello de vital importancia generar un programa colaborativo protagonizado por los habitantes de la comunidad, lo cual proporciona mayor legitimidad a las acciones desarrolladas, las cuales responderán a problemáticas detectadas en el diagnóstico, de manera que exista el involucramiento de los habitantes, orientándose al desarrollo local con un enfoque solidario, a diferencia de otras maneras de hacer proyectos, que son las más comunes: impuestos, verticales, sin considerar a los integrantes de la comunidad receptora, orientados al beneficio individual o con un enfoque meramente empresarial.

Con base en lo anterior, se considera fundamental el acompañamiento a la comunidad para la gestión del turismo rural en San Francisco Oxtotilpan. Para tal efecto y dando continuidad a la metodología Investigación-Acción, e igualmente siguiendo el proceso de intervención para la gestión del Patrimonio planteado por Bermúdez (2004), quien menciona que dicho proceso debe iniciar con la identificación, clasificación y diagnosis del patrimonio en su entorno físico, sociocultural y político, para posteriormente diseñar una estrategia integral de gestión, una vez realizado el diagnóstico, e identificadas las necesidades a atender en torno al desarrollo del Turismo Rural en la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, se plantea el siguiente esquema de trabajo, el cuál fue desarrollado en el periodo comprendido entre febrero de 2013 y octubre de 2014:

FIGURA 1. *Estrategias de gestión del turismo rural comunitario*



Fuente: Elaboración propia

A continuación se detallan las actividades realizadas en cada etapa.

Estrategias de información

a) Sesión informativa

Se inició con la plática informativa, cuyo objetivo era informar a los habitantes de la comunidad acerca del proyecto turístico en desarrollo y abrir la convocatoria de participación en el mismo.

b) Conformación grupo inicial

Este grupo se conformó a partir de una convocatoria abierta, realizada en

la comunidad, generada en el seno de la Asamblea, en la cual, se decidió que podían participar en la prestación de los servicios, quienes asistieran a las reuniones para tal efecto y tomaran las capacitaciones pertinentes.

El grupo estuvo conformado por 20 personas, las cuales en su totalidad son oriundas de la comunidad, 11 mujeres y 9 hombres, cuyas edades oscilan entre los 15 y los 59 años. Cabe mencionar que el comisariado ejidal designó a uno de sus integrantes como el Encargado del parque y que la convocatoria sigue abierta a quienes deseen formar parte del equipo de trabajo.

La mayoría de los interesados en participar en el proyecto son jóvenes, de los cuales 4 se encuentran cursando la preparatoria, uno estudia administración, otra computación y una está por egresar de la Licenciatura en Turismo, esto otorga fortaleza al grupo, ya que podrán desarrollar actividades fundamentales en el proyecto. Los jóvenes (15-20), de manera general, tienen interés en la actividad turística, para el siguiente segmento (21-40), es importante tener un empleo en su comunidad para no emigrar y tienen interés en la actividad turística. Por otra parte, las personas de 40 a 60 años desean aplicar sus conocimientos en el servicio de Alimentos y Bebidas y que existan empleos en la comunidad.

Los integrantes del grupo inicial se interesaron en formar parte del mismo debido a su inquietud de participar como prestadores de servicios turísticos de la comunidad. No fueron impuestos, elegidos o evaluados, se acercaron con un interés personal.

Estrategias de sensibilización:

a) Evolución de las actividades productivas en San Francisco Oxtotilpan

En la primera sesión el 01 de Marzo de 2014, a la que acudieron 15 de los integrantes de éste grupo, se habló en torno a la evolución de las actividades productivas en San Francisco Oxtotilpan con la finalidad de conocer la transición de las mismas en la localidad, las actividades productivas predominantes el perfil de cada uno de los integrantes del grupo así como la dinámica productiva familiar.

Lo anterior a efecto de que los participantes reflexionen por qué han

llegado a la situación de solicitar su inserción al turismo y ubicar las actividades que podrían desarrollar en el proyecto de turismo rural, tomando como punto de partida las actividades que desarrollan actualmente.

Como parte de la dinámica realizada, se abordaron las actividades económicas a que se han dedicado las familias en San Francisco Oxtotilpan a lo largo del tiempo, así como las que realizan en la actualidad. Se observa, cómo se mencionó anteriormente, que la comunidad es esencialmente agrícola y que la mayoría de las veces el hombre es quien siembra y cosecha, mientras, la mujer se dedica a las labores del hogar, sin embargo, en los últimos años, las mujeres también buscan desarrollarse profesionalmente y/o aportar ingresos a la economía familiar. Trece personas respondieron que sus abuelos se dedicaban a la agricultura, una a fabricar canastas y otra a tejer rebozos.

Respecto a la actividad desempeñada por los padres, la tercera parte continua realizando labores agrícolas, mientras otra tercera parte trabaja en la comunidad ya sea en la mina de arena, en la gasolinera o en un oficio, el resto se ha ido a trabajar a EU, a la ciudad de Toluca o al Distrito Federal, ya sea como obrero o desarrollando un oficio. El fenómeno de migración en la comunidad hacia otro país o a otra ciudad se ha originado debido a la falta de oportunidades de empleo en la comunidad.

Al abordar el tema de las profesiones u oficios de las personas que viven en la comunidad, se menciona que hay algunas enfermeras, contadores y licenciados. Los jóvenes tienen otras inquietudes y varios están estudiando en la cabecera municipal de Temascaltepec. Por otra parte, la mayor parte de la población adulta continua dedicándose a la actividad agrícola, pero los ingresos por la comercialización de los productos agrícolas (papa, maíz) no son suficientes y los productos resultantes de las parcelas son utilizados más bien para el autoconsumo, ya que las familias van creciendo y los padres permiten a sus hijos vivir en sus terrenos, por lo que cada día es menor el espacio para la siembra y mayor la cantidad de integrantes en la familia, lo que ha orientado a la comunidad a pensar en buscar otras actividades económicas, como la mina de arena, la gasolinera, el invernadero y ahora el turismo como alternativas económicas para disminuir la migración de los habitantes.

b) ¿Qué es el Turismo?

Esta sesión se realizó el 8 de marzo de 2014 con 17 asistentes. El objetivo fue explicar las características del turismo alternativo, su conceptualización, división y diferencias con el turismo tradicional y sensibilizar a los integrantes del grupo acerca de los impactos de la actividad turística.

Los asistentes, reflexionaron acerca de los impactos negativos y positivos del turismo y comentaron los riesgos que existen en su comunidad si no se planifica ésta actividad, como por ejemplo: “echar a perder sus recursos naturales”, “que venga mucha gente extraña a querer vivir o trabajar aquí”, “que se acabe el agua”, “que no aprecien nuestras tradiciones”...

Posteriormente, se explicó lo que es el turismo alternativo, las tipologías del mismo (turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural), su conceptualización y las actividades factibles de realizarse bajo éste enfoque.

Las reflexiones realizadas durante la sesión permitieron a los participantes visualizar el desarrollo de la actividad en su comunidad y cambiar en algunos casos ideas iniciales, como la de “recibir toda la gente que se pueda”, o “construir lugares para que se queden los turistas”. Se apreció que el grupo, de manera general, se inclina por el cuidado y respeto de su patrimonio natural y cultural.

c. Patrimonio natural

La siguiente sesión se realizó el día 15 de marzo de 2014 con 20 participantes, giró en torno a los recursos naturales de la comunidad. Llevando a cabo un recorrido de identificación por la comunidad.

Entre los recursos naturales mencionados se encuentra el río (matawi), la zona boscosa (mapinu), Peña Blanca, (toxyewi), el espinazo del diablo, la laguna seca, las tres Marías y el árbol gigante. Estos recursos ya han sido descritos en el Diagnóstico Turístico.

d) Patrimonio Cultural

El 22 de Marzo se llevó a cabo la tercera sesión, con 18 asistentes, en la cual se realizó una presentación de lo que es identidad y los elementos que la conforman, posteriormente se identificaron los elementos identitarios de la comunidad y el sentimiento que les genera pertenecer a la etnia Matlatzinca. Se mencionó a los elementos de la cultura matlatzinca

como lo más representativo, conformada por la lengua, costumbres, tradiciones, gastronomía, danzas y leyendas.

Durante la plenaria se observa que los habitantes de la comunidad hace aproximadamente dos décadas, sentían cierta discriminación y por tanto dificultad para integrarse a “la sociedad”, es decir participar en actividades externas a su comunidad, para ello debieron hablar castellano y los padres comenzaron a dejar de enseñar a sus hijos la lengua matlatzinca, para que pudiesen asistir a la escuela y tener oportunidades.

Pero en los últimos 15 años la situación ha cambiado y ellos han visto el interés de las autoridades, investigadores, y estudiantes por su cultura, han recibido apoyos para el rescate de la lengua y de la indumentaria; lo que ha hecho que ellos mismos revaloricen su patrimonio, de forma tal que se están realizando esfuerzos para que los niños pequeños aprendan la lengua y por lo menos en ciertas festividades un grupo de mujeres usa la indumentaria matlatzinca.

Es posible afirmar que los asistentes sienten orgullo de pertenecer a la etnia matlatzinca, tienen interés por conservar usos y costumbres y visualizan al turismo como un medio de difusión de su cultura y oportunidades de empleo dentro de su comunidad.

En la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, se encuentra gran riqueza en el patrimonio cultural intangible, ya que algunos de sus habitantes aún conservan la lengua matlatzinca, celebran ritos como el de realizar una visita al volcán para solicitar a sus deidades la lluvia, consumen alimentos y bebidas tradicionales como el charapi o el licor de zarza, realizan el ritual del baño prehispánico (temazcal) y conservan costumbres y tradiciones como el festejo de San Francisco de Asís que es la fiesta principal del pueblo, muestra clara de la cultura apropiada, reflejada en un sincretismo religioso que mezcla ritos ancestrales con una doctrina primeramente impuesta, que al mezclar rasgos de la etnia, se hizo propia.

Por lo tanto se observa de relevante importancia la gestión del patrimonio en la Comunidad de San Francisco Oxtotilpan, considerando sus tradiciones, alimentación y características identitarias, dada la riqueza cultural y la resistencia que han presentado a los largo del tiempo, apropiándose de nuevos elementos, innovando en su cultura, pero manteniendo su esencia y adaptándose al entorno político, económico y social.

f) Turismo Rural

El 29 de Marzo se reunieron 18 personas del grupo base, a las que se mostraron videos de como se está desarrollando el Turismo en otras comunidades indígenas y se comentó acerca de la visita que algunos habitantes de la comunidad, entre ellos, dos integrantes del grupo, realizaron a una comunidad de Oaxaca que presta servicios de Turismo Alternativo. Durante la visita, ellas observaron que la comunidad receptora, la cual vive del turismo, tenía varias actividades para los turistas en espacios (canchas de football y basquetball) que cuando no tenían uso turístico era utilizado como lugar recreativo para los habitantes, mayormente niños y adolescentes de la comunidad, lo cual les pareció muy positivo, también les pareció relevante que la actividad turística permitía dar empleo tanto a jóvenes, como adultos y también a personas mayores, que fungían como cocineras y artesanas, considerando que era una excelente oportunidad para las personas que ya no obtendrían otro tipo de empleo.

Posteriormente se realizó una plenaria para conocer la visión que tienen los integrantes del grupo, respecto a la forma en que les gustaría difundir su cultura y las actividades que les gustaría desarrollar en torno al turismo en su comunidad.

Las actividades propuestas tienen una estrecha relación con la etnia matlatzinca, permitiendo a los visitantes el conocer aspectos característicos de esta cultura, a través de un taller gastronómico donde prepararan charapi, licor de zarza y tamal de ceniza, taller de lengua, donde aprenderán algunas palabras en matlatzinca y el conocimiento de la indumentaria, así como de leyendas y cosmovisión de esta etnia y el ritual del temascal. Dentro del proyecto decidieron que se aplicarían estrategias de rescate y sustentabilidad de sus recursos naturales como generación de energía alternativa, la participación en actividades de siembra y de cosecha de productos locales y en las actividades cotidianas del vivero, tales como recolección de semilla, embolso y trasplante de árbol. Así como la oferta de alimentos típicos, elaborados con productos de la región, observación de flora y fauna, participación en talleres ecológicos, realizar tirolesa, escalada o rappel, complementándose con servicio de hospedaje, y acampado, todas estas actividades ofertadas de manera integral.

Durante la sesión se preguntó a los asistentes cuales actividades con-

sideraban que podrían desarrollarse en la comunidad con fines turísticos, teniendo como referencia los videos observados del cómo se realiza el turismo en otras comunidades indígenas, la plática sobre el turismo alternativo, los comentarios acerca de la visita a la comunidad oaxaqueña y el acompañamiento del investigador quien fungió como moderador y guía en ésta actividad, ellos propusieron en una dinámica de lluvia de ideas varias actividades que fueron consensuadas por el grupo.

A continuación se mencionan las actividades que los integrantes del grupo proponen, divididas en las diferentes modalidades del Turismo Alternativo:



Fuente: Elaboración propia con base en la opinión del grupo base.

Los integrantes del grupo, de acuerdo con los representantes del Comisariado ejidal, proponen que el nombre del Parque ecoturístico sea Matawi (Río), recurso natural representativo de la comunidad.

Las estrategias de sensibilización permitieron a los integrantes del grupo obtener una visión general de los que es el turismo alternativo, sus implicaciones y posibles impactos, compartieron su sentir acerca de su cultura y reflexionaron en torno a su participación dentro del proyecto turístico, todo lo anterior, es compartido en los hogares de cada uno y va generando una inserción consciente a la actividad turística.

2.3. Estrategias de desarrollo de capacidades

La información obtenida de manera directa de los integrantes del grupo aportó a la investigación datos que fundamentan la necesidad de continuar con el desarrollo de la propuesta que concuerda con los planteamientos mencionados en el apartado de revisión de literatura acerca de la gestión. En este sentido, María de los Ángeles Querol (2010), en su Manual de Gestión del Patrimonio Cultural afirma que después de conocer es necesario planificar, Bermúdez (2004) en su libro de Intervención del Patrimonio Cultural, Creación y Gestión de Proyectos menciona que después de la identificación, clasificación y diagnóstico se debe continuar con el diseño de una estrategia integral e integradora= planificar, mientras Secretaria de Estado para Asuntos Económicos del Perú (SECO, 2014) plantea necesaria una planificación y desarrollo del destino, en la cual se debe establecer el plan de trabajo o plan de acción del destino ejecutado por el ente gestor, en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, contemplando una agenda de corto, mediano y largo plazo. De esta manera se logrará consensuar estrategias, proyectos e inversiones turísticas que logren mejoras en infraestructura, desarrollo de capacidades y la competitividad del destino.

Dada la situación observada en el contexto real de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, en el que la infraestructura turística se construye rápidamente, el desarrollo de capacidades se visualiza como prioritario, puesto que los integrantes del grupo carecen de conocimientos básicos para otorgar un servicio turístico.

Con base en lo anterior, en el desarrollo de la planificación de estrategias de gestión del turismo rural en San Francisco Oxtotilpan, se procedió a implementar un programa elemental de desarrollo de capacidades, el cual, incluyó, calidad en el servicio al cliente, manejo higiénico de los alimentos y cómo desarrollar un plan de negocios. Considerando el avance en la construcción de la infraestructura turística y el interés de algunos grupos por visitar la comunidad, se realizó también un pilotaje como parte de la estrategia de desarrollo de capacidades de los integrantes del grupo base.

a) Curso Calidad en el servicio al cliente

Se inició con la etapa de las Estrategias de capacitación en abril de 2014. La investigadora impartió un taller de “calidad en el servicio al cliente”, para proporcionar a los integrantes del grupo, las herramientas básicas necesarias para la prestación de un servicio.

Durante éste taller, los participantes reflexionaron acerca de la importancia de ofrecer calidad en el servicio a los clientes o usuarios internos y externos, analizando los factores clave que le permitan conocer y utilizarlas herramientas necesarias para un servicio de calidad.

A través de la dramatización, observaron que no siempre es fácil el trato con el cliente y que ellos deben saber manejar situaciones tensas y apoyarse como equipo.

Es importante mencionar que en este proyecto no se trata de estandarizar, el servicio debe ser más directo y cálido, el desarrollo del turismo rural se basa en experiencias vivenciales y la convivencia con la comunidad receptora, enriquecida por el patrimonio natural y cultural de la misma.

b) Curso de Manejo Higiénico de los alimentos

Dada la temática, se solicitó el apoyo de una chef invitado por la consultora COCESI que impartió el curso de “Manejo higiénico de alimentos” en las instalaciones del restaurante.

En un taller posterior al curso, como complemento, en trabajo co-



laborativo con la investigadora, los integrantes del grupo conformaron un menú con alimentos tradicionales elaborados con productos de la región

El plantear de manera conjunta el menú fue un trabajo muy interesante, en el que las nuevas generaciones escucharon acerca de tradiciones y costumbres en torno a la comida, así como diversas formas de preparación de los alimentos tradicionales.

La importancia de plantear un menú con productos tradicionales a diferencia de un menú estandarizado, es lo que enriquece y otorga autenticidad a proyectos desarrollados desde la perspectiva comunitaria.

c) Curso de administración de empresas rurales.

Curso otorgado por la consultoría COCESI para otorgar elementos básicos a los integrantes del grupo inicial acerca de los departamentos básicos de una empresa.

En un ejercicio posterior de trabajo colaborativo con la investigadora se conformó un organigrama de la empresa, en el que cada uno de los integrantes del grupo colocó su nombre en el área que de acuerdo a sus conocimientos, habilidades e intereses le gustaría participar.

Plan de negocios

Como parte de las estrategias de desarrollo de capacidades, se realizó un Plan de Negocios con base en la información obtenida durante los talleres de sensibilización. El plan de negocios plantea los aspectos esenciales de un proyecto, se constituye como una fase de proyección y evaluación que se emplea internamente para la planificación de una empresa, reúne información acerca del mercado, aspectos técnicos, administrativos y financieros de la misma, usualmente debe estar en constante renovación y actualización, es una herramienta útil para conocer la viabilidad de un emprendimiento, ha sido un documento típico de análisis económico financiero sobre todo en el campo empresarial urbano.

Estos planes actualmente se han comenzado a cuestionar como una herramienta de planificación, sobre todo en proyecto o iniciativas innovadoras que no están instaladas en el campo convencional de las empresas capitalistas, por ejemplo, en el caso de los millenianns, jóvenes nacidos en los noventa, ven la vida a través de las pantallas conectadas y utilizan la tecnología para dar respuestas descriptivas a los problemas tradicionales, más que hacer un plan de negocios prefieren probar el producto en el mercado, no tienen miedo al fracaso y aprenden en la marcha. (El país, 2015)

En el caso de San Francisco Oxtotilpan, el planteamiento de gestión es una combinación entre una planeación tradicional y la construcción a través de la práctica de un proyecto en marcha, es decir, el presente plan de negocios se construyó de manera colaborativa, con el grupo de trabajo que operará el proyecto turístico en la comunidad receptora, lo que se aportó desde el papel de la investigadora fue sistematizar u orientar una problemática real y en constante evolución. El plan de negocios, en éste caso, es más que un recurso tradicional de planeación, una estrategia orientada al desarrollo de capacidades para la gestión del turismo rural en San Francisco Oxtotilpan, con el objetivo de que ellos tengan una visión integral de lo que conlleva el proyecto.

Conforme a la metodología investigación-acción, propuesta inicialmente en éste Trabajo terminal de Grado, como parte de la gestión se capacidades de los integrantes del grupo base, se trabajó en la realización de un Plan de Negocios para el Proyecto de Turismo Rural "Matawi", iniciando con la misión, visión objetivos del mismo, se hace una descripción general del negocio; la descripción de sus productos y servicios, y se realizan los estudios Técnico, de Mercado, Administrativo y Financiero, los cuales dan sustento a la propuesta.

En el estudio de mercado se aplicaron 120 cuestionarios, de acuerdo a los resultados que se obtuvieron en la encuesta para el estudio de mercado, en primera instancia destaca el hecho de que existe un desconocimiento generalizado de la comunidad, lo cual puede verse como una oportunidad para promocionarla de la forma más conveniente, pues pocas personas conocen San Francisco Oxtotilpan.

Uno de los principales segmentos de mercado al que se desea acceder, es una población principalmente joven de 20 a 35 años, de clase media y media-alta, que por su perfil socioeconómico y cultural, tengan conciencia de protección al medio ambiente, interés por la cultura de los pueblos indígenas, gusto por el contacto con la naturaleza, preferencia por realizar actividades recreativas al aire libre, e interés y posibilidad de pernoctar más de una noche en el lugar.

Se observa que en promedio un visitante potencial está dispuesto a pagar \$1000 pesos por desarrollar todas las actividades propuestas, con hospedaje y alimentos incluidos.

De acuerdo al tipo de servicio, las características generales de los segmentos de mercados de los visitantes potenciales, serían las siguientes:

FIGURA 3. *Características generales de los segmentos*

Turismo Alternativo	Campamentos	Familiar
<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes que desean realizar actividades alternativas en contacto con la naturaleza • Conocimiento de cultura matlazinca. • Participación en actividades agrícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Niños y adolescentes que participen en programas de integración, recreativos y/o educativos. • Vacacionales y para escuelas por día o por semana • Contacto con la naturaleza. • Realización de actividades de turismo alternativo. • Refuerzo de lo aprendido en las materias de ciencias naturales y ecología. • Conocimiento de la cultura matlazinca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Familias que busquen un espacio de convivencia y recreación • Que desean realizar actividades alternativas en contacto con la naturaleza • Conocimiento de cultura matlazinca. • Participación en actividades agrícolas

Se realizó un análisis de la competencia, diseño de logo, medios publicitarios y estrategias de marketing por segmento.

En el Estudio Técnico se describen las actividades a ofertar en el centro ecoturístico “Matawi”, así como el programa de prestación del servicio, se determina la capacidad de cada área y /o actividad, así como el desglose de costos de equipamiento e infraestructura y la distribución de áreas y propone realiza el análisis de precio.

En el estudio Administrativo se describen los puestos a generar en el Centro de Turismo Alternativo Matawi, completando un total de 24 empleos directos, mencionando el número de personan necesarias para el puesto, características, habilidades, conocimientos, funciones, temporalidad y sueldos. Se retoma el organigrama consensuado con la comunidad, se plantean las áreas básicas de una empresa: Comercialización, Producción, Administración, Compras, y Mantenimiento, se observa en el nivel jerárquico mayor a la Asamblea General de la comunidad, conformada por los propietarios ejidales y comunales de San Francisco Oxtotilpan. Así mismo se plantea el marco legal de la organización.

En el Estudio Financiero se realiza la proyección de ingresos aclarando que El centro turístico “Matawi” ofertará sus servicios de manera in-

dependiente, también se ha diseñado un paquete que incluye hospedaje, tres alimentos, todas las actividades de turismo de aventura, taller de educación ambiental, taller gastronómico, taller de lengua, ritual de temazcal y plática de cosmovisión.

Se proyecta en el primer año una venta de 60 paquetes por mes (\$1,200.00 c/u), lo cual puede ser en dos grupos de 30 por semana o diferidos en el mes, o compensarse con venta de actividades individuales para lograr la cantidad proyectada. Es importante considerar que el turismo alternativo no debe ser masificado, por lo que se prevé un aumento anual del 15% en ventas, considerando que puedan manejarse grupos escolares. El proyecto debe, mantener ventas mínimas de 60 paquetes mensuales en el primer año, las cuales pueden cubrirse con 2 grupos de 30 personas o con 15 visitantes por fin de semana. Previendo un aumento del 10% anual de las mismas, se observa que en el tercer año, se habría recuperado por parte del Comisariado Ejidal, la inversión inicial.

Prueba piloto

A efecto de continuar con la Metodología Investigación-Acción, en la cual se plantea la evaluación a través de una Prueba piloto, tomando como referencia el Plan de negocios y como técnica que permita apoyar al grupo inicial de prestadores de servicio turístico a aplicar el conocimiento adquirido, autoevaluar el aprendizaje y adquirir experiencia vivencial en la prestación de servicios turísticos

El Objetivo de la Investigación durante éste proceso es: Desarrollar una estrategia de gestión de los recursos patrimoniales que integre la participación directa de la comunidad y permita la adquisición de habilidades y conocimientos para la prestación de servicios turísticos.

Uno de los mercados a los que se intenta acceder con éste proyecto son jóvenes que desean realizar actividades alternativas en contacto con la naturaleza, tener conocimiento de cultura matlatzinca y ser partícipes de las actividades rurales cotidianas. Por tanto, la aplicación de la prueba piloto se llevó a cabo en el mes de septiembre de 2014, (los días 12 y 19) con la participación de 45 alumnos de la Facultad de Turismo y Gastro-

CUADRO 2. Programa Actividades Prueba Piloto Turismo Rural en San Francisco Oxtotilpan.

Hora	Actividad	Descripción	Responsable
8:00	Salida de la ciudad de Toluca	Transporte de la Ciudad de Toluca a San Francisco Oxtotilpan (Salida del edificio de Rectoría).	
8:45	Recibimiento	Bienvenida en lengua matlatzínca Desayuno División de grupo de visitantes por equipos.	Sra Rosa y Don Toño
9:30	Inicio caminata a Centro ecoturístico	Identificación de las características físico-geográficas, y reconocimiento de recursos naturales, entre otros aspectos.	Guías: Oyuki: Tierra: Janí Paco y Daniel: Agua: Tawi Vicente: Aire: Nijinupi Los guías van describiendo las características generales de la comunidad y respondiendo dudas de los visitantes.
10:30.-11: 00	Invernadero	Recorrido participativo al área de conservación forestal (invernadero) para el reconocimiento de los recursos locales	Explicación: Rebe, Miguel y Araceli
11:00. 11:30	Taller gastronómico	Muestra de los alimentos locales típicos y participación en la preparación de los mismos y degustación de algunos.	Gastronómico: Andrea, Rosalba, Liz
11:30.12:00	Taller Cultura	Plática sobre costumbres y tradiciones locales	Sra. Rosa, Don Toño y Vicente,
12:00	Descenso a comunidad (Temazcales)		
13:00. 14:00	Temazcal	Interacción con la comunidad y participación en ritual de Temascal,	Lourdes, Antonia, Rosa
14:00-16:00	Comida	Comida de productos típicos de la comunidad.	Doña Mari
16:00 17:00	Plática con los integrantes de la comunidad.	Ejercicio participativo de sensibilización sobre propuestas y resultados de proyectos turísticos locales con base en los recursos naturales y culturales. Conocimiento directo de las expectativas sobre la actividad turística que tiene la comunidad (aplicación de instrumentos)	Todos los integrantes del grupo

nomía, en cada ocasión, quienes realizaron la visita en complemento a las Unidades de Aprendizaje de Gestión del Patrimonio Natural y Formulación y gestión de Proyectos Turísticos.

La visita se organizó en conjunto con el grupo inicial de trabajo, cuyos integrantes decidieron de acuerdo a gustos y preferencias la actividad en la que deseaban participar, se planearon las actividades, los tiempos y los insumos necesarios para cada actividad, así como el responsable (s) de cada grupo y acción programada.

Al final de la visita comida se realizó un ejercicio de interacción entre los integrantes del grupo piloto y los visitantes, en la cual intercambiaron ideas acerca de su emprendimiento turístico, expresando de ambas partes su la experiencia y resultados de la visita.

Cabe mencionar que en cada visita asistieron 45 alumnos quienes pagaron una cuota mínima de \$250 pesos, los cuales se canalizaron en los insumos y pago de servicios. Generando en la comunidad una derrama económica de aproximadamente \$18,300 por ambas visitas.

FOTO 2. *Fotografía. Prueba piloto*



Fuente: Archivo personal

Discusión general

La comunidad originaria de San Francisco Oxtotilpan tiene una densidad cultural importante, son portadores de la herencia de la cultura matlatzinca desde hace más de 500 años, además cuentan con una gran riqueza natural en su territorio.

Aunado a lo anterior durante el diagnóstico se obtuvieron datos que diferencian a ésta comunidad, como son su capacidad organizativa y de emprendimiento, la cual se refleja en la iniciativa de gestionar un proyecto turístico. En éstas condiciones la investigación se articuló con la necesidad de acompañamiento a través de la investigación-acción para dicho proyecto, ya que se han observado otras comunidades que de igual forma reciben apoyo financiero y una vez construida la infraestructura, los habitantes son ajenos a la misma, no saben administrar ni operar empresas turísticas y por tanto estas infraestructuras generalmente son subutilizadas y no consiguen los objetivos finales en beneficio de la comunidad receptora.

En la zona de estudio, se encontraron condiciones tanto favorables como desfavorables. En el caso de las primeras, por ejemplo se constató la existencia de un tejido humano dinámico que permite el desarrollo de iniciativas, constan de un patrimonio natural y cultural importante. En el segundo caso, existen bajos niveles de formación del factor humano, escasa planificación, migración, bajos ingresos y falta de empleo por tanto se reveló imperante considerar estas condiciones como punto de partida para la gestión de un proyecto de turismo rural.

En San Francisco Oxtotilpan existe la necesidad de incrementar el ingreso y bienestar material dadas las condiciones observadas. En éste contexto el turismo rural se presentó como una opción viable mediante el uso de recursos patrimoniales con el objetivo de que los beneficios fuesen fundamentalmente sociales, orientados a la comunidad y bajo el control de los actores comunitarios enfocándose al desarrollo local con enfoque solidario.

Se observó y se identificó en la comunidad una necesidad de información acerca de lo que es el turismo, las implicaciones positivas y negativas que conlleva, el objetivo del mismo y los lineamientos de su aplica-

ción; de sensibilización a quienes serán prestadores de servicios, acerca del respeto y cuidado de la naturaleza, el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y su revalorización, difusión y preservación del patrimonio cultural (de relevante importancia en la comunidad) y de formación, que contribuya al desarrollo de capacidades organizativas, administrativas y operativas a través del fortalecimiento de las redes de acción colectiva.

Por tanto, la estrategia metodológica para el abordaje de éste caso consistió en lo que se conoce como investigación-acción que consideró varias fases:

1. Diagnóstico a través de un análisis situacional de los recursos, atractivos y bienes patrimoniales de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan:

Resultando que esta comunidad cuenta con bienes patrimoniales naturales y culturales importantes, los cuales pueden ser potencialmente turísticos. La cultura matlatzinca presenta elementos como el idioma, la vestimenta, costumbres y tradiciones dignos de preservar y difundir, el entorno natural es de suma importancia en la comunidad y ha sido preservado dada la cosmovisión de los habitantes, que tienen un respeto ancestral por la naturaleza.

En San Francisco Oxtotilpan, el capital social existente en la comunidad, a efecto de ésta investigación, representa un factor primordial para el estímulo de las prácticas cooperativas, la inclusión intergeneracional y de género, potencializando las habilidades individuales, ya que son los habitantes quienes tendrán que afrontar los impactos del desarrollo turístico en su territorio, por tanto, son ellos quienes deben definir las formas productivas y asociativas, así como el manejo de su patrimonio.

Los habitantes dentro de sus procesos organizativos y como actividades productivas en razón de su cultura, por varias generaciones se centraron en la agricultura y cultivo de traspatio, sin que ello reflejara un desarrollo económico o movilidad social ascendente, por lo que decidieron diversificar sus actividades económicas, una opción reciente para ello es a través de un proyecto de desarrollo turístico.

Se observó que no existe una concientización acerca de los impactos que puede tener el turismo y que la comunidad no cuenta con elementos que le permitan organizar, difundir ni operar un proyecto turístico, por lo tanto se diseñaron e implementaron estrategias de gestión del turismo rural.

2. Diseño e implementación de estrategias de gestión de turismo rural:

a) Estrategias de información:

A través de una convocatoria abierta, se integró el grupo inicial de trabajo, el cual está conformado en su mayoría por jóvenes que se encuentran estudiando, pero también se encuentran personas adultas respetadas en la localidad, es un grupo dinámico y participativo que se encuentra en un proceso de apropiación del proyecto turístico.

b) Estrategias de sensibilización:

Respecto a la cultura, desde un principio los integrantes del grupo se detectó que observan relevantes sus costumbres y tradiciones, pero ahora consideran imprescindible el preservarlas y difundirlas.

Las estrategias de sensibilización aplicadas significaron cambios en la visión que tenían inicialmente los integrantes del grupo base, dado que se otorgó información referente a los impactos tanto positivos como negativos del turismo, observándose un cambio en la imagen inicial de la actividad que tenían los habitantes, con una idea de masificación y actividades “como en La Marquesa” a un proyecto cuyo fundamento básico sea la conservación y difusión de su patrimonio cultural, enmarcado en actividades de turismo rural y de corte alternativo, en general, se generó una visión de condicionar las actividades turísticas a efecto de proteger el medio ambiente.

c) Estrategias de desarrollo de capacidades:

El desarrollo de capacidades como estrategias de gestión del turismo rural, permitió el fortalecimiento del recurso humano como punto neurálgico de la actividad turística, otorgando herramientas a los habitantes de la comunidad, interesados en convertirse en prestadores

de servicios, para insertarse de manera consciente y paulatina al desarrollo de la actividad turística.

Como parte de la organización para la implementación del proyecto se derivó un plan de negocios, el cual se conformó de manera colaborativa bajo la visión de los integrantes del grupo piloto, incluyendo los elementos tradicionales de un plan de negocios, pero enfatizando el desarrollo de capacidades organizativas para la gestión del turismo rural en San Francisco Oxtotilpan, de forma tal que se tenga una visión integral de los elementos que conlleva el proyecto.

Se llevó a cabo una Prueba Piloto, para fortalecer y evaluar el desarrollo de capacidades, la cual permitió a los integrantes del Grupo Piloto, prepararse operativamente, autoevaluar su desempeño, vivir la experiencia de otorgar un servicio turístico y detectar debilidades propias y del grupo, así como verificar si la idea que tenían de la actividad turística era correcta y realizar propuestas de mejora.

El planteamiento del Turismo Rural en San Francisco Oxtotilpan, se gestó de manera colaborativa con la comunidad, desde la conformación del grupo inicial de trabajo, la sensibilización del mismo, el desarrollo de capacidades a través de los cursos de capacitación (que por cuestiones de tiempo se reconoce fue extremadamente básica), la propuesta del plan de negocios así como la aplicación de la prueba piloto se trabajaron de manera conjunta, intentando no imponer, no estandarizar y no excluir a quienes serán los realmente afectados con los impactos ya sean positivos o negativos, de un proceso de desarrollo turístico en la localidad.

Los habitantes han comenzado apropiarse del proyecto, la prueba es que, dado que en marzo del presente año la comunidad, de manera independiente, recibió un grupo, con el que desarrolló un programa bastante parecido al aplicado en la prueba piloto, pero incluyendo algunas otras actividades, como senderismo y recolección de hongos, ya que este grupo pernoctó en las cabañas.

El que la comunidad ya haya recibido visitantes de manera independiente refleja el fortalecimiento de capacidades que obtuvo el grupo base a través de la aplicación de estrategias de gestión, puesto que difícilmente

hubiesen recibido visitantes de la forma que lo hicieron de no haber existido esta experiencia previa.

Conclusiones

La comunidad originaria de San Francisco Oxtotilpan, ubicada en el Estado de México posee una densidad cultural importante, ya que son los últimos herederos de la etnia matlatzinca. En su devenir histórico, existen rasgos que sobresalen: es una comunidad con capital social, con instituciones que subsisten, con formas productivas específicas, y recursos naturales enmarcados en la enorme riqueza cultural, otorgada por la preservación de costumbres y tradiciones ancestrales. El turismo rural puede presentarse como una opción de desarrollo para esta comunidad originaria, bajo la condicionante de que sean los habitantes de la misma, quienes decidan la de manera consciente y paulatina al desarrollo de la actividad turística mediante la acción social, con un enfoque solidario.

En las comunidades indígenas con interés en implementar proyectos turísticos, es importante construir infraestructuras pero es indispensable desarrollar capacidades que les permitan apropiarse de dichos proyectos, con base en sus propios recursos, en su visión como etnia, y en las actividades productivas que desarrollan, de forma tal que el turismo logre ser un complemento de su desarrollo, no una imposición o un problema social.

La gestión del patrimonio debe ser un proceso integral, el cual inicie con un diagnóstico, establezca un plan con líneas de acción precisas, que permitan incrementar el ingreso y bienestar material mediante el uso de recursos patrimoniales (naturales y culturales) en donde los beneficios sean fundamentalmente sociales, orientados a la comunidad y bajo el control de los actores comunitarios enfocándose al desarrollo local y a la economía solidaria.

La aplicación de estrategias de información, sensibilización y desarrollo de capacidades aportó elementos que permitieron la apropiación de un proyecto turístico por parte de una comunidad que a pesar de tener interés en la puesta en marcha del mismo, y presentar un fuerte ca-

pital social, no presentaba capacidades de organización de actividades turísticas, administrativas ni técnicas para ofrecer un servicio de ésta índole.

Las estrategias aplicadas son el inicio de un proyecto turístico viable en la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, para que dicho proyecto se consolide es necesario tal como lo plantea la investigación acción, evaluar de manera cíclica, planificar, aplicar estrategias de mejora y evaluar nuevamente, de forma tal que es posible dar continuidad a este proyecto, buscando lograr que los habitantes de la comunidad sean gestores del turismo rural de forma integral.

Referencias bibliográficas

- Ander-Egg, E. (2003). *Repensando la investigación-acción-participativa*. Lumen-Humanitas.
- Bermúdez, A., Arbeloa, J. V. M., & Giralt, A. (2004). *Intervención en el patrimonio cultural: creación y gestión de proyectos*. Síntesis
- Borboa, R, A., 1999. Temascaltepec, Monografía Municipal. Toluca, México: Gobierno del Estado de México / Instituto Mexiquense de Cultura.
- CDI, 2009, Matlazincas_ Información etnográfica. http://www.cdi.gob.mx/index.php?id=602%3Amatlazincas-&format=pdf&option=-com_content&Itemid=62
- CDI (2014) Programa especial de los pueblos indígenas 2014-2018
- CNCA, (2009) Guía para la gestión de proyectos culturales .Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile
- Coraggio, J. L. (2011). Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital. *Abya Yala, Quito*.
- GACETA MUNICIPAL, Órgano oficial de difusión del H. Ayuntamiento de Temascaltepec, México 2013 - 2015
- Flores, R. G., & Ramírez, C. P. 2010. Adaptación al mercado en San Francisco Oxtotilpan, México.
- García H., A., 2004. Matlazincas, Pueblos Indígenas del México Contemporáneo. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de

los Pueblos Indígenas / Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

INEGI, Censo Poblacional Proyección 2010

Korsbaeck L. (2011). La política en San Francisco Oxtotilpan. *Revista mexicana de*

Monterroso S., Zizumbo V. (2009). La reconfiguración neoliberal de los ámbitos rurales a partir del turismo: ¿Avance o retroceso?. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, Mayo-Agosto, 133-164.

Muñoz, O. H., & Lema, M. H. (2013). El papel de los municipios colombianos en la planeación y gestión del desarrollo local: sus fundamentos teórico-conceptuales. *Revista Tendencias*, 2

Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 28(3) 507-513. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180320698018>

Pike, A., Rodriguez-Pose, A. and Tomaney, J., (2006). *Local and Regional Development*. New York: Routledge.

Plan de Desarrollo Municipal Temascaltepec, 2013-2015

Querol, M.A. (2010). *Manual de Gestión del Patrimonio Cultural*. Akal SECO, 2014, Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos, Destinos del Perú, iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza – SECO en convenio con Mincetur y PromPerú y ejecutada por Swisscontact

Thomé O. H., (2008). Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía. *Convergencia*, 15(47), 237-261.

Yanza V., (2012). Diseño de un modelo de desarrollo ecoturístico comunitario en la zona rural de Coroneo, sur de Gto. *Revista electrónica de Divulgación de la Investigación*. Junio-noviembre.

II. SENDERO INTERPRETATIVO DEL PAISAJE ALIMENTARIO MATLATZINCA. UNA PROPUESTA PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LOS RECURSOS FORESTALES NO MADERABLES

LUIS ÁNGEL LÓPEZ MATHAMBA
HUMBERTO THOMÉ ORTIZ

Introducción

San Francisco Oxtotilpan (SFO) es un poblado rural, que alberga a la etnia Matlatzinca. Recientemente la comunidad se ha insertado al sector turístico, a través del proyecto denominado Centro Cultural Matlatzinca. Dicho proyecto consiste en la construcción de un complejo de cabañas, financiadas por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), que permiten a la comunidad ofertar servicios de alojamiento. En este sentido, se desarrolló la propuesta “Sendero Interpretativo del Paisaje Alimentario Matlatzinca” (SI PAM), con la finalidad de que, en un futuro, se cuente con un producto turístico integral ligado al territorio.

El SI PAM, es una propuesta para conservar el valor cultural de las plantas y los hongos que forman parte de la alimentación tradicional matlatzinca, basada en el desarrollo de: i) un marco interpretativo del paisaje alimentario, ii) un calendario de disponibilidad de los alimentos locales y iii) la determinación de la importancia biocultural de las plantas comestibles y los Hongos Comestibles Silvestres (HCS).

La propuesta contempla que el sendero interpretativo sea manejado por la comunidad, como una alternativa de desarrollo endógeno. Con ello se pretende generar recursos económicos y preservar los recursos agroalimentarios silvestres, forestales y agrícolas, mediante su uso razonable. Asimismo, se contribuye a la preservación de los saberes tradicionales y su reproducción social por medio del análisis y la reinterpretación

del paisaje cultural, promoviendo así la conservación de la cultura local y la diversidad biológica.

El presente trabajo se propone discutir los fundamentos teóricos y metodológicos que fueron utilizados en la construcción de una propuesta de desarrollo territorial, basada en el aprovechamiento turístico de los recursos alimentarios endógenos. Con ello se busca contribuir a la fundamentación conceptual y operativa del turismo agroalimentario en particular y del turismo rural en general.

Antecedentes

Sendero interpretativo

Los senderos interpretativos son infraestructuras turísticas organizadas, que sirven para facilitar y favorecer al visitante la recreación en entornos naturales. Son una herramienta útil para integrar actividades educativas y de conservación con el turismo, pues permiten el contacto directo de los visitantes con los valores del entorno, a partir de un eje temático central (SECTUR, 2004), en este caso el Paisaje Alimentario Matlatzinca.

El planteamiento del sendero interpretativo tiene diferentes funciones como: i) reducir el impacto humano en zonas naturales; ii) la recuperación del patrimonio cultural e histórico, iii) constituir un recurso didáctico para la educación ambiental; iv) despertar sensaciones y percepciones en los visitantes, y v) especialmente, exponer la cultura alimentaria local (SECTUR, 2004).

La presente propuesta plantea el desarrollo de un sendero interpretativo en las zonas de terreno agrícola, ladera y bosque. Para ello se han diseñado dos circuitos interpretativos, uno para mostrar el terreno y ladera, y el segundo para mostrar el bosque; el cual es para personas con mayor resistencia física, ya que la pendiente y la distancia es mayor.

El SI PAM, parte de la premisa de que la alimentación local tiene variaciones estacionales, por lo que se creó un calendario de disponibilidad anual de los alimentos. Además, hay que considerar que la temporada de lluvia es en los meses de mayo a noviembre, donde se tiene la mayor pre-

sencia de hongos comestibles silvestres, lo cual resulta atractivo a los visitantes como aspecto cultural y gastronómico.

Actualmente, existe un renovado interés por los alimentos silvestres y sus paisajes asociados, práctica que se ha denominado como “paleo-gastronomía”. En Japón se han dado iniciativas para la utilización sustentable e innovadora de las plantas comestibles silvestres (Chen y Qiu, 2012; Dweba y Merans, 2011). En el caso español destaca la vinculación entre senderismo y alimentos silvestres, a través de diversos parques micoturísticos (Lázaro, 2008). Mientras que en México son crecientes las iniciativas como Micoturismo México en el Volcán de Tequila; Micológica en la Sierra Norte de Oaxaca o las Ferias del Hongo de Cuajimoloyas, Senguio, Acaxoxhitlán, Lagunas de Zempoala y Cuajimalpa (Thomé, et. al, 2015).

San Francisco Oxtotilpan y sus pobladores

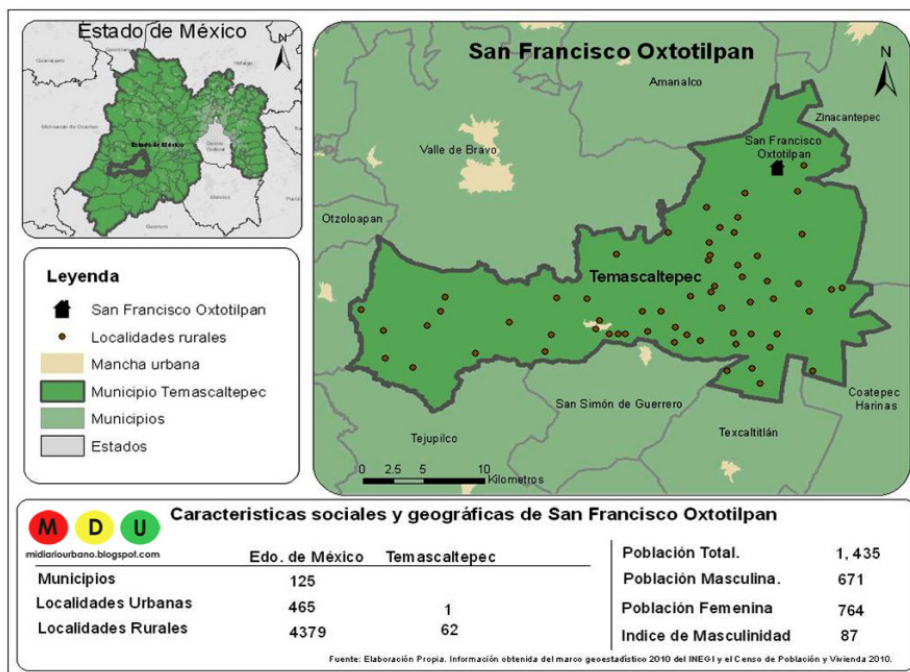
San Francisco Oxtotilpan es un pueblo que formó parte del denominado Valle del Matlatzinco (Barboa, 1999), a sus habitantes se les conoce como los últimos descendientes de la etnia matlatzinca; los hombres de la red (Granados y Pérez-Ramírez, 2011; García, 2004), los cuales en la época prehispánica construyeron importantes centros políticos y ceremoniales como: Teotenango, Calixtlahuaca, Tenango, Tenancingo, Malinalco y Toluca (Barboa, 1999; Granados y Pérez-Ramírez, 2011; CDI, 2009).

Su principal actividad es la agricultura a través del cultivo de maíz para autoconsumo, aunque se siembran también otros productos como chícharo, haba, frijol y cebada (CDI, 2009; INAH, 1982). Esta población conserva diversas características socioculturales asociadas con las prácticas agrícolas como los ritos para propiciar las lluvias y la existencia de una nomenclatura matlatzinca de los alimentos locales (García, 2004).

El poblado pertenece al municipio de Temascaltepec, Estado de México, localizado en las faldas del volcán Xinantécatl (Nevado de Toluca), en la Sierra de Temascaltepec, con una elevación de 2,700 metros msnm. Su clima es templado subhúmedo C (w2) y tiene una temperatura promedio de 12 grados centígrados (Borboa, 1999).

Su población aproximada es de 1,346 habitantes. Ubicado parcialmente en la zona del Área de Protección de Flora y Fauna del Nevado de To-

MAPA 2. Mapa de San Francisco Oxtotilpan, Estado de México (INEGI, 2010)



luca (APFF-NT), en las coordenadas 19° 10' 00.68" N y 99° 54' 15.32" O. El área total que posee es de 4,403 hectáreas, de las cuales 2,270 son ejidales y 2,133 son comunales; dentro del APFF-NT se tienen 1,794 hectáreas, de las cuales 1,746 hectáreas son ejidales y 48 hectáreas son comunales, los datos fueron obtenidos por medio del software AntropoSIG, versión 2010.

Metodología

La presente investigación, desarrollada entre enero de 2013 y diciembre de 2014, abordó un estudio de caso bajo un enfoque mixto, que recogió datos cuantitativos y cualitativos, centrados en el análisis antropológico, la etnobotánica y la geografía rural. Para ello se recurrió a métodos etno-

gráficos, observación participante, entrevistas a informantes clave e identificación de la flora y HCS de la localidad.

El objetivo de la investigación fue desarrollar una propuesta integral para el aprovechamiento turístico sustentable de los recursos locales, a través de la puesta en valor de los saberes tradicionales en torno a los alimentos locales. Ello serviría para la construcción de un marco interpretativo del paisaje, para su disfrute estético y usos recreativos.

El trabajo consistió en tres fases. La primera denominada “Planeación participativa y diagnóstico del sendero”, constituyó un proceso de investigación-acción en el que los investigadores y la comunidad definieron las directrices para la construcción del sendero, mediante la puesta en marcha de un *Laboratorio Social de Turismo Rural (LSTR)*, de acuerdo a lo propuesto por Thomé et. al. (2015). En la segunda fase denominada “Diseño del Sendero Interpretativo”, se definieron las zonas idóneas para el desarrollo de la propuesta, la capacidad de carga ideal para el sendero y los criterios para la correcta interpretación de los recursos. Finalmente, en la tercera fase, se propone una “Guía de operación del sendero interpretativo”, en la cual se plantean los mecanismos para la administración, utilización y evaluación de la propuesta.

Para llevar a cabo la segmentación de la muestra, se utilizó el método no probabilístico para determinar, por saturación, quienes eran las personas reconocidas por el conocimiento de la gastronomía local y sus paisajes asociados. El intervalo incluyó a 7 mujeres y 8 hombres, de acuerdo con tres criterios: i) mayores de 35 años, ii) que han nacido y vivido en SFO, iii) que hacen continuo uso del paisaje alimentario.

Se aplicaron entrevistas semiestructuradas durante el período de noviembre 2013 a mayo del 2014. Como resultado de las entrevistas se definió el índice de importancia cultural (presencia del alimento en la mente de las personas) y el índice de importancia cultural significativa (presencia del alimento en el imaginario colectivo y sus usos cotidianos). Para la obtención de datos etnobotánicos se entrevistó a los mismos informantes. La información colectada fue analizada a la luz de una aproximación antropológica de la construcción social del Paisaje Alimentario Matlatzinca.

Resultados y discusión

Fase I: Planeación participativa y diagnóstico para la construcción del sendero interpretativo

Al momento de iniciar la investigación (2013) SFO ya empezaba a insertarse en la actividad turística a través del Centro Cultural Matlatzinca (CCM), en ese momento dos cabañas, un comedor, una estación de servicio sanitario y una oficina estaban en construcción. Debido a lo anterior, la comunidad mostraba receptividad e interés por toda acción que supusiera un mecanismo de fortalecimiento a las iniciativas turísticas previamente iniciadas

La comunidad en general mostró aceptación al proyecto turístico, pero ello no significaba que todos sus miembros se involucrarían en la nueva actividad. Por ello, se identificó a un grupo de personas con interés en trabajar con el proyecto del SI PAM, las cuales fueron convocadas para construir, de manera participativa, la propuesta inicial del sendero (Chambers, 1992; Geilfus, 1997; SECTUR, 2004). El grupo contaba con 23 personas, cuyas edades oscilaban entre los 17 y 65 años, de los cuales 13 eran mujeres y 10 hombres.

De lo anterior se propuso una prueba piloto que consistía en una recorrido guiado por los actores locales, cuya longitud era de 12 km y se centraba en los diferentes paisajes asociados con la cocina tradicional matlatzinca (terreno, ladera y bosque). Posteriormente, los visitantes participaron en un baño tradicional de vapor (temazcal) enriquecido con hierbas provenientes del SI PAM. Finalmente, los recorridos concluyeron con una comida tradicional matlatzinca en la cocina de humo de una de las familias integradas al proyecto.

Este modelo de Laboratorio Social de Turismo Rural permitió el desarrollo de habilidades como: recibir visitantes, preparar alimentos y desarrollarse como guías turísticos. (Thomé et al., 2015). La organización de grupos para trabajar con la metodología de los LSTR permitió identificar 4 familias dispuestas a recibir visitantes en sus cocinas de humo y a preparar los alimentos tradicionales, aspectos que serían clave para el posterior desarrollo de la propuesta.

Cada grupo del Laboratorio tenía entre 10 y 15 visitantes, en los cuales participaron personas de diferentes países como Perú, Nicaragua, Honduras, Guatemala, Francia y México. Lo anterior, permitió que los actores locales vieran que los visitantes se sienten atraídos por su forma de vida y por su alimentación tradicional.

Fase II. Diseño del Sendero Interpretativo

El fundamento de la propuesta SI PAM es el desarrollo de una experiencia turística lúdica para dar a conocer el aporte cultural y social de los alimentos locales. Para ello es sustantivo comunicar la importancia de conservar los alimentos que se recolectan y/o cultivan en el bosque, ladera y terreno, los cuales son accesibles a toda la comunidad de SFO.

Los alimentos sirven, en este caso, como un factor de diferenciación puesto que al ser obtenidos del paisaje alimentario Matlatzinca, cuentan con características pedológicas, que suponen modos de recolección, producción y/o transformación artesanales, ligados a su ubicación geográfica.

El sendero se clasifica como un “Sendero Rural”, donde se resaltan los aspectos culturales y naturales, representativos de la convivencia de las personas con el paisaje y la obtención de alimentos de éste. Se determinó realizar un sendero multicircuito, donde de un sendero principal, se desprenden otros senderos, con diferentes niveles de dificultad, distancia, duración y atractivos, lo que permite diversificar el área de uso público.

Existen dos recorridos en el SI PAM, el “sendero de terreno y ladera” y el “sendero de monte”, en conjunto estos senderos forman el recorrido multicircuito. Esto se debe a que el paisaje está dividido en tres ecotopos (terreno, ladera y monte).

Dicha división permite a los guías hacer una mejor demostración del paisaje alimentario, ya que las plantas silvestres y hongos tienen movimiento de dispersión natural en el espacio geográfico y una disponibilidad temporal variable (o periodo de presencia) como recurso alimentario local.

Ambos senderos salen del mismo punto, además, en el futuro los actores de la comunidad podrán crear más senderos, pudiendo variar las

características como: dificultad (inclinación), distancia, duración y estacionalidad del recurso alimentario del paisaje.

La implementación de los senderos atiende un criterio de despliegue mínimo de infraestructura; siendo la exposición de la información por parte del guía el elemento central, a través de un recorrido dinámico, en el que las plantas y los hongos comestibles silvestres varían en su presencia o dispersión de acuerdo a la época y condiciones ambientales.

Interpretación del Paisaje Alimentario Matlatzinca

Los resultados obtenidos, a partir de la investigación etnobotánica, dieron a conocer las plantas más importantes de SFO, según el índice de importancia cultural y el índice significativo de importancia cultural. Los informantes clave refirieron la presencia de las plantas según las categorías de monte, ladera y terreno agrícola.

El cuadro anterior muestra el nombre español, el nombre matlatzinca, el “CSI” (índice de importancia cultural significativa), el “CI” (índice de importancia cultural), el orden de importancia del recurso dentro del ecotopo y el indicador “SFO” que hace referencia al orden de importancia

CUADRO 1. *Los 5 recursos alimentarios más importantes de cada ecotopo.*

		NOMBRE		RANQUIN SEGÚN CSI			RANQUIN SEGÚN CI		
		ESPAÑOL	MATLATZINCA	CSI	ECOTOPO	SFO	CI	ECOTOPO	SFO
E. MONTE	Hongo: Gachupines	CH'OVOTAS	2.01	1.0	5.0	4.87	1.0	5.0	
	Coquelites o Dalias	SHICH'U	1.96	2.0	6.0	4.73	2.0	6.0	
	Hongo: Tecomates	CH'O SHTUM'O	1.90	3.0	7.5	4.60	3.0	7.5	
	Hongo: Pata de pajaró	CH'OTA SEW'HI	1.32	4.0	14.0	3.20	4.0	13.0	
	Hongo: Parientes u oreja de puerco	CH'O XIQUI	1.10	5.0	15.0	2.67	5.0	14.0	
E. LADERA	Quelite cimarrón o cenizo (follaje)	SHICH'U	4.00	1.0	2.0	9.67	1.0	1.0	
	Nabitos o Rabanitos	NA BUSHI	2.40	2.0	3.0	5.80	2.0	3.0	
	Chivatitos		1.46	3.0	12.0	3.53	3.0	11.0	
	Zarzamora	XIPE'E	1.43	4.0	13.0	3.47	4.0	12.0	
	Maguey	XUNI	1.08	5.0	16.0	2.60	5.0	15.0	
E. TERRENO	Maíz	DAATHUÍ	6.29	1.0	1.0	7.60	1.0	2.0	
	Haba riego	MAQ'CHXU	2.12	2.0	4.0	5.13	2.0	4.0	
	Frijol	CHIC'XU	1.90	3.0	7.5	4.60	3.0	7.5	
	Chicharo		1.74	4.0	9.0	4.20	4.0	9.0	
	Trigo criollo	TRICU	1.57	5.0	10.0	1.27	8.0	28.0	

del recurso en la comunidad. Se presentan los primeros 5 recursos alimentarios identificados por cada ecotopo.

Se muestra que el quelite cimarrón es el que está mejor posicionado en la mente de las personas y es seguido por el maíz, según el “CI”. Pero al tomar en cuenta los usos y la importancia cultural de los alimentos (CSI) vemos que el maíz es el número uno de todos los productos, lo que indica la persistencia de la cultura alimentaria del maíz dentro de los grupos étnicos del centro de México. Los hongos tienen una diversidad media de usos alimentarios, ubicándose en el medio de la tabla de forma grupal, ello debido a su disponibilidad temporal en los meses de lluvia. Los recursos alimentarios del terreno agrícola tienen menor cantidad de usos y se siembran como producción comercial, por lo que ocupan los últimos puestos.

Sendero de terreno y ladera

En este sendero se recorre el terreno de producción agrícola y el de ladera, tiene una longitud de 3,500 metros y una duración de 1.5 horas. Los alimentos provenientes del terreno son utilizados para autoconsumo y comercialización. Algunos de estos alimentos son el maíz, papa, haba y trigo. En la ladera se aprecian plantas como el maguey, del cual se puede extraer ixtle y obtener pulque; capulín, del que se pueden hacer tamales; y la zarzamora, de la que se hace licor y postres.

El sendero está posicionado, edafológicamente, en un suelo de orden phaeozem. Este suelo es acumulador de materia orgánica, con un color oscuro en la superficie, fértil; por su alto contenido de nutrientes presentes y disponibles, se desarrolla en lugares conocidos por tener un buen drenaje y no presenta capas de cal (Semarnat, 2014). Dado que son suelos profundos se utilizan para la agricultura de riego y temporal, son aptos para producir granos, legumbres y hortalizas (INEGI, 2014).

Existen terrenos planos y quebrados, cada uno con diferentes usos, de acuerdo con sus características topográficas. Esta es la razón de realizar una separación en el SI PAM. Para el sendero de terreno y ladera, la pendiente máxima que se podrá recorrer es de 16.8% (hacia arriba) y -24.5% (hacia abajo), y la pendiente promedio es de 1.9% y -7.9%. Datos

obtenidos del software Google Earth Pro (2014) con información del recorrido realizado con GPS sobre el sendero.

CUADRO 2. *Características del perfil de elevación del sendero de terreno y ladera.*

Característica	Cantidad	Unidad de medida
Distancia total	8246.0	Metros
Elevación mínima	2636.0	msnm
Elevación promedio	2757.0	msnm
Elevación máxima	2968.0	msnm
Diferencia de altura	332.0	Metros
Inclinación promedio (+)	13.4	Porcentaje
Inclinación promedio (-)	-12.9	Porcentaje
Inclinación máxima (+)	45.5	Porcentaje
Inclinación máxima (-)	-43.6	Porcentaje

Este sendero se caracteriza por plantas vasculares pequeñas o de características herbáceas, que ofrecen sus frutos, raíz o semillas. Aquí vemos que el maíz ocupa el primer puesto en ambos índices, ya que es el que tiene mayor presencia en la mente de las personas y mayor número de usos, dentro de la valoración vemos que es el segundo a nivel de “CI” y el primero a nivel de “CSI”, debido a la diversidad de usos que presenta como “súper alimento cultural”, ya que es la base de la alimentación a través de tortillas, tamales y atoles; y la mayoría de los alimentos son consumidos en tacos. Además, el maíz se produce para comercializar y para autoconsumo.

Según el “CI” y el “CSI” se observa que el haba, el frijol y el chícharo ocupan el segundo, tercer y cuarto puesto, en ambos índices, debido a que tienen importancia comercial y alimentaria en los productores agrícolas de SFO. La papa ocupa el puesto quinto en el “CI”, pero es desplazada un puesto, ya que el trigo lo supera en la cantidad de usos, siendo el trigo el quinto y la papa el sexto en orden de importancia cultural, al considerar los usos.

Las plantas de producción agrícola son, en su mayoría, especies introducidas, ocupan un nivel bajo en términos de “CI” y “CSI”, comparados con los recursos alimentarios de la ladera y el monte. En cuanto a los alimentos de ladera estos ocupan mejores posiciones de “CI” y “CSI”, debido a que son plantas locales de libre acceso (gratuitos) y con diversos usos alimentarios, en comparación con los alimentos provenientes de terreno agrícola.

En la ladera el ecotopo es regenerativo pues sus plantas conviven con las personas, ofrecen sus servicios y su existencia se reproduce por el manejo cultural e histórico que con ellas se ha realizado. Entre sus especies abundan los árboles (capulín, manzana, tejocote) y arbustos (zarzamora) que ofrecen sus frutos. Igualmente, destacan las hierbas que ofrecen partes vegetativas, tallo y hojas (quelite cimarrón, nabitos); y las cactáceas como el maguey, del cual se aprovechan frutos, hojas, inflorescencias y agua miel.

El quelite cimarrón ocupa el primer puesto del “CI” y “CSI” del ecotopo de ladera, pero es desplazado un puesto en el “CSI” ya que el maíz lo supera en la cantidad de usos. Según el “CI” y el “CSI” los nabitos, los chivatitos, la zarzamora y el maguey ocupan los primeros cinco puestos, respectivamente, debido a que tienen importancia alimentaria en la cantidad de usos que tienen. Las primeras tres posiciones son ocupadas por plantas herbáceas que se comen en tacos, mientras que la zarzamora es el fruto de un arbusto que se come en fresco y puede prepararse en licor; por otra parte, el maguey ofrece agua miel para pulque, ixtle para artesanías, la flor para comer y las pencas (hojas) para elaborar barbacoa.

Los ecotopos están separados entre ellos por distribución del espacio físico. De forma interna se observa la distribución temporal que determina la presencia de plantas en función del clima o temporada del año.

En los cuadros 3 y 4 se muestra la disponibilidad temporal de dichos alimentos, en función de lo cual es posible pensar la propuesta de senderos como una actividad dinámica y estacional o bien como “productos turísticos de temporada”. Desde el punto de vista agroindustrial es necesaria la generación de propuestas que permitan conservar y comercializar los productos más allá de sus temporadas de producción.

CUADRO 3. Disponibilidad de los recursos alimentarios del terreno.

Ecotopo "Terreno" (meses de cosecha de cultivos)
Todo el año: cilantro, col, hongos setas (invernadero), trigo criollo y avena.
Marzo: Chile manzano.
Abril: Chile manzano, chicharo y zanajoria.
Mayo: Chile manzano, chicharo, frijol*, frijol criollo*, zanahoria, papa extranjera y papa.
Junio: Chile manzano, chicharo, frijol*, frijol criollo*, papa extranjera y papa.
Julio: Calabaza, chile manzano, cebada, haba* y haba criolla*.
Agosto: Calabaza, chile manzano, cebada, haba*, haba criolla*, maíz* y maíz criollo*.
Septiembre: Chilacayote, calabaza, haba criolla*, maíz* y maíz criollo*.
Octubre: Chilacayote, chayote, calabaza, maíz y maíz criollo*.
Noviembre: Chilacayote y chayote.
Diciembre: Chilacayote.

* Disponible todo el año porque se almacena.

CUADRO 4. Ecotopo Ladera de San Francisco Oxtotilpan.

Ecotopo de "ladera" (meses de colecta de alimentos)
Todo el año: Ruda, hierva té, berro, granada cimarrona, zarzamora, nopales y maguey.
Febrero: Quelite cenizo.
Marzo: Quelite cenizo, huauzontle, chivatitos y nabitos.
Abril: Quelite cenizo, huauzontle, chivatitos, nabitos y quintoniles.
Mayo: Quelite cenizo, huauzontle, chivatitos, nabitos y quintoniles.
Junio: Quelite cenizo, chivatitos, quintoniles y ciruela.
Julio: Chivatitos, manzana, capulín y ciruela.
Agosto: Chivatitos, manzana, capulín y durazno.
Septiembre: Manzana, pera y durazno.
Octubre: Quelite cenizo, manzana, pera y durazno.
Noviembre: Quelite cenizo, manzana, tejocote y pera.
Diciembre: Tejocote y pera.

Sendero de monte

Este sendero se desarrolla en el monte o bosque, a través de una distancia de 8,246 metros y con una duración de 3.50 horas. Los alimentos provenientes del monte son utilizados para autoconsumo y comercialización. Todos los alimentos mencionados fueron hongos entre los que destaca el hongo “gachupín”, que se puede comer en mole, tamales y tacos.

El sendero de monte está posicionado, edafológicamente, en un suelo de orden andosol. Es de origen volcánico, liviano y generalmente de color oscuro. Cuando se usa para producción agrícola, presenta bajos rendimientos ya que este suelo retiene fósforo y no puede ser absorbido por plantas. En SFO se usa de forma pecuaria para alimentar ovinos (INEGI, 2014).

El sendero está diseñado para personas con mayor resistencia física en función de las propias características del terreno. La pendiente máxima es de 45.3% (hacia arriba) y -43.6% (hacia abajo), y la pendiente promedio es de 13.4% (hacia arriba) y -12.9% (hacia abajo). Los resultados fueron obtenidos con el software Google Earth Pro (2014) a partir de datos del recorrido realizado con GPS sobre el sendero.

El ecotopo de monte se caracteriza por la presencia de hongos comestibles silvestres (HCS), que ofrecen su estructura completa como ali-

CUADRO 5. *Características del perfil de elevación del sendero de monte.*

Característica	Cantidad	Unidad de medida
Distancia total	3500.0	Metros
Elevación mínima	2636.0	msnm
Elevación promedio	2654.0	msnm
Elevación máxima	2672.0	msnm
Diferencia de altura	36.0	Metros
Inclinación promedio (+)	1.9	Porcentaje
Inclinación promedio (-)	-7.9	Porcentaje
Inclinación máxima (+)	16.8	Porcentaje
Inclinación máxima (-)	-24.5	Porcentaje

mento. Generalmente, los hongos conservan su posición en ranquin en el “CI” y el “CSI” debido a que las formas de consumo no son mayores a 5 en todos los casos.

Lo anterior, produce que la variación en la posición se deba principalmente a las menciones o lugar que ocupa en la mente de los matlatzincas. Además de los hongos sólo se registra la presencia del coquelite, que es una planta herbácea, de la cual se consumen sus hojas crudas o cocidas en taco. Lo anterior nos lleva a pensar en el gran potencial micoturístico de este sendero, dada la micodiversidad con que cuenta la zona, que además de tener disponibilidad de hongos todo el año puede desarrollar una serie de productos artesanales alrededor de este recurso tales como conservas, encurtidos, harinas y terrarios ornamentales (Boa, 2005).

El hongo gachupín, la hierba coquelite, el hongo tecomate, el hongo pata de pájaro y el hongo parientitos ocupan los primeros cinco puestos de “CI” y “CSI”. El gachupín se puede coleccionar en la época que está disponible, para ponerlo a secar y ser consumido durante todo el año, siendo una característica que hace posible que ocupe el puesto número uno.

El siguiente cuadro muestra la temporalidad en que los alimentos provenientes del ecotopo monte están disponibles para ser consumidos y aprovechados dentro de la cocina tradicional matlatzinca.

Determinación de la Capacidad de Carga Turística

El análisis de la capacidad de carga turística en los senderos interpretativos se calculó mediante la estimación de la capacidad de carga física (CCF), la capacidad de carga real (CCR), la capacidad de carga de manejo (CM) y la capacidad de carga efectiva (CCE), esta última se conoce como la capacidad de carga turística, la cual fue el centro de nuestro interés.

Como resultado final tenemos que para el sendero de terreno y ladera la capacidad de carga turística es de 571 visitas/día y para el sendero de monte es de 287 visitas/día. Hay que tomar en cuenta que estos valores tendrán reducción hasta llegar a un valor final, el cual será la capacidad de carga recomendada para el sendero interpretativo.

Para el sendero de terreno y ladera el máximo serán 8 grupos/día y

CUADRO 6. *Ecotopo Monte de San Francisco Oxtotilpan.*

Ecotopo "Monte" (meses disponibles para coleccionar hongos)
Marzo: Hongo de ocote y hongo de tierra.
Abril: Hongo de ocote, hongo de tierra y coquelite.
Abril: Hongo de ocote, hongo de tierra y coquelite.
Mayo: Champiñones silvestres, Ch'os hantheti (hongo) y coquelite.
Junio: Hongo trompetas, hongo gachupines*, hongo tecomates, hongo montoncitos, champiñones silvestres, hongo enchilado, hongo clavitos, hongo tablitas, hongo gachupines blancos, hongo calavera, hongo tejamanil, Ch'os hantheti (hongo) y coquelite.
Julio: Hongo trompetas, hongo gachupines*, hongo tecomates, hongo montoncitos, hongo enchilado, hongo pancita, hongo oreja de puerco, hongo clavitos, hongo tablitas, hongo calavera y hongo tejamanil.
Agosto: Hongo pata de pájaro, hongo trompetas, hongo gachupines*, hongo enchilado, hongo pancita, hongo oreja de puerco, hongo clavitos, hongo tablitas, hongo pata de pájaro roja y hongo hueso.
Septiembre: Hongo trompetas, hongo gachupines*, hongo mazorca, hongo enchilado, hongo clavitos y hongo tablitas.
Octubre: Hongo gachupines*, hongo mazorca y hongo tablitas.
Noviembre: Hongo mazorca.
Diciembre: Hongo mazorca.

* Disponible todo el año porque se almacena.

para el sendero de monte serán 4 grupos/día. El total de grupos que se pueden tener según la CCT es de 12, pero un factor limitante son las cocinas Matlatzincas en las que se alimenta a los visitantes y se les dan a conocer los productos de temporada, sólo se tienen 4 cocinas identificadas para prestar estos servicios. Por lo que sólo se pueden tener 4 grupos por día. Ello implica que se está dentro de la capacidad de carga aceptable e incluso que la propuesta podría extenderse a más familias interesadas en ofertar sus servicios.

Impacto ambiental

Se calcularon algunos impactos ambientales mediante una matriz de causa-efecto que tiene un valor puramente didáctico y esquemático, pues ca-

CUADRO 7. Resultado de Capacidad de Carga Efectiva

Capacidad de Carga Turística (CCT)	Sendero de terreno y ladera		Sendero de Monte	
Capacidad de Carga Física (CCF)	3500	visitas/día	4123	visitas/día
Capacidad de Carga Real (CCR)	696	visitas/día	350	visitas/día
Factor Social (FCsoc)	0.5614	unidad	0.5614	unidad
Factor de Erodabilidad (FCero)	0.7020	unidad	0.4587	unidad
Factor de accesibilidad (FCacc)	0.7020	unidad	0.4587	unidad
Factor de cierres temporales (FCct)	0.9091	unidad	0.9091	unidad
Factor de precipitación (FCpre)	0.7913	unidad	0.7913	unidad
Capacidad de Manejo (CM)	82.14%	Porcentaje (%)	82.14%	Porcentaje (%)
Capacidad de Carga Efectiva (CCE)	571	visitas/día	287	visitas/día

rece de precisión temporal en la evaluación de los impactos ya que sólo pudo aplicarse en el momento en que se desarrollaron los Laboratorios Sociales de Turismo Rural.

Dentro del factor “características físicas y químicas” a nivel de “procesos” se observa que la “compactación” tiene efecto negativo en la alteración de cubierta terrestre, ya que es posible que las personas se salgan del sendero, esto se corrige con las actividades de control de erosión, sembrando plantas silvestres como barreras vivas, las cuales también mejoran la filtración de agua y oxigenación.

Dentro del factor “fauna” se observa que en la acción de ruidos y vibraciones tiene efecto negativo, debido al recorrido de los visitantes y las explicaciones interpretativas que se imparten en el sendero, que pueden afectar la distribución y bienestar de los animales silvestres. Para reducir este efecto se deben seguir las “normas de uso del sendero interpretativo”.

Dentro del factor “factores culturales” a nivel de “recreativos” se observa que las acciones “modificación del régimen”, “procesos” y “cambios en tráfico”; son impactos negativos. Ello implica que las relaciones entre los visitantes y anfitriones pueden inducir procesos de cambios en los patrones culturales, los cuales pueden reducirse a través de la focalización en el valor patrimonial de la cultura alimentaria matatzinca, implícita en la propia propuesta.

Dentro del factor “servicios” y “relaciones ecológicas” se observa que las acciones “cambios en tráfico” y “situación y tratamiento de residuos”; son impactos negativos. Lo anterior, se debe a que los turistas llegan a

SFO en vehículos, donde van a recorrer el SI PAM y alimentarse, lo que produce residuos. Se busca que este impacto sea el mínimo con las “normas de uso del suelo”, el “monitoreo y conservación del sendero interpretativo” y los “principios del SI PAM para un impacto ambiental positivo”.

De forma general se aprecia que el SI PAM tiene impactos positivos y negativos, pero al final se ve que la diferencia entre impactos es superior en el lado positivo. Se considera que se deben de seguir las “normas de uso del suelo”, el “monitoreo y conservación del sendero interpretativo” y los “principios del SI PAM para un impacto ambiental positivo”, para conservar las características ambientales de la comunidad.

Fase III. Guía de operación del Sendero Interpretativo

Los ingresos del sendero se tienen previstos para financiar el costo de manejo y mantenimiento del mismo, los excedentes son canalizados hacia proyectos específicos de la comunidad de SFO o mediante la distribución equitativa entre las familias, como sucede en el caso de otros proyectos productivos que operan en la zona (una gasolinera, una mina, un vivero y un aserradero).

Los guías locales son el factor clave para promover el interés por la conservación entre los visitantes, a través del fomento para que utilicen los establecimientos de alimentos, bebidas y artesanías. El administrador del sendero tiene la función de trabajar con la comunidad en la planificación de formas sustentables para aprovechar los flujos turísticos. Todo ello bajo un modelo de “Gestores comunitarios del patrimonio agroalimentario matlatzinca”.

Se utilizó como guía para la administración el documento Programa de conservación y manejo del Parque Matlatzinca, elaborado por Leticia Bermúdez Rodríguez (2011). El cual tiene el aval de la Dirección de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Toluca.

El total de costos para establecer el SI PAM es de US\$33,368.00. Dicho cuadro muestra que el costo de recuperación es de US\$27,072.00 esta es la cantidad que se debe de cubrir con el dinero que ingresa de los visitantes; al agregar el 30% de rentabilidad tenemos US\$ 35,194.00; para cubrir el costo de recuperación y 30% de rentabilidad se necesitan 2,228 visitan-

tes al año, equivalente a 149 grupos de 15 personas al año y 3 grupos por semana durante un año; se asume un precio de US\$15.80 por recorrer el SI PAM y se agrega US\$3.16 de alimentación, dando un precio total de US\$18.96; por medio de una encuesta aplicada a visitantes potenciales, el número de habitantes del Estado de México y el Quintil IV, se calculó que 431,368 personas del Estado de México pueden ser visitantes potenciales del SI PAM (López-Mathamba, 2015; p. 209).

Además, se propone que se puede pedir apoyo económico a CDI, bajo el tipo de apoyo de “turismo de naturaleza”, en la clasificación de “proyecto de continuidad”, por concepto de gasto en “infraestructura y equipamiento”, con el objetivo de “financiar el desarrollo de sitios de turismo de naturaleza, derivados de proyectos apoyados previamente por CDI, para este rubro se puede solicitar un monto máximo de US\$ 85,320 (CDI, 2013).

Uno de los principales retos de las comunidades rurales que deciden emprender actividades de turismo rural es el de la promoción y comercialización de su oferta turística. Al respecto, esta propuesta prevé un proceso de acompañamiento en el mediano plazo, que permita operar un aparato de promoción y comercialización de bajo costo en San Francisco Oxtotilpan. Existen estudios que demuestran que la tendencia global de promoción y consumo de destinos de turismo en el espacio rural se hace a través de centrales de reservas virtuales, páginas web y redes sociales, que operan con mecanismos de posicionamiento de los destinos turísticos en línea (Nicoletta y Servidio, 2012; Lingxu, 2014).

Conclusiones

San Francisco Oxtotilpan, actualmente está desarrollando una incipiente actividad turística a través del “Centro Cultural Matlatzinca” (CCM), con el interés de generar empleos a jóvenes y diversificar los ingresos económicos. Para lograr dicho objetivo es necesaria la creación de productos turísticos diferenciados, que generen un genuino interés por descubrir el territorio, a través de un marco interpretativo, que promueva la conservación de los recursos naturales y la cultura Matlatzinca

El SI PAM es una propuesta turística innovadora, que se caracteriza por el uso de recursos, servicios y aspectos simbólicos, intimamente ligados al territorio. Dichos aspectos se pueden presentar de forma agregada o desagregada en las visitas, a partir de nuevas formas de interpretación y apropiación del territorio. Ya que el turismo cultural permite volver a valorar productos tradicionales, enraizados en las culturas locales, y buscar la activación del territorio mediante actividades no solamente agrícolas sino también turísticas.

El paisaje y sus productos influyen en el estilo de vida y las actividades que se realizan en SFO. Lo que permite zonificar los espacios de extracción de alimentos en el terreno agrícola, ladera y monte (bosque). Para ello se desarrolló un inventario de recursos agroalimentarios, por zona y orden de importancia cultural, desde una perspectiva etnobotánica. La apropiación turística del PAM a través del turismo parte de un marco de interpretación orientado por la participación comunitaria, donde los calendarios de disponibilidad de los alimentos, el índice de importancia cultural significativa y un manual operativo son los primeros pasos para articular esta propuesta.

Con base en dicha información se pudieron proponer dos senderos alimentarios, de lo cual se aprecia la interfaz entre paisajes culturales y naturales que son apropiados a partir de la actividad turística. En términos generales, se perciben efectos tanto positivos como negativos, que más que una ambivalencia de la propia actividad turística, obligan a pensar en mecanismos de control, planeación y supervisión de los efectos reales y potenciales que esta nueva actividad puede propiciar sobre la economía, la naturaleza y la cultura.

Entre los principales beneficios de la propuesta está la valorización de la cultura matlatzinca, la transferencia de sus conocimientos a los jóvenes, la conservación de la diversidad biológica, constituir una alternativa de diversificación económica y fortalecer la seguridad alimentaria, a través del consumo de alimentos locales, con una perspectiva socialmente aceptable. Sin embargo, para que los efectos positivos prevalezcan sobre los negativos es necesario pensar en una necesaria coordinación entre la academia, el gobierno, la sociedad civil y las comunidades, para construir y reconceptuar una nueva forma de hacer turismo.

A pesar de que se detecta una aceptación inicial, de la comunidad, por las actividades turísticas y una apertura al despliegue infraestructuras en los ejidos forestales de SFO, es importante considerar que las actividades turísticas y sus dinámicas socioeconómicas pueden generar formas de rechazo y conflicto que habrá que mediar a través de procesos de negociación y consenso.

Agradecimientos

Agradecemos el apoyo de los proyectos de investigación “*Los hongos comestibles silvestres y sus escenarios turísticos. Laboratorio Social de Micoturismo*”, financiado por el programa de Investigación Científica, Innovación y Desarrollo UAEM 2014, y del proyecto de investigación: “*Evaluación de la dimensión recreativa de los hongos comestibles silvestres, su interés socioeconómico y sus perspectivas de desarrollo rural*”, financiado por Conacyt-SEP Ciencia Básica 2014.

Bibliografía

- Bermúdez, L. (2011). Programa de conservación y manejo del Parque Matlatzinca. Dirección de Medio Ambiente y Ayuntamiento de Toluca.
- Boa, E. (2005). *Los hongos comestibles silvestres. Perspectiva global de uso e importancia para la población*. FAO. Roma.
- Borboa, A. (1999), Monografía Municipal de Temascaltepec. Toluca, Estado de México. Instituto Mexiquense de Cultura.
- Chambers R. (1992). Methods for analysis by farmers: the professional challenge. Institute of Development Studies, University of Sussex, Brighton, Gran Bretaña.
- Chen, B. y Qiu, Z. (2012). “Consumers’ attitudes towards edible wild plants: a case study of Noto Peninsula, Ishikawa Prefecture, Japan”. *International Journal of Forestry Research*. Vol. 2012. 1-16.
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI),

- (2009). Cultura Matlatzinca. Obtenido el 11 de agosto de 2014, de http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=602&Itemid=62
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), (2013). Reglas de operación del programa para mejoramiento de la producción y productividad a cargo de CDI. Obtenido el 11 de agosto de 2014, de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328252&fecha=27/12/2013
- Dweba, T. P. Y Mearns, M. A. (2011) "Conserving indigenous Knowledge as a key to the current and future use of traditional vegetables". *International Journal of information Management*. 31 (6): 564-571.
- Garafoli, G. (1995). Desarrollo económico, organización de la producción y territorio, en A. Vazquez-Barquero+G. Garafoli (edits.) Desarrollo Económico Local en Europa, Colegio de Economistas de Madrid, Colecc. Economistas Libros, Madrid, España.
- García, A. (2004). Matlatzincas, Pueblos Indígenas del México Contemporáneo. México, D.F. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI).
- Geilfus F. (1997). 80 herramientas para el desarrollo rural participativo: diagnóstico, planificación, monitoreo, evaluación. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural (Sagar). México.
- Granados Flores, R. y Pérez-Ramírez, C. (2011), Alimentación tradicional y adaptación al mercado en San Francisco Oxtotilpan, México. *Culinaria Revista virtual especializada en Gastronomía*, Nueva Época, no. 1, enero/junio 2011, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) (1982). La población Matlatzinca actual. Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2014). Mapa digital de México, unidades y subunidades de suelo. Obtenido el 13 de noviembre de 2013, de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/geografia/publicaciones/guias-carto/edafo/EdafIII.pdf

- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (2010) “Catálogo de Localidades, Unidad de Microrregiones”. Sedesol, México.
- Lázaro a. (2008). “El aprovechamiento micológico como vía de desarrollo rural en España: las facetas comercial y recreativa. Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física”. Universidad Complutense de Madrid.
- Lingxu, Z. (2014). “Online Rural Destination Images: Tourism and Rurality”. *Journal of Destination Marketing and Management*. 3 (4): 227-240.
- López-Mathamba, L. A. (2015). Sendero Interpretativo del Paisaje Alimentario Matlatzinca. Tesis de Maestría. Universidad Autónoma del Estado de México. México. p. 209.
- Nicoletta, R. y Rocco, S. (2012). “Tourists’ opinions and their selection of tourism destination images: An affective and motivational evaluation”. *Tourism Management Perspectives*. 4: 19-27.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) (2014). Suelos de México. Obtenido el 7 de julio de 2014, de http://app1.semarnat.gob.mx/dgeia/informe_12/pdf/Cap3_suelos.pdf
- Secretaría de Turismo (Sectur), (2004). Guía para el diseño y la operación de senderos interpretativos. Serie Turismo Alternativo. México, D.F. 2004. Subsecretaría de Operación Turística. Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos.
- Thomé, H.; Jiménez, A. y Vizcarra, I, (2015). Turismo micológico y etnoconocimiento, escenarios de desarrollo endógeno en espacios forestales. Universidad Autónoma del Estado de México. México.

III. PROPUESTA DE PATRIMONIALIZACIÓN: QUESO AÑEJO DE ZACAZONAPAN

REBECA OSORIO GONZÁLEZ
FRANCISCO HERRERA TAPIA
BENITO ALBARRÁN PORTILLO
ROCÍO SERRANO BARQUÍN

En los últimos años el patrimonio cultural, visto desde una perspectiva turística pero sobretodo social, está cobrando importancia ya sea por la globalización o por la apertura de mercados. Esto debido a que cada día es más latente la amenaza de homogeneización de este patrimonio, particularmente presente en artesanías y gastronomía.

De ahí la importancia de valorizar los productos artesanales, ligados al terruño, al saber gastronómico, al patrimonio técnico de una sociedad local, puesto que estos productos son altamente valorados por el mero hecho de que identifican, evocan un territorio, una calidad determinada, un medio natural, pero, sobre todo, transmiten una cierta concepción de su gente, su historia y un carácter colectivo determinado (Muchnik y Velarde, s/a).

En este sentido este proceso de valorización (Velarde, 2006) forma parte de un fenómeno que tiene su expresión inicialmente en lo “local” o en la comunidad receptora, pero de ninguna manera queda restringido a este ámbito, puesto que sus alcances pueden tocar otras sociedades que, directa o indirectamente se han formado con la influencia de algún producto artesanal que tiene arraigo en un territorio dado. Dicho fenómeno es conocido como “patrimonialización”.

Mismo que responde a dinámicas de preservación y adaptación. Que para el caso que nos ocupa en esta investigación fue utilizado como estrategia de preservación y renovación; como mecanismo de concientización

y como medio de promoción. A la par el enfoque de patrimonialización sirvió como herramienta metodológica.

El proceso de patrimonialización enfocado en un producto agroalimentario ha tenido gran aceptación y éxito sobretodo en España, Francia y Argentina, con trabajos como el de Espeitx (1996, 2008 y 2009); Muchnick y Velarde *et. al.* (s/a); Velarde y Daniele (2006); Casabiac y Linck (2004); Velarde (2006 y 2012); Barrera (2009 y 2012); Barrera y Bringas (2008) y Bustos (2004).

Para el caso México, existen estudios, enfocados en un producto muy peculiar y con gran arraigo territorial, como es el caso del Queso Cotija, de la región Cotija Michoacán, llevados a cabo principalmente por el Dr. Esteban Barrágan (2015 y 2016) quien en colaboración con investigadores franceses han propuesto que la patrimonialización se da mediante formas o dispositivos de protección como Indicaciones Geográficas (IG), Denominaciones de Origen (DO) o Marcas Colectivas (MC), ello de acuerdo con el enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados(SIAL).

Aunque para la presente aportación, se utilizó el concepto de patrimonialización, usado en la comunidad de antropólogos, los cuales mencionan que la patrimonialización consiste en un proceso que da como resultado apropiación, activación, gestión y renovación de patrimonios, es decir de memorias colectivas, que pueden ser tangibles o intangibles como el saber-hacer. A la par este proceso también permite añadir valor a una serie de prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y habilidades.

En este entendido se realizó un trabajo de investigación cuya problemática obedece, a la pérdida de la producción del queso añejo en el municipio de Zacazonapan, producción que posee aproximadamente 150 años de ser llevado a cabo por sus queseras; mismas que en la actualidad asciende a 42 productoras de acuerdo con información proporcionada por la población local, mediante la aplicación de entrevistas.

Donde el problema de la pérdida de la producción quesera salta a la vista, cuando el trabajo de campo muestra que las queseras tienen una edad promedio de 50 a 70 años y no existe interés de la población joven para continuar con esta tradición.

Por tal motivo la propuesta de mostrar el proceso de patrimonializa-

cion con autoría de la española Elena Espeitx (2008: 45-60) cobra especial relevancia.

Patrimonialización

Durante las últimas décadas hemos asistido a una segunda ola de patrimonialización de la cultura coincidiendo con la radicalización de la modernidad (desterritorialización y homogeneización). En dicho proceso el patrimonio ha sufrido una serie de transformaciones, y entre ellas destaca tanto una tendencia hacia la patrimonialización de la cultura, como una universalización y democratización de su enunciado. Desde el siglo XIX, donde aparece por primera vez definido, hasta el siglo XXI, podemos decir que el patrimonio ha ido ganando de forma progresiva amplitud en su formulación. Entre las mutaciones sufridas podemos señalar el paso de un patrimonio formado exclusivamente por recursos tangibles y materiales a un patrimonio que engloba, de igual modo, los recursos intangibles e inmateriales (Moscusi y Santamarina, 2008:127).

De ahí que diversos grupos de la sociedad civil (minorías étnicas y religiosas, movimientos contraculturales) ha iniciado por su cuenta diversos procesos de activación patrimonial, con el objeto de resaltar determinados valores culturales de bienes, sitios o prácticas que les permitan afirmar su identidad social y/o modificar su posición subordinada y desigual en la sociedad, incluso en el contexto de operaciones de denuncia de situaciones de invisibilidad, discriminación y exclusión social (sin dejar de lado los aspectos económicos asociados). Por su parte, los propios estados, impulsados por las políticas globales en las que han intervenido organismos internacionales de la cultura como la UNESCO, promueven con diferentes suertes y diversos motivos estos procesos de patrimonialización (Álvarez y Medina, 2008:13).

La patrimonialización se ha dado principalmente porque la mundialización de la cultura pauta por la ausencia de referentes de identidad, estabilidad y continuidad, y existe una amenaza latente de una ruptura y desaparición de los recursos culturales. En esta batalla de percepciones incluso la comida parece testimoniar la confusión y la pérdida de puntos

de referencia sociales y culturales: así como en el pasado represento la expresión cultural más inmediata de cada conjunto social, pueblo y comunidad, la comida sin sabor, color ni creatividad heredada de la expansión de la industria agroalimentaria, se asume como símbolo del vacío del tiempo presente. Donde diversos autores han señalado la emergencia de un sentimiento nostálgico, con relación al pasado, encaminándose al desarrollo de una cierta industria de la nostalgia, en que las manifestaciones del pasado son rescatadas, inventadas, idealizadas, destacadas y estimadas mediante procesos de asignación de valores que incluyen la patrimonialización de la cultura y su transformación en recurso (Álvarez, 2008: 40)

Pero los movimientos de patrimonialización —construcción social del patrimonio— se rigen por unos mecanismos complejos: la patrimonialización supone algo más que rescate y conservación; suma procesos de selección, fragmentación, descontextualización, modificación de usos y funciones, adaptación y reinterpretación, orientados por el papel que se va a atribuir a ese patrimonio, por el espacio que va a ocupar y por los intereses de agentes e instituciones diversas (Espeitx, 2008).

Patrimonialización alimentaria

Los alimentos caracterizados como “productos tradicionales”, “productos típicos” o “productos de la tierra” y ciertos conjuntos de elaboraciones designadas como “platos típicos” o “platos regionales” también son fruto de una construcción social y conforman un patrimonio “activo” (no congelado) vinculado a un territorio y tensionado entre la permanencia y la innovación, en tanto constituye un complejo modificable por la acción continua de apropiaciones, intercambios, adaptaciones, nuevas preferencias alimentarias, prácticas de consumo e interpelaciones de la dimensión identitaria (Álvarez y Sammartino, 2009 :162-163)

En este sentido la patrimonialización alimentaria incluye aquellas expresiones de la cocina regional o local que pueden demostrar una fuerte vinculación con un territorio determinado, en un periodo de tiempo largo (enraizada en la historia local) y asociado a un conjunto de conocimientos, de saberes y de prácticas específicas (Espeitx, 2004: 196-198).

Donde el proceso de patrimonialización permite que un determinado recurso pase a formar parte del patrimonio vivo, este proceso que puede variar de un lugar a otro, según sean las condiciones que se presenten, se suele dar en unos mismos pasos, aunque no siempre se den todos ni en el mismo orden: inventario, selección, recuperación, invención, construcción, delimitación territorial y refuerzo del vínculo territorial, diferenciación, identificación y promoción (Espeitx, 2008:45-50).

Zona de estudio: Zacazonapan

El municipio de Zacazonapan limita al norte con Otzoloapan, al sur con Tejupilco; al este con Temascaltepec y Valle de Bravo y, al oeste con Otzoloapan. Algunas de sus localidades son La Alcantarilla, La Cañada, El Potrero, Santa María, Tizapa y Cerro Pelón.

Zacazonapan es reconocido por la elaboración de queso enchilado, el origen de este queso no es conocido, pero se estima que su saber -hacer tiene más de 150 años de existencia. Se tienen evidencias del cura José Castillo y Piña el 3 de febrero de 1941, quién al pasar por el jacal del señor Ambrosio Sánchez, narró: decíanme que eran felices y que tenían

IMAGEN 1. Croquis de localización, municipio Zacazonapan



Fuente: Elaboración propia.

120 vacas de buen producto y que con la leche hacían exquisitos trocitos de queso riquísimo, exquisito¹ y del que tenían grandes cantidades en marquetas.

La siguiente imagen (2) muestra una lista de las personas, que elaboran queso en el municipio, la mayoría son mujeres y sus esposos son los que comercializan el queso.

IMAGEN 2. Queseras. Listado de productores del queso añejo

15.	Anita Jaramillo	29.	Margarita Vargas Jaramillo
16.	Rafaela Ruiz	30.	Amelia Cabrera
17.	Maura Villafaña	31.	Elfega de Paz
18.	Agustín Arroyo	32.	Guadalupe Lujano
19.	Domingo Villafaña	33.	María Jaramillo
20.	José Villafaña	34.	Enedino Jaramillo
21.	Nino Villafaña	35.	Rodolfo Lopez Mejía
22.	Alicia Santana	36.	Julian Villafaña
23.	Veda Cruz	37.	Agustina Arroyo
24.	Lidia Mejía	38.	Ilda Arroyo Mejía
25.	Hilda	39.	Graciela Rivera Lujano
26.	Elodia Villafaña	40.	Estela Cardozo Mejía
27.	Silvina Cruz	41.	Obdulia López Cabrera
28.	Abel Arroyo	42.	Benita López Mejía

Fuente: Elaboración propia.

Los lugares donde se produce el queso añejo en Zacazonapan, se distribuyen tanto en la cabecera municipal donde existen el mayor número de productoras, como en sus comunidades.

También se elabora queso fresco, ambos (queso fresco y enchilado) llevan el mismo proceso de elaboración. El queso fresco se consume inmediatamente después de su elaboración, y el añejo desde 20 días hasta con 3 meses o un año de maduración.

Producción de queso añejo

¹ José Castillo y Piña. Siluetas del Estado de México. pp. 221-222 citado en Albarrán *et.al* 2011:167.

Es un queso que se elabora con leche bronca de vaca, en varias localidades del municipio de Zacazonapan y en la cabecera municipal; es cubierto con una capa de chile huajillo molido, después de los dos o tres meses de elaboración. Este queso es uno de los pocos quesos mexicanos de sabor y olor fuertes, es muy común utilizarlo como complemento, adobo, realce y salazón para muchos platillos.

La elaboración de queso en el municipio se realiza en forma artesanal en pequeñas queserías que pueden ser un cuarto anexo a la vivienda, destinado exclusivamente para la producción de queso, o bien la cocina. El queso es producido durante todo el año, aunque la mayor producción es estacional, durante la época de lluvias, por la disponibilidad de grandes cantidades de pasto natural consumido por las vacas, el cual aumenta la producción de leche, además de que la humedad relativa de la época permite orear y madurar el queso a temperatura ambiente en percheras (carrizos armados a manera de tabla, la cual se cuelga al techo, usados para guardar y escurrir quesos).

Las queseras comenta Doña Juana Rebollar (2011), trabajan para sostener el hogar y los estudios de los hijos, con ayuda de sus maridos, algunos de los cuales son ganaderos. La venta del queso es su única o principal fuente de ingresos, aunque otras actividades económicas complementarias son la ganadería o el comercio principalmente.

Aspectos metodológicos

El estudio se desarrolló en dos etapas. En la primera, se describieron y validaron los diferentes pasos del proceso de patrimonialización de acuerdo a Espeitx (2008): inventario, selección, recuperación, invención, construcción, delimitación territorial y refuerzo del vínculo territorial, diferenciación, identificación y promoción. Para ello se buscó que el encuestado respondiera a 12 preguntas con la finalidad de justificar el arraigo territorial que tiene el queso añejo en el municipio, la herencia cultural que representa su producción, la profundidad histórica y la localización territorial de la producción, así como la reputación del queso en términos de calidad, a la par de validar la propuesta de patrimonialización.

En la aplicación de la encuesta se utilizó un Muestreo por Conglomerados utilizado cuando los individuos de la población constituyen grupos naturales o conglomerados. La unidad muestral es el conglomerado (unidades amplias y heterogéneas que representan a la población) y no los individuos. La selección aleatoria se aplica a los conglomerados y no a los individuos que los componen: La población se divide en grupos o conglomerados, luego se seleccionan aleatoriamente y por último los sujetos de los conglomerados constituyen la muestra (Bolaños, 2012:14-18).

De ahí que la población de Zacazonapan se dividió en cuatro conglomerados, con el fin de dar representatividad a los distintos grupos que la integran, tal y como se observa en la tabla 1.

La recogida de datos se realizó tanto en la cabecera municipal como en 8 de las 12 comunidades que son parte del municipio. El número total de encuestados fue de 140 personas.

Para la fase de diferenciación se utilizó el estudio realizado por Hernández *et. al.*(2011) y la Universidad de Chapingo sobre las características fisicoquímicas de la leche usada para la elaboración del Queso Añejo de Zacazonapan y los parámetros de fabricación así como su Sistema Agroindustrial (SAI).

La segunda etapa del trabajo se centró en el último paso del proceso de patrimonialización, la promoción, donde se aplicaron entrevistas a profundidad a los ganaderos y queseras, con el objetivo de conocer el grado de participación en la operación de la ruta. En ésta etapa, se diseñó una ruta del queso añejo, para la cual se tomó el enfoque de Ernesto Barrera (2009 y 2012). Según este autor, es preciso establecer un producto como la columna vertebral de la ruta, pero dicho estandarte turístico debe ser complementado con otros atractivos. Para este diseño se siguieron 3 fases:

Fase I: Se utilizó el formato del manual de Rutas Alimentarias Argentinas, que forma parte de un Proyecto de Valorización de los Alimentos Regionales Argentinos propuesto por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de Argentina (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación SAGAPA, 1999; 51). En su esquema, que se presenta en el apartado de procesos de evaluación

TABLA 1. *Caracterización de los conglomerados*

<i>Conglomerado</i>	<i>Universo/ Muestra</i>	<i>Características</i>	<i>Importancia en la investigación</i>
Trabajadores del H. Ayuntamiento	11 personas	Servidores públicos que son jefes de áreas, en este caso regidores.	Son ellos quienes directamente o en consenso con el presidente municipal, definen las líneas de actuación en el municipio.
Estudiantes	57 personas	Tres grupos del último grado de preparatoria. Son alumnos que están por egresar del nivel medio superior y algunos de ellos ya no continúan estudiando por cuestiones económicas, en este sentido se dedican al campo o alguna actividad económica del municipio.	El principal motivo para aplicar los cuestionarios a este grupo es porque son los jóvenes, los que pueden continuar con la producción del queso y pueden llevar a cabo propuestas de patrimonialización del queso añejo. De ahí, la importancia de conocer qué piensa este sector sobre la producción del queso, y qué proponen para conservar y preservar dicha tradición. Algunas propuestas manejadas en la parte de invención, responden particularmente a sus inquietudes. Esta dinámica de aportación y participación puede incentivar a la población joven a ser partícipe la tarea de patrimonialización y rescate de las tradiciones y costumbres del municipio.
Profesionistas o personas con alguna especialidad o posgrado	8 personas	Ocho profesionistas, dicho número es representativo puesto que en el municipio existen 15 personas con posgrado (INEGI, 2010).	Se eligió este grupo por la preparación y visión académica con la que cuentan, puesto que pueden ayudar a proponer o ejecutar alternativas que permitan preservar la producción del queso en el municipio.
Trabajadores en general	13 personas	No tiene una relación directa con la producción del queso, pero saben que existe y lo consumen.	Era importante saber qué opinaban sobre la producción y sus mecanismos de protección, pero también tener una posición neutral sobre el tema de la producción del queso o la patrimonialización
Oficios de la comunidad	51 personas	Ganaderos, ama de casas, comerciantes y agricultores	A este grupo pertenecen los proveedores de materia prima en la producción del queso, así como a las personas que venden y lo elaboran.

Fuente: Elaboración propia con base en Bolaños, 2012.

del proyecto, se valoran los productos en función de 10 variables, de las cuales se tomaron en cuenta 8 para el desarrollo de esta ruta: representatividad, generación de empleo, ventajas comparativas, imagen frente al mercado, antecedentes históricos, prioridades de desarrollo, intereses de productores y oferta y demanda gastronómica (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación Sagapa, 1999; 52-53). Una vez que se validó el queso como producto representativo de la ruta mediante la aplicación de este formato a 140 personas utilizando el muestreo por conglomerado, se ordenaron y clasificaron los lugares, recursos, objetos y acontecimientos de interés turístico de Zacazonapan. Se siguió el modelo propuesto por el Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional en Perú (Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú, 2006) y el método OEA-CICATUR, para la descripción y análisis de la oferta de atractivos turísticos. A partir de esto se elaboró un catálogo de recursos turísticos.

Fase II: Se jerarquizaron los recursos turísticos, de acuerdo con el promedio o índice de jerarquización de los recursos naturales y culturales. Esta última es una aportación propia, ya que no existe una jerarquización para recursos sólo para atractivos.

Fase III: Se diseñó el mapa de la ruta, el itinerario y finalmente el logo, que es un distintivo de la ruta.

Resultados

Los principales resultados obtenidos durante el trabajo de campo se organizaron en subapartados: patrimonialización del queso añejo, validación de la propuesta de patrimonialización, acciones para la patrimonialización, recuperación, reconstrucción e invención, diferenciación y promoción.

Patrimonialización del queso añejo

Las queserías donde se produce el queso añejo en Zacazonapan se distribuyen tanto en la cabecera municipal, donde existen el mayor un número de productoras, como en sus comunidades. En éstas, la producción del queso es parte de las costumbres, tradiciones y formas de vida de la población, como señala el 97 % de los encuestados (Imagen 3). Lo que indica que efectivamente el valor patrimonial de la producción del queso deriva de su capacidad como referente de un modo de vida. Las personas argumentan —en algunas opiniones rescatadas después de la aplicación de la encuesta— que la producción del queso añejo o enchilado es lo que los distingue de otros municipios del Estado de México y afirman que es un motivo de orgullo para ellos. Asimismo manifiestan que esta actividad es una manera de difundir la cultura: es parte de la alimentación del pueblo; de la esencia y del trabajo del mismo, que se ha transmitido de generación en generación. No es sólo una manera de ganarse la vida, es también una forma de vida.

La producción del queso añejo presenta también vinculación territorial y profundidad histórica, como evidencia la respuesta al cuestionario

IMAGEN 3. *Producción del queso añejo*



Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo, 2013.

de la encuesta. El 99 % de las respuestas son afirmativas, en el sentido que este producto se identifica y se vincula estrechamente con un territorio determinado. Tal y como menciona Espeitx (2004 y 2008), Fumey y Etcheverría (2004) Álvarez y Sammartino (2009) así como Bessiére (2001).

Sin embargo, la producción del queso prácticamente está por desaparecer, como señalan 70 % de los encuestados. No obstante, hubo personas que contestaron que no existía tal riesgo de pérdida, la mayoría estudiantes de 15 a 18 años. Esto supone, por un lado, que los jóvenes no están informados o no les preocupa lo que sucede con sus tradiciones. Por el otro, evidencia el hecho de que la mayor parte de la población joven del municipio de Zacazonapan no participa en la producción de queso. Esto deja tareas importantes tanto para el municipio como para las familias, en el sentido de concientizar, enseñar y motivar a las nuevas generaciones a que valoren, conozcan y continúen con esta tradición.

Otro aspecto a considerar de cara a la patrimonialización es la reputación de un producto, el reconocimiento consensuado de su calidad, es decir, que las características organolépticas sean percibidas diferenciadas y valoradas.

Para evaluar la reputación del producto, se centró la atención en las preferencias del consumidor a la hora de elegir el queso añejo. El resultado de la encuesta es que 96 % manifiestan su preferencia al consumir el queso añejo de Zacazonapan por características ligadas al sabor, hechura, forma, o por razones referentes al terruño (Imagen 4).

Validación de la propuesta de patrimonialización

Una vez que se evidenció la conveniencia de poner en marcha un proceso de patrimonialización del queso añejo, el siguiente paso era validarlo de acuerdo a la propuesta metodológica mencionada anteriormente. Para ello, se planteó una pregunta en la encuesta, relativas a si les gustaría que se hiciera algo para la conservación y preservación del queso añejo. Más del 93 %, 131 personas, contestaron que sí, es decir, manifestaban estar interesadas en el proceso.

En este sentido en la encuesta se planteó la opción de dar sugerencias

IMAGEN 4. Razones para elegir el queso añejo



Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo, 2013.

para el proceso de patrimonialización, donde se destacan propuestas, que van, desde apoyar a los ganaderos, capacitar a los productores en la comercialización del producto, construir pequeñas empresas de queso añejo, hasta enseñarles a los jóvenes a elaborar el queso añejo o desarrollar el turismo en el municipio, para dar a conocer la tradición quesera. Además se pone de manifiesto la necesidad de mayor equipamiento, tecnificación para el proceso, métodos de conservación, comercialización y difusión del producto. También se plantea la conveniencia de constituir una asociación entre productores ganaderos y una asociación del queso, para proponer una denominación de origen o una marca colectiva, así como apoyo económico. Otros encuestados manifiestan el deseo de transmitir la tradición a los hijos.

En este tenor, se les preguntó a los encuestados sobre la patrimonialización y si estarían de acuerdo con ella, así como si les gustaría ser parte de este proceso: el 86 % contestó que la patrimonialización favorecería el resurgimiento de la producción quesera y 85 % estaría de acuerdo con este proceso. Sin embargo, sólo el 75 % participaría directamente en la patrimonialización (Imagen 5).

IMAGEN 5. Participación en el proceso de patrimonialización



Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo, 2013.

Acciones para la patrimonialización

Las sugerencias mencionadas en el apartado siguiente (recuperación, reconstrucción e invención) por parte de los encuestados comulgan con el proceso de patrimonialización, pero para que sean viables también deben ser apoyadas, muy en particular por organismos gubernamentales nacionales o internacionales. Estos deben cambiar sus enfoques, en el sentido de no imponer las declaratorias de patrimonio sino apoyar las que nacen desde las mismas comunidades. Esto no sólo daría un sustento firme a los procesos de patrimonialización sino que permitiría la continuidad y la vida, es su sentido más literal, del patrimonio. Esto consentiría que el patrimonio, especialmente el intangible, al ser parte de la identidad de las sociedades en las que existe, pueda partir de lo local, de la comunidad originaria o receptora y que dicho patrimonio sea cobijado con la patrimonialización nacida en la población, más que fruto de imposiciones externas.

Recuperación, reconstrucción e invención

Siguiendo a Espeitx (2008) en la parte de recuperación, reconstrucción e invención, se propuso realizar algunos ajustes en el proceso de producción quesera, en aspectos como higiene y sanidad, dirigidos a todos los factores que directa o indirectamente afectan la sanidad y limpieza en el proceso productivo. Sin embargo esta etapa no solo se limita a la producción sino también a la reconstrucción y recuperación del legado en la producción del queso, a través del museo y la concientización en la población joven, de ahí que se propone en:

- Instalaciones, prestar especial atención a la accesibilidad, visibilidad y decoración del establecimiento donde se elabora y se vende el queso.
- Campañas de concientización y sensibilización, que favorezcan que la población joven valore la producción del queso añejo.
- Asociación e insumos, puesto que si se construyen lazos de cooperación entre ganaderos y queseras, se reducen los problemas en abasto de materia prima y venta del producto.
- En el proceso de elaboración no se hicieron cambios significativos, ya que la calidad y la especificidad del producto está garantizada con su saber-hacer y con las condiciones del entorno. Sin embargo si se da prioridad al uso de cuajo natural por cuestiones de salud.
- Museo y centro de interpretación. Los museos son espacios ideales para la valoración del patrimonio cultural pero también como recurso turístico. Se considera viable la construcción de un espacio museístico donde existan exposiciones permanentes relacionadas con el queso.

También se propone la habilitación de una oficina de información turística pues existe un vacío de información en este sentido, así como de señalética, ya que hay una ausencia total de referentes que permitan a los turistas o consumidores llegar a las queserías. Por ello se propuso colocar un mapa señalando la ubicación de las queserías y algunos lugares de interés turístico, así como la localización de restaurantes y hoteles presentes en el municipio.

Diferenciación

La etapa de diferenciación se fundamenta en los estudios realizados por la Universidad de Chapingo, que concluyen que el queso añejo de Zacazonapan posee ciertas especificidades propias. Es de forma rectangular con una superficie convexa, su peso varía de 1 a 8 kg, aunque los bloques de 1, 1.5 y 2 kg son los más comunes. Presenta valores de humedad en el rango de 30 a 40 %, entre 25 y 33 % de grasa, entre 28 y 30 % de proteína, de 2.0 a 2.8 % de sal, y un pH de 5.1 a 5.4. Las principales cruces de razas de ganado vacuno observadas en la región son el Pardo Suizo Europeo y Americano con Cebú, Holstein con Cebú y Charolais con Holstein, también existen en menor proporción las razas Cebú, Charolais, Gyr, Simmental y el ganado criollo de la región (Hernández et al., 2011). Durante el verano o época de lluvias, el ganado consume exclusivamente la pastura natural encontrada en los potreros. Durante el resto del año, la época de estiaje, la alimentación del ganado se complementa con concentrados y granos.

Promoción: ruta del queso añejo

La propuesta de promoción está enfocada en el diseño de una ruta turística, misma que busca agrupar en su trayecto recursos turísticos propios del municipio.

El diseño y organización de la ruta del queso añejo, está basada en la perspectiva de turismo rural congruente con el modelo propuesto por Barrera (2009 y 2012), mismo que propone que un producto —en este caso alimenticio— sea la columna vertebral de la ruta, pero que dicho estandarte turístico debe ser complementado con otros atractivos. Esto permite que se dé un efecto multiplicador en la economía de las entidades y a su vez es punta de lanza para el desarrollo territorial en el municipio beneficiado. Asimismo, este enfoque de ruta diseñada con un sólo producto estrella (queso añejo), no sólo permite atraer la atención de los turistas hacia este producto o atractivo, sino que también repercute positivamente en el resto de recursos turísticos que lo complementan. Di-

cho producto alimenticio permite una paulatina integración de los recursos turísticos en el territorio, pero sobre de la oferta turística a la propia ruta.

En el díptico (Imagen 6), se muestra la ruta del queso añejo, acompañada del itinerario a seguir y de los principales recursos turísticos inclui-

IMAGEN 6. Díptico de ruta y mapa de la Ruta del Queso



Fuente: D.G Fernando Nava La Corte

dos en dicha ruta (Presa San Andrés, Potreros, Queserías, Guacamayas, Ex Hacienda Santa María y la Iglesia).

Los actores que podrían operar esta ruta son básicamente las que-
seras y seis ganaderos, que en entrevista previa mostraron su interés en esta
propuesta y que posteriormente, en trabajo de campo con entrevistas a
profundidad, estuvieron de acuerdo en participar en la puesta en marcha
de la ruta. Existen otros actores, como los dueños de los restaurantes y
hoteles, que podrían formar esta propuesta, puesto que siempre mostraron
interés y colaboración en la investigación.

Conclusiones

Existen vacíos de herramientas metodológicas para la construcción de
rutas, para la calificación y validación de la mismas, en el sentido de los
productos alimenticios que pueden ser usados para formar parte de una
ruta particularmente para el caso México, asimismo en la parte de for-
mulación de inventarios no hay una cédula que sea adecuada para califi-
car y evaluar el potencial de un recurso (aportación propia), pues la ma-
yoría de metodologías están pensadas en los atractivos (recurso que
recibe visitantes). A la par, si bien se describe el proceso de patrimoniali-
zación, no existen herramientas metodológicas que permitan desarrollar
cada etapa del proceso. Sin embargo, estos sesgos de información moti-
van a seguir en esta línea de investigación porque permiten buscar, leer,
analizar, documentarte y proponer nuevas formas de llevar a cabo las ta-
reas antes mencionas. Pero además, al descubrir estos vacíos se está dan-
do pauta a que se tomen en cuenta estos campos fértiles, que necesitan
ser analizados quizás con nuevas herramientas, nuevos enfoques o con
grupos transdisciplinarios e interdisciplinarios. Y con ello construir he-
rramientas más acordes y efectivas para el estudio de fenómenos sociales
tan interesantes como el turismo, una disciplina que ya debería encontrar
su lugar en la ciencia.

En el caso particular del estudio, cabe concluir que la producción del
queso añejo es parte de la identidad y del terruño de los zacazonepenses.
Se trata de una actividad transmitida por los padres o abuelos, que forma

parte de la vida diaria, de la gastronomía y de la niñez de la población local. Es una costumbre que en la mayoría de hogares se realiza en época de lluvias, como una forma de aprovechar el excedente de leche, pero también es una actividad social compartida.

Además, esta producción es importante porque la venta de quesos para algunas queseras, sobre todo las que venden todo el año, significa una actividad económica redituable. Ésta les ha permitido construir sus hogares, dar estudio a sus hijos, adquirir bienes, comprar ganado y contribuir al sustento familiar.

Las rutas alimentarias son una estrategia para impulsar el turismo y el desarrollo territorial. La Ruta del Queso Añejo ha sido diseñada y pensada como una forma de promoción del queso que puede, además, generar sinergias positivas, estimular la producción local y contribuir a que turistas, organismos públicos o privados, así como instituciones educativas y comunidad receptora valoren el patrimonio intangible que está presente en Zacazonapan. El turismo proporciona terreno abonado para la valoración de los patrimonios gastronómicos locales, y éstos pueden ser instrumento eficaz para el desarrollo de esta actividad en un territorio dado.

Todo lo anterior redundaría para que ese patrimonio intangible tan apreciado en el territorio de Zacazonapan siga vivo, con valor de uso y sentido identitario, mediante una estrategia de renovación como puede ser la patrimonialización.

Bibliografía

- Albarrán Portillo, B., Rebollar Rebollar, S. y García Martínez, A. (2011) Un enfoque del sistema agroalimentario localizado (SIAL). El caso del queso refregado de Zacazonapan, Estado de México. *INCEPTUM*, Vol. VI, No. 10. Enero-Junio, 2011. 167-168.
- Álvarez, M. (2008) El patrimonio ya no es lo que era. Los recursos alimentarios entre la diferencia cultural y la desigualdad social. En Álvarez, M. y Medina, X. (Eds.) (2008) *Identidades en el plato*. Barcelona: Icària

- Álvarez, M. y Medina, X. (Eds.) (2008) *Identidades en el plato*. Barcelona: Icària
- Álvarez, M. y Sammartino, G. (2009) Empanadas, tamales y carpaccio de llama: Patrimonio alimentario y turismo en la Quebrada de Humahuaca-Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 18, núm. 2, abril, 2009, pp. 161-175. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Argentina.
- Ariño Villarroya, A. (2010) *La patrimonialización de la cultura y sus paradojas postmodernas*. Universitat de València.
- Arroyo Pedraza, E. J. L. (1999) *Monografía municipal*. Instituto Mexiquense de Cultura, Asociación Mexiquense de Cronistas Municipales, A.C.
- Ballart, Josep (1997) *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Barcelona: Ariel.
- Barragán López, E. (2016) Entre oportunidades y obstáculos. Lo que devela el proceso de inserción del queso Cotija artesanal en la economía formal. *EntreDiversidades. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, Núm. 7 (2016)
- Barragán López, E. y Ovando Flores, P.H. (2015) Gestión cultural de un producto artesanal: queso cotija región de origen. Segundo Encuentro Nacional de Gestión Cultural. [En línea]: <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/247/2ENG011.pdf?sequence=1> (Consulta 07 de agosto, 2017)
- Barrera, E. (2009) Módulo 4 las rutas alimentarias. Posgrado de alta dirección en turismo rural. Universidad de Buenos Aires.
- Barrera, E. (2012) Manual: Séptimo curso internacional de rutas y turismo del vino. Área de Turismo Rural, Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.
- Barrera, E. y Bringas Alvarado, O. (2008) Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. *Scienze Gastronomiche - Università degli studi di Scienze Gastronomiche* N 8 - Mayo 2008. 3-4
- Bérard, L. y Marchenay, P. (2004) *Les produits de terroir, entre culture et règlements*. Paris: CNRS.

- Bessière, J. (1998) *Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas*.
- Bessière, J. (2001) *Valorisation des patrimoines gastronomiques et dynamiques de développement territorial*. Paris: L'Harmattan.
- Bessière, J. (2012) *Innovation et patrimoine alimentaire en espace rural*. Versailles:Quae.
- Blanco M. y Hernando Rivero S. (2003) El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local: documento técnico / Hernando Riveros S. , Marvin Blanco M.-Lima: IICA: PRODAR, 2003. 33 p.; (Serie Documentos de Trabajo / PRODAR.
- Boccaletti, S. (1992) "Il ruolo delle produzioni tipiche e delle denominazioni d'origine nella salvaguarda della competitività delle produzioni agro-alimentare italiane" *Quaderni della Rivista di economia agraria*, 18: 217-231.
- Bolaños Rodríguez, E. (2012) *Gestión Tecnológica, Estadística para el Desarrollo Tecnológico, 3er Semestre: Muestra y Muestre*. Escuela Superior de Tizayuca Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Bullón R. C. y Bullón D. (2008) *Turismo Rural. Un enfoque global*. México Trillas.
- Bustos Cara, R. (2004) Patrimonialización de los valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. *Revistas Aportes y Transeferencias*.Vol.8 Num.002
- Casabianca F. y Link T.(2004). La calificación de los alimentos como proceso de patrimonialización de los recursos territoriales. Congreso Toluca, México.
- Contreras, J., Cáceres, J. y Espeitx, E. (2003) *Productes de la terra*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Espeitx, E. (2008) Los sentidos del patrimonio alimentario en el sur de Europa. En Álvarez, Marcelo y Medina, Xavier (Eds.), *Identidades en el plato* (pp.45-60). Barcelona: Icària
- Espeitx, E. (1996) Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra. *Agricultura y Sociedad*, 80-81: 83-116.

- Espeitx, E. (2004) Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2): 193-213.
- Fabre, D. (1993) *Une culture paysanne*. Paris:Seuil.
- Fumey, G. y Etcheverria, O. (2004) *Atlas mundial des cuisines et gastronomies*. Paris: Autrement.
- H. Ayuntamiento de Zacazonapan (2009-2012).Plan de Desarrollo Municipal.
- Hernández Llosas, M. I. (2002) Patrimonio cultural y desarrollo sostenible en la Quebrada de Humahuaca. Potencial y perspectivas. *Cuadernos FHyCS- UNJu* (Universidad Nacional de Jujuy, Argentina), Nro. 18, pp. (125-152).
- Hernández Morales, C., Hernández Montes, A., Z. Villegas de Gante, A. y Aguirre Mandujano E. (2011) El proceso socio-técnico de producción de Queso Añejo de Zacazonapan, Estado de México. *Rev Mex Cienc Pecu* 2011; 2 (2):162.
- INEGI (2010) Zacazonapan. [En línea]: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=15>. (Consultado el 03 de febrero del 2013).
- Linck, T., Barragán López, E. y Casabianca, F. (2006) De la propiedad intelectual a la calificación de los territorios: lo que cuentan los quesos tradicionales. *Agroalimentaria*, vol. 12, núm. 22, enero-junio, 2006, pp. 99-109.Universidad de los Andes .Mérida, Venezuela.
- Massó Guijarro, E. (2006) La identidad cultural como patrimonio inmaterial: relaciones dialécticas con el desarrollo.*Theoria*, año/vol.15, número 001 Universidad del Bío-Bío Chillán, Chile pp.89- 99.
- Millán Vázquez de la Torre, G., Morales, E. y Agudo, E. (2010) El oleoturismo como motor del desarrollo rural. La denominación de origen de montoro-adamuz. *Mundo Agrario*, 11 (21).
- Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú (2006) *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Perú.
- Moncusí, A. y Santamarina, B. (2008) Bueno para comer, bueno para patrimonializar. La propuesta de la cocina mexicana como patrimonio inmaterial de la humanidad. En Álvarez, M. y Medina, X. (Eds.)(2008) *Identidades en el plato*. Barcelona: Icària

- Muchnik, J. y Velarde, I. s/a. Sistemas agroalimentarios localizados: Procesos de innovación aplicados a la calificación de productos y valorización de los recursos locales. El caso del vino de la costa de Berisso, Argentina.
- Poulain, J. P. (1997) Goût de terroir et tourisme vert à l'heure de l'Europe. *Ethnologie Française*, 27:18-26.
- Prats, L. (1997) *Antropología y patrimonio*. Barcelona:Ariel.
- Prost, J.A., De Sainte Marie, C. y Delfosse, C. (2000) Patrimoine rural et économie locale: le cas des pâtisseries corses au brocciu” En Rautenberg, Michel (Ed.) *Campagnes de tous nos désirs*. Paris : Editions de la Maison des sciences de l'homme.
- Requier-Desjardins, Denis (2006) Del SIAL al sistema agroturístico local: calidad territorial, productos alimenticios típicos y agroturismo. Foro Internacional de Turismo Solidario 25 de marzo de 2006.
- Ribeiro, M. y Martins, C. (1996) La certificación como estrategia de valorización de productos agroalimentarios tradicionales. *Agricultura y sociedad*, 80-81:313-334.
- Rodríguez Herrera, D. M. (2014) Universalización del patrimonio y desarrollo. El caso del “paisaje cultural cafetero” (Colombia). Actas de XIII Congreso de Antropología. Periferias, fronteras y diálogos.
- Román F.M y Cicolena, M. (2009) *Turismo rural en Argentina. Concepto, situación y perspectivas*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación SAGAPA (1999) *Oferta agroalimentaria y gastronómica*. Manual. Argentina.
- Tibère, L. (2009) *Alimentation et identités en situation multiculturelle*. Manger et vivre ensemble à la Réunion. Paris: L'Harmattan.
- Thierry, Julio Moguel y Ramírez, A. (2011) *Economía popular y procesos de patrimonialización*. Juan Pablos Editor / Fundación México social siglo XXI, México, pp. 117-146.
- Velarde, I. (2012) La construcción social de productos agroalimentarios típicos en procesos de desarrollo territorial local: disputas entre saberes teóricos y saberes prácticos. *Mundo Agrario*, vol. 12, núm. 24
- Velarde, I. (2006) *Metodología de activación de productos locales: construc-*

ción participativa con viñateros de la costa Berisso, Argentina, Agroindustria Rural y Territorio. Tomo 1, UAEM, México. 255 p.

- Velarde, I. y Daniele, J. (2006) La construcción social de productos patrimoniales: conflictos del proceso de innovación y de su valorización económica. Universidad Nacional de La Plata; Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Comunicación aceptada por el Comité Científico del III Congreso Internacional de la Red SIAL “Alimentación y Territorios”
- Villaseñor Alonso, I. y Zolla Márquez, E. (2012) Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y representaciones sociales*, año 6, n°12, pp.75-101.

Entrevista a profundidad con queseras y ganaderos

- Rebollar, Juana (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- Cardozo, Angelita (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- Jaramillo Cruz, Estela (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- De Paz, Elfega (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- Santa Cruz, Alicia (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- Cardozo, Anita (2011) Quesera del municipio de Zacazonapan
- Rebollar, Isidro (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan
- Sarabia, Francisco (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan
- Ponce, Luis (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan
- Saravia, Luis (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan
- Rebollar, Jesús (2011) Ganadero del municipio de Zacazonapan

A MANERA DE CONCLUSIÓN: PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS LOCALES EN EL MÉXICO GLOBAL

HUMBERTO THOMÉ-ORTIZ

México es uno de los países, a nivel mundial, con mayor riqueza y diversidad biológica y cultural. Sin embargo, se enfrenta al hecho paradójico de que esta riqueza no necesariamente se traduce en bienestar y calidad de vida para los territorios que sirven como reservorios de la naturaleza y la cultura.

Este problema devela un reto de orden político y cultural, respecto a dos tipos de relaciones complejas, que son decisivas en el mantenimiento de la calidad de vida de las sociedades contemporáneas. Por una parte, la relación entre ser humano y naturaleza, que expresa una relación simbiótica y mutuamente dependiente. Mientras que por la otra, se presenta la relación entre ser humano y cultura, que pone en relieve a los dispositivos adaptativos, generados por el ser humano para relacionarse entre sí y con el entorno.

En el caso de México el problema alcanza dimensiones mayúsculas toda vez que, además de ser un país emergente, se encuentra subsumido, en una estructura política e institucional que fomenta y fortalece los procesos de homogeneización, acumulación y acaparamiento de recursos, característicos del capitalismo tardío. Lo anterior, ha tenido importantes consecuencias en el plano ambiental, económico, social y cultural, que se inscriben en una lógica ambivalente entre los beneficios y costos que tiene ser parte de una sociedad global.

La experiencia internacional muestra que existen diversas maneras

de afrontar estas relaciones entre lo local y lo global, pero para efectos puramente didácticos y esquemáticos, basta con reconocer sus dos principales polos: aquellos quienes se montan en los procesos de homogeneización y la estandarización como un proyecto unificado de mundo, o quienes tratan de esgrimir el argumento de las diferenciaciones culturales y naturales como una forma de garantizar la reproducción material y simbólica de sus identidades territoriales.

En el presente libro fueron vertidas las experiencias desarrolladas en un conjunto selecto de trabajos de investigación de la Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario (MARDTYTA). A partir de los cuales fue posible repensar al territorio, la territorialidad, la calidad diferenciada y la identidad como factores sustantivos para delinear un conjunto de relaciones más horizontales y equitativas entre lo local y lo global, en el contexto del mundo global.

Ciertamente, la crítica al enfoque es que su lucha la ofrece al interior del propio sistema económico y cultural dominante. Lo cual es cierto, e incluso justificable, pues ¿qué otra forma existe de generar cambios sino es dentro del propio sistema? Lo cierto, es que la virtud del enfoque de los trabajos presentados es que ofrecen una alternativa (por lo menos una mirada) a un modelo anquilosado y en decadencia de una producción masiva y una calidad estandarizada, que parece no sostenerse por sí mismo.

Uno de los aspectos más destacables de la obra es que revalora la utilidad y validez de los estudios de caso, como método de generación de conocimiento y aproximación a la realidad. En este caso, de manera específica, se ha intentado contribuir al debate sobre los sistemas agroalimentarios localizados, la calidad diferenciada, la calificación de los productos locales, la acción colectiva, el consumo y los consumidores, y el turismo en el espacio rural y/o asociado con alimentos emblemáticos.

El aspecto de la valorización de los productos y recursos locales, deja entrever, la necesidad de un estudio y análisis minucioso de las características físicas, organolépticas y sensoriales de los baluartes del territorio, a partir de cuyos sistemas productivos pueden orientarse procesos de transformación socioeconómica. Igualmente, es importante detectar los patrones culturales que han dado origen a ese conjunto de bienes, así

como su profundidad histórica. Lo anterior, tiene implicaciones internas y externas al territorio que van desde la construcción social de la identidad, hasta el ejercicio del consumo informado y responsable.

Los productos agroalimentarios, ligados al territorio, como el tamal de ollita de Ocoyoacac, los frutos silvestres del tianguis de Malinalco y los pastes de Hidalgo, nos ayudan a pensar en la relación indisoluble que estos recursos tienen con el territorio sea por su profundidad histórica, por las características físicas del territorio o por la identificación de sus productores, siempre se trata de productos claramente asociados a un espacio y un colectivo específicos. Dicha singularidad, es lo que ha asegurado su continuidad en el tiempo, mediante una transmisión de saberes de generación en generación. Uno de los retos fundamentales de los productos locales es la comprensión reflexiva sobre su calidad diferenciada, que se traduzca en procesos de organización y apropiación por parte de los grupos de productores y recolectores. Muchos de estos productos al ser únicos del territorio pueden ser explorados como recursos turísticos, pero su aprovechamiento racional y sustentable, requiere también de un conocimiento profundo de sus consumidores reales y potenciales.

Los procesos de valorización de los productos agroalimentarios como los ilustrados en el chorizo del Valle de Toluca, el maguey pulquero de Jiquipilco y el amaranto de Tulyehualco, nos permiten entender que la puesta en valor de los productos locales tiene una estrecha relación con los procesos múltiples de gestión territorial, para lo cual es imprescindible la vinculación entre actores y sectores. La convergencia entre las instituciones públicas, el sector privado y la sociedad civil es un paso insoslayable para la dinamización de los productos agroalimentarios. Pero para ello también es importante el desarrollo de capacidades que implican un importante despliegue de recursos humanos y económicos que, normalmente, no se contemplan en las políticas de desarrollo.

Ciertamente, los casos analizados reflejan que su capacidad de poner en valor tal o cual producción agroalimentaria se relaciona con la existencia de un profundo saber-hacer, anclado al territorio, de un capital social que permite construir sinergias y actuar colectivamente, así como un arraigo e identidad que imprimen sentido a la vida de los productores, a través de la labor.

Respecto a la calificación, es importante destacar el carácter subjetivo y contextualmente construido que tiene el concepto de calidad. Sin embargo, cuando nos referimos a los productos ligados al territorio, queda claro que su calificación parte de un proceso interno respecto a los insumos y procesos sobre los que se basa el refinamiento de una elaboración cultural. Primeramente, dicho producto es valorado y consumido por el colectivo que lo produce, más adelante con los procesos de globalización, iniciados con el descubrimiento del nuevo mundo, se abre una gran posibilidad de movilizar tales productos y generar nuevas configuraciones culturales y comerciales, que en la actualidad no tienen precedentes.

Pese a lo anterior, igualmente resulta importante, considerar que los procesos de calificación están supeditados a un arbitrario cultural que es susceptible de convertirse en un acto de poder, donde aquellos que califican tienen la posibilidad de excluir o limitar el acceso a quienes no cumplen con los requisitos de calidad postulados. Ello generalmente, afecta a los actores sociales menos favorecidos y representa una de las grandes paradojas de la estrategia, como se ha documentado ampliamente en los casos del mezcal y del tequila. Esos mismos retos son los que enfrentan productos como el quesillo de Reyes Etna, al iniciar un proceso de calificación o el amaranto en su búsqueda por obtener una Denominación de Origen.

Por último, el caso del turismo rural y agroalimentario, ilustra los procesos de multifuncionalidad y pluriactividad del territorio, que corresponden a una necesidad de contacto con la naturaleza y la cultura propia de las sociedades industriales avanzadas. Resulta de interés observar cómo, por criterio de escasez, naturaleza y cultura se convierten en bienes altamente apreciados y cómo para los urbanitas, una de las pocas formas de tener acceso a estos dos bienes es a través del ejercicio del ocio y del tiempo libre. En ese contexto, es que surgen propuestas de rutas alimentarias, itinerarios culturales y actividades de naturaleza, por solo citar algunos ejemplos de una amplia gama de posibilidades.

Así lo atestiguan los procesos de desarrollo de capacidades para la implementación de un proyecto de turismo rural en la Comunidad indígena de San Francisco Oxtotilpan, o el desarrollo de un sendero interpretativo sobre el Paisaje Agroalimentario Matlatzinca (PAM), en la mis-

ma localidad. El caso de una ruta sobre el queso añejo de Zacazonapan muestra cómo la identidad territorial de los recursos agroalimentarios puede dar pie a su aprovechamiento turístico. Todas esas iniciativas, basadas en la canasta de bienes y servicios con que cuentan los territorios estudiados.

La presente obra es una modesta contribución que pretende abonar al debate sobre la agroindustria rural, el desarrollo territorial y el turismo agroalimentario. Las contribuciones pueden ser de utilidad tanto para los tomadores de decisiones, los pequeños productores rurales, los estudiantes de áreas afines o profesionistas relacionados con los problemas abordados. Su principal limitación es que en todos los casos refiere a perspectivas internas sobre los problemas explorados, es decir a la perspectiva de los sujetos de desarrollo, productores y comunidades, por lo que en futuros trabajos es necesario una mayor incorporación de la perspectiva de las instituciones y de los consumidores para tener una visión más acabada de los escenarios de desarrollo que enfrentan los productos agroalimentarios en el México contemporáneo.

Calificación, valorización y turismo.
Aproximaciones al patrimonio agroalimentario,
publicado por la Universidad Autónoma del Estado de
México y Colofón, se terminó de imprimir en febrero de
2017, en los talleres de Eddel Graph S.A. de C.V. El tiro consta
de 500 ejemplares impresos mediante offset en papel Cultural ahuesa-
do de 75 gramos. El cuidado editorial estuvo a cargo del departamento de
Colofón Ediciones Académicas, un sello de Colofón S.A. de C.V.

