



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

INSTITUTO DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RURALES

MAESTRÍA EN AGROINDUSTRIA RURAL, DESARROLLO
TERRITORIAL Y TURISMO AGROALIMENTARIO

**EL HUARACHE DE TOLUCA: TRADICIÓN
ALIMENTARIA Y ANÁLISIS DE SU PRODUCCIÓN**

TRABAJO TERMINAL DE GRADO

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

P R E S E N T A

RUBÉN GRANADOS FLORES

COMITÉ DE TUTORES:

DRA. BACILIZA QUINTERO SALAZAR

DR. FELIPE CARLOS VIESCA GONZÁLES

DR. ANGEL ROBERTO MARTÍNEZ CAMPOS



TOLUCA, MÉXICO.

MAYO, 2017

CONTENIDO

RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	8
1. REVISION DELA LITERATURA	9
1.1 Cultura y alimentación.....	9
1.2 Patrimonio alimentario	12
1.3 Tradición alimentaría y artesanal	15
1.4 Circulo virtuoso de la calidad.....	17
1.5 La calidad y su clasificación.....	20
1.6 Tipificación	23
2. JUSTIFICACIÓN	27
3. ANTECEDENTES	29
4. OBJETIVOS.....	33
4.1 Objetivo General	33
4.2 Objetivos Específicos	33
5. METODOLOGÍA	34
6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	37
6.1 Historia del Huarache de Toluca.....	37
6.2 Proceso de elaboración de tostadas artesanales de Toluca	47
6.3 Características particulares del producto.....	67
6.4 Sistema Agroindustrial Localizado (SIAL) Huaraches de Toluca.....	71
6.4.1 Eslabón primario: Unidad Territorial La Teresona.....	74
6.4.2 Eslabón secundario: Productoras de tostadas y proveedores	75
6.4.3 Tercer eslabón: Revendedoras de huaraches preparados	76
6.5 Estrategias de comercialización y promoción.....	78
6.6 Vínculo entre las tostadas huaracheras, personas y el territorio	80
6.7 Análisis de redes sociales (medidas de centralidad) y el valor de las tostadas huaracheras de Toluca.....	81
6.8 Proceso colectivo vinculado al origen.....	86
7. Análisis FODA de la producción de tostadas huaracheras de Toluca.	98
8. Propuesta de estrategia para la implementacion de una marca colectiva “Tostadas huaracheras de Toluca”	99

Informantes clave 110

LISTA DE IMAGENES

Imagen no.1 Pozo de abastecimiento de la Unidad Territorial La teresona en 1930	43
Imagen no.2 Reseña histórica de la tradicional tostada o huarache toluqueño	44
Imagen no.3 Línea del tiempo de la producción de tostadas huaracheras en la Unidad Territorial La Teresona.....	47
Imagen no.4 Nixcomel tradicional para la elaboración de tostadas.....	49
Imagen no.5 Fogón de leña para la cocción del nixcomel.....	50
Imagen no.6 Principales utensilios en la elaboración de tostadas huaracheras. ..	51
Imagen no.7 Utensilios para la elaboración de tostadas.	52
Imagen no.8 Proveedores de materia prima para la elaboración de tostadas huaracheras, ubicados en Paseo Matlatzincas.	57
Imagen no.10 Selección de los granos de maíz azul y amarillo.	58
Imagen no.11 Proceso ancestral de nixtamalización.	59
Imagen no.12 Desecho del nejayote.	60
Imagen no.13. Molienda del nixtamal.....	61
Imagen no.14 Confección de memelas para tostadas.	¡Error! Marcador no definido.
Imagen no.15 Primera cocción de la masa.	63
Imagen no.16-17 Raspado de masa	64
Imagen no.18 Cocción con plancha para evitar ondulaciones.	65
Imagen no.19 Enfriamiento del producto terminado.....	66 67
Imagen no.21 Forma de las tostadas huaracheras de Toluca.....	68
Imagen no.22 Variedad de tostadas.....	69
Imagen no.23 Colores de las tostadas.	69
Imagen no.24 Tamaño y peso de las tostadas.....	70
Imagen no.25 Ubicación Unidad Territorial La Teresona	75
Esquema no.1 Proceso de elaboración de las tostadas huaracheras.....	54
Esquema no.2 Sistema Agroalimentario de las tostadas y huaraches de Toluca.	73

Tabla no.1 Costos de insumos según comercializadores.	75
Tabla no.2 Precios de comercialización de los huaraches.	76
Figura no.1 Rede de parentesco.	81
Figura no.2 Red de amistad.	¡Error! Marcador no definido. 3
Figura no.3 Red de compadrazgo.	¡Error! Marcador no definido. 5
Gráfica no.1 Precio favorable basándose en la diferenciación.	¡Error! Marcador no definido.
Gráfica no. 2 Consumo previo de los huaraches.	88
Gráfica no. 3 Frecuencia de consumo	89
Gráfica no. 4 Nombre del producto.	90
Gráfica no. 5 Lugar de la compra.	99
Gráfica no. 6 Territorio de consumo.	101
Gráfica no. 7 Lugar de elaboración.	102
Gráfica no. 8 Consideración del producto.	103
Gráfica no. 9 Relación del producto con el territorio.	104
Figura no.5 Análisis FODA.	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

La tostada o huarache de Toluca es un alimento tradicional de la gastronomía del Estado de México. No obstante sus características únicas, la elaboración de este alimento ha sido poco valorada pese a su gran potencial. El objetivo del presente trabajo fue determinar cuáles son los vínculos entre la tostada o huarache de Toluca, la localidad de la Teresona y las personas quienes llevan a cabo su confección y consumo (reputación del producto) con la finalidad de determinar si existen elementos para que en un futuro se pueda promover como un producto con calidad diferenciada vinculado al territorio. Con base en la perspectiva SIAL, se realizó un análisis de la producción, distribución, comercialización y consumo en torno al este producto.

Mediante entrevistas abiertas y semiestructuradas a 35 productoras y otros informantes clave se logró documentar la historia del producto, características particulares del proceso de elaboración (materia prima, instrumentos y saber hacer heredado), así como reconocer los eslabones de la cadena productiva. En el caso específico de la agroindustria local y con el apoyo del software UCINET 6.598 se determinó la integración de las redes diferentes redes entre los productores (parentesco amistad, compadrazgo) y sus diferentes articulaciones. Asimismo, se realizó un estudio con 150 consumidores locales para determinar la reputación del producto y su vínculo con el territorio. Se encontró que se trata de un alimento artesanal con características distintivas cuya confección da sustento a por lo menos 800 familias cuya producción se encuentra fuertemente arraigada en la localidad de la localidad de La Teresona desde hace por lo menos 80 años. Sin embargo, a pesar de que el consumidor identifica su carácter artesanal y diferenciado, no lo asocia con la zona de producción. Se concluye que existen elementos para promover a este alimento diferenciado como un producto asociado

a la localidad de la Teresona sin embargo, se debe trabajar en la generación estrategias que permitan al consumidor asociarlo con la zona de producción. De igual forma, es necesario trabajar en la asociatividad por parte de los productores, así como en mejorar las condiciones bajo las cuales se elabora el producto.

Palabras clave: *alimentos tradicionales, SIAL, tostada o huarache de Toluca, alimentos artesanales, maíz.*

ABSTRACT

The Toluca's huarache is a traditional food of big economic and social importance for the community of the Territorial Unit "La Teresona" in Toluca, the Mexico State, with the support of the perspective SIAL there was realized a diagnosis of the production, distribution, commercialization, as well as the papers of the history and tradition concerning this product for the purpose of obtaining elements that allow to value it and to promote it like a food with quality is associated with the territory.

By means of open interviews and semistructured to 35 producers one managed to document the history, genealogy, instruments of making and

particular characteristics of the product, the use of two different types of corn as main ingredient in the making. With the support of the software UCINET 6.598 it was possible to determine the integration of the social networks and of this form to generate the proposals for the recognition of the sandals like traditional food of the locality.

A study was realized with 150 consumers where it was that the local population does not recognize from when they are prepared, the handmade process with which they are made, as well as the number of families that integrate the productive chain for 70 years.

Finally, the production process researched inside the familiar

workshops to realize an analysis that gives certainty of the tradition and preparation that does the only to the Toluca's huarache.

Key words: *traditional food, SIAL, Toluca's huarache, corn, territorial anchoring.*

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la obtención de los alimentos se ha vuelto una carrera constante entre las agroindustrias con diversas tecnologías a fin de obtener más productos en el menor tiempo posible. No obstante, las preferencias actuales de los consumidores demandan con mayor frecuencia, alimentos libres de agroquímicos, que además cuenten con calidad diferenciada, mínimos procesos de elaboración, así como tradición en las técnicas de producción, lo que se convierte en un impulso a los productores urbanos de este tipo de mercancías (Schmitt, 2011).

Por otra parte, las tradiciones gastronómicas locales representan en la actualidad una oportunidad para el desarrollo económico y social, a la vez que permiten atender la demanda de este tipo de productos por nichos de mercado que ven en los alimentos tradicionales algo más que un alimento. De ahí la importancia de diseñar estrategias de venta basadas en mostrar aquellas características que hacen de éstos alimentos con características únicas y con una alta densidad cultural.

El huarache de Toluca forma parte del patrimonio alimentario de la ciudad de Toluca que debido a las características únicas en cuanto a tradición, ingredientes, producción y su consumo entre los habitantes locales, personifica la cohesión entre alimentación y producto con valor vinculado al territorio.

El análisis del proceso de elaboración tradicional ligado al territorio de producción, constituye una puerta de entrada para poder ampliar el conocimiento del proceso cultural, territorial y evolutivo en la producción local que ha sido poco estudiado.

1. REVISION DELA LITERATURA

1.1 Cultura y alimentación

La forma en que el ser humano se alimenta no solo es un proceso biológico natural, la alimentación es también un fenómeno cultural que además denota un estado de pertenencia e identidad de las diferentes sociedades, sea cual sea su estado de desarrollo.

Al mismo tiempo que la alimentación satisface una necesidad humana, cumple con factores capitales de identidad cultural, social y en algunos casos de prácticas religiosas. “Dime lo que comes y te diré quién eres” es una de las frases populares que hoy en día cobra mayor fuerza en la búsqueda del hombre por conocer la profundidad de su historia a través de la gastronomía. Al compartir la mesa con nuestros familiares se transmiten mensajes humanos que van de generación en generación ligando entre ellas valores culturales.

Llevar a la boca los alimentos a fin de poder nutrir el cuerpo representa un acto social en primera instancia, y en segunda, un acto cultural a través del cual se llevan a cabo actividades complementarias, pero también disociadas. Entre estas relaciones de convivencia humana, surgen entonces costumbres alimentarias que con el paso del tiempo se convierten en tradiciones culturales, resultado del conjunto de conocimientos heredados de una generación a otra, pero que a pesar de esto, son propensas a modificarse debido a las externalidades latentes de un mundo cada vez más influenciado por la modernidad y la globalización (Zubieta, 2000).

Messer (1995) acuñó el término “cocina cultural”, término utilizado para describir las prácticas relacionadas con la alimentación y la cultura al que definió de la siguiente manera:

1. La selección de un grupo de alimentos.
2. El uso frecuente de un conjunto de sabores característicos de la región.
3. La forma característica de elaborar los alimentos (cocinar, cortar, presentar).
4. La adopción de una variedad de reglas referentes a la aceptabilidad y combinación de los alimentos, las comidas festivas, el contexto social de las mismas y los usos simbólicos de los alimentos.

De esta forma, al exponer este conjunto de prácticas culturales conexas con la alimentación permite planear de forma coherente la presencia y apropiación de una cultura alimentaria en cada lugar donde exista un grupo social.

Por otro lado, si bien el tema de la cultura alimentaria puede ser tratado de forma aislada, es evidente que también requiere de una comprensión amplia de la complementariedad con diversos temas en torno a la alimentación, los cuales indagan en situaciones que pueden influir en las dinámicas culturales, así como en las condiciones económicas, ecológicas y nutricionales de la población (Marín et al., 2004)

Con todo lo antes mencionado, es evidente que la alimentación y la cultura se encuentran estrechamente ligadas no solo entre sí, sino que también, encuentran una simbiosis entre diferentes ámbitos de estudio y análisis que merecen ser ponderados a fin de ampliar el conocimiento inmerso en la cocina cultural, la nutrición y la antropología alimentaria.

De acuerdo con Contreras (1992) las unidades alimentarias locales resultan fundamentales desde un punto de vista sociocultural, ya que representan la cosmovisión única de las personas en el proceso de selección de un alimento que para ellos es único, y es que en el caso de los suministros, su significación no resalta sino hasta que son transformados y pueden ser consumidos. Es decir, no existe alimento que tenga un significado derivado exclusivamente de sus cualidades intrínsecas sino que dicho significado depende de las asociaciones culturales que los individuos le atribuyen.

El significado que la sociedad en la actualidad brinda a los alimentos está marcado por las asociaciones culturales que se le da a los comestibles, sin importar en algunos casos la apariencia física, dando un mayor énfasis al valor monetario de los mismos, es decir, para ciertos estratos económicos su cultura alimentaria no está representada por la complejidad de sabores, tradiciones, herencia culinaria entre otros. Más bien se encuentra presente en la peculiaridad de algunos ingredientes a los que solo ellos tienen acceso dentro de sus núcleos intrapersonales (Melendéz, 2009).

Conocer los modos de obtención de los alimentos, quién y cómo los prepara, aporta un inigualable cúmulo de información sobre el funcionamiento de una sociedad. Así mismo, cuando se revela quién, cuándo y dónde son consumidos los alimentos ayuda a reconocer las relaciones sociales que prevalecen en la sociedad; en definitiva los hábitos alimentarios forman parte integral de la totalidad cultural (Piña, 2014).

Según Contreras (1992), el estudio de la cultura gastronómica debe componerse de tres elementos interrelacionados: 1) el sector técnico-económico-ambiental que refiere al modo de obtener los insumos dependiendo del hábitat local, la transformación y modos de consumo, 2) la estructura social que describe las

relaciones entre los individuos, y 3) la ideología, la cual proporciona el modo mediante las diferentes sociedades perciben al mundo y su estructura social.

Por su parte Aguilar (2014) menciona que al tener la alimentación y la cultura vínculos determinantes, es necesario describirlos desde una perspectiva relativista tomando en cuenta las particularidades del medio, las condiciones tecnológicas, específicas, sociales y culturales estudiadas; teniendo como intención primordial el estudio geográfico de la alimentación.

1.2 Patrimonio alimentario

Hablar de patrimonio es hacer referencia a la propiedad de los bienes que hemos recibido de nuestros antepasados. Según eso, el patrimonio cultural no es otra cosa que un patrimonio público recibido del pasado. Pero cualquier patrimonio público es un patrimonio colectivo y los límites del mismo tienen que ser interpretados por la comunidad con la finalidad de separarlos del patrimonio privado (Limón, 1999, p.8).

Schlüter (2006) define al patrimonio como una construcción social en la cual las personas lo detallan de manera diferente debido a sus experiencias previas y creencias aunque actualmente para muchos es una cuestión individual basada en aspectos socio-económicos, religiosos y étnicos. Por su parte la UNESCO (2003) define al patrimonio como todo aquel dominio que debe salvaguardarse y consiste en el reconocimiento de los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas transmitidas de generación en generación y que infunden a las comunidades así como a los grupos un sentimiento de identidad y continuidad para promover el respeto a la diversidad cultural y la creatividad humana.

Respecto al patrimonio alimentario, este se constituye por el conjunto de representaciones, creencias, conocimientos y prácticas asociadas a la alimentación, y que se pueden agrupar en aprovisionamiento, almacenaje, preparación y consumo. Es decir, que las formas y los ritmos de aprovisionamiento alimentario de una determinada cultura o grupo social, las técnicas y los espacios de almacenaje, las técnicas y los procesos de preparación culinaria, los hábitos de consumo y de sociabilidad alrededor de la comida, de igual modo que las representaciones, creencias y conocimientos relativos a estos aspectos, forman parte de la memoria colectiva y constituyen el patrimonio alimentario heredado y valorizado o desvalorizado por cada generación.

Es importante aclarar que el patrimonio alimentario no solo representa cuestiones intangibles, sino también los procesos evolutivos que en torno de las sociedades se encuentran.

En la actualidad, el patrimonio alimentario se encuentra íntimamente asociado con dos fenómenos de estudio coyunturales, el turismo y la mercadorización, ambos enfatizan la singularidad y autenticidad del proceso alimentario, cada uno en sus diferentes contextos. Por una parte, el turismo constituye el medio a través del cual se da visibilidad a la cultura y sus especificidades locales, al tiempo que aporta en la inducción del patrimonio, siendo la gastronomía el eje primordial del viajero que se encuentra en busca de actividades culturales emblemáticas de la región, entre otras motivaciones. En segundo lugar, la mercadorización o comercialización puede llevar a conservar las tradiciones al generar una mayor demanda y atribuir un mayor valor, igualmente puede elaborar productos en la interacción ya que la cultura no es estática sino dinámica, flexible e incluso negociable.

De acuerdo con Moreira (2006), la revalorización de la gastronomía local tradicional ha cobrado fuerza en los últimos veinte años, tiempo en el cual la

patrimonialización ha abarcado diferentes dominios a través de los cuales se han articulado de forma concreta el turismo y la globalización. Es decir, el patrimonio alimentario es alimentado por la memoria colectiva atribuyendo nuevos valores, sentidos, usos y significados a objetos, formas de vida y conocimientos sociales.

Algunas producciones alimentarias arraigadas en un territorio, conocidas también como productos de la tierra, han pasado a considerarse desde las últimas décadas como patrimonio cultural. Lo mismo ha pasado con los platos locales, con la cocina en lo que se ha denominado patrimonio alimentario. Espeitx (2008) asevera que la patrimonialización consiste en otorgar a determinados elementos de una cultura alimentaria el carácter de emblemas, de representantes privilegiados de ésta, aunque no todas las dimensiones de una cultura alimentaria son patrimonializables suelen ser determinados productos y platos los que encarnan esta cultura alimentaria.

Renard y Thomé (2010) comentan la importancia de poder patrimonializar elementos alimentarios únicos en las diferentes regiones del país como una alternativa generadora de empleo, que al igual que otros alimentos en México son parte de los recursos patrimoniales que influyen fuertemente en las actividades económicas, tal es el caso de la medicina tradicional y la gastronomía en el comercio de los diferentes grupos sociales. No obstante Álvarez, (2008) comenta que los procesos patrimonializadores se están convirtiendo gradualmente en una pandemia que pone en evidencia las nuevas transformaciones conceptuales del patrimonio, advirtiendo cómo éste se ha vuelto uno de los principales recursos de promoción de la diversidad cultural y cómo atracción en el actual mercado de demandas simbólicas y en la promoción del desarrollo del capital.

Patrimonializar no solo consiste en la relación de productos y platillos, de comensales y festividades, de técnicas y saberes heredados con un determinado territorio y sociedad, sino de poder institucionalizar esa relación a fin de poder

adaptarlos a las circunstancias socio-históricas y ambientales para convertirse así en algo establecido por convención.

Finalmente se puede decir que la patrimonialización alimentaria no solo debe tener un conjunto de características históricas, económicas, sociales, culturales y antropológicas, sino que también y a partir de estos criterios se debe tener una selección de lo que puede o no ser potencialmente patrimonializable, no serán solo los productos que detonen la economía local, también serán parte del patrimonio aquellos que cumplan con determinadas condiciones, con cierta profundidad histórica y una cierta localización territorial, que de una u otra forma se hayan elaborado o producido en un determinado lugar y a lo largo del tiempo logrando así un arraigo histórico real (Espeitx, 2008).

1.3 Tradición alimentaria artesanal

Se entiende por tradición, el proceso social que construye un patrimonio objetivo de bienes, creencias, relaciones y situaciones dentro de una sociedad activa que además, no pierde sus características notables y únicas (Marcos, 2010).

Por otra parte, los alimentos artesanales actualmente representan para los productores rurales de las economías emergentes, una estrategia de autoempleo así como una estrategia de propaganda del turismo a través de formas tradicionales de producción, con el fin de mantener vivas las tradiciones y ofrecer productos diferenciados que en la actualidad han cobrado significativa importancia para los consumidores urbanos (Domínguez et al., 2011)

Como productos artesanales se entiende a aquellos que han sido elaborados de forma manual en todas las etapas de su proceso productivo, siendo el artesano quien recorre toda esta cadena, desde la obtención de la materia prima hasta la transformación total del objeto artesanal (Mellado, 2009). Villanueva et al. (2008)

definen a los productos tradicionales como aquellos que han sido preparados y consumidos desde hace mucho tiempo por personas que comparten un estilo de vida similar, utilizando materias primas del lugar donde habitan.

La UNESCO señala que los productos artesanales son los elaborados por los artesanos, ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de éstos se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, creativas, vinculadas a la cultura, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa o socialmente.

Por otro lado, Cerdas (2010) señala que la producción artesanal tiene componentes de vital importancia como son los insumos locales, la mano de obra y como aspecto fundamental, el diseño único de los productos. Todos ellos otorgan rasgos intrínsecos de cultura y legado histórico.

Para el caso de los alimentos tradicionales y artesanales Bessiere (1998) menciona que los productos artesanales se consideran parte de la identidad cultural de un territorio, analizando el producto desde una visión económica y definiéndolo más como una actividad de mano de obra que de capital. Por su parte Jordana (2000) menciona que la representación gastronómica de un producto tradicional es una representación de un grupo cooperante perteneciente a un espacio definido..

La comercialización de productos tradicionales y artesanales es vista actualmente como una actividad realmente económica en donde el centro neurálgico en el proceso de desarrollo es la comercialización. Para la UNESCO (1995), un potencial comprador de un elemento artístico ya sea ornamental o gastronómico no realiza una compra por compasión hacia los productores; más bien lo hace por

la funcionalidad que para él representa, o solo por satisfacer una necesidad momentánea, sí y solo sí el producto cuenta con la técnica tradicional y las características para satisfacer su gusto. Visto de otra forma, los productos tradicionales no son un sustento económico si no pueden ser comercializados.

En este contexto es importante rescatar la propuesta de González (1998), quien señala que las tradiciones alimentarias son un factor de diferenciación cultural que permite a todos los integrantes de la misma, sin importar su nivel de ingresos manifestar su identidad, siendo esta, una construcción simbólica, una forma de clasificación que crea una pertenencia.

Aunado a esto Barjolle y Chappuis (2000), afirman que la manera más sencilla de lograr competitividad entre las pequeñas empresas familiares artesanales y las industrias productoras, es mantener altos estándares en las especificidades de calidad, enfatizando la importancia de los ingredientes locales, el contexto histórico, territorio y técnicas de producción tradicionales como factores determinantes del éxito.

1.4 Círculo virtuoso de la calidad

Para Vandecandelaere (2010) el círculo virtuoso de la calidad tiene la peculiaridad de insertar recursos locales con características de calidad específicas, resultado de la combinación única de recursos ambientales, técnicas, así como prácticas históricas y culturales que dan especificidad. De esta forma la puesta en marcha del círculo virtuoso basado en la calidad vinculada al origen dependerá de tres elementos fundamentales: identificación, calificación y vínculo con el territorio que a continuación se describen.

Un producto con calidad y notoriedad específica puede estar relacionado con características intrínsecas (aroma, sabor, textura y olor) y extrínsecas (formas de

elaboración, comercialización) y que además ofrecen aspectos subjetivos como la tradición en la elaboración, de esta forma Vandecandelaere (2010) afirma que resulta fundamental realizar un análisis competitivo a fin de caracterizar los productos que pueden ser sujetos de patrimonializar en las áreas rurales y urbanas para facilitar los procesos de comercialización, gestión y dinamización económica.

Los actores locales que desempeñan un rol importante dentro de la dimensión patrimonial y la reputación de un producto que pertenece a la comunidad local y que comparten el saber hacer a través de la propagación oral sentido importante la participación de los actores como un vínculo entre los saberes tradicionales, la dimensión colectiva y el potencial de acción donde resulta trascendental que los miembros de la comunidad se empoderen del producto a fin de hacerlo parte de su cultura y el núcleo de las actividades que generan economía en el territorio.

Por último el territorio que representa la sujeción entre los recursos naturales, locales y la intervención del ser humano en los procesos de calificación destacando las características inherentes del entorno que pueden estar determinadas por factores propios de la geografía local.

De esta forma la articulación de los actores, territorio y producto resulta básica dentro del proceso hacia la construcción de la calidad, viendo a esta como una construcción sistémica, es evidente que dentro de los sistemas un solo elemento no puede generar calidad, sin embargo el vínculo entre ellos funciona como un eslabón dentro de la cadena de valor hacia la calidad.

Dentro de este círculo es importante hacer mención de dos etapas fundamentales: la identificación de potencial, que como menciona (Vandecandelaere, 2010) fortalece el proceso local de promoción de un producto con identidad territorial a través de la calidad específica, resultado de la combinación de recursos ambientales, técnicas, prácticas históricas y culturales, así como conocimientos

ancestrales en la elaboración de sus productos, además de presentar características específicas reconocidas en el mercado con una demanda por parte de los consumidores, resultado de los recursos humanos y del saber hacer, activando un proceso de creación de valor.

En este sentido, la participación local resulta prioritaria en la promoción del producto vinculado al territorio al ser ellos los más interesados en conocer las cualidades del producto que consumen así como interesarse en los aspectos totales de producción y que los artesanos no ven como una prioridad, creando así una dinámica de desarrollo local y ambiental generando una sinergia entre los factores de desarrollo económico y social.

La segunda etapa es el proceso de calificación, el cual debe insertar de manera activa a los actores de la cadena al ser ellos los que mejor conocen que es lo que confiere la calidad específica a su producto. Dicho de otra forma, deben ser ellos los que se consideren legítimos propietarios del saber hacer heredado en cuanto a las técnicas de producción y procesamiento y de esta forma definir el por qué el producto tiene una calificación específica describiendo las características específicas atribuidas al vínculo territorial, proceso de elaboración, tradición alimentaria, uso de ingredientes locales además de las características organolépticas y sensoriales del producto demostrando así la calidad específica vinculada al origen geográfico siendo de suma importancia los medios vinculados al proceso y el resultado final del producto.

Según Vandecandelaere (2010), la calificación adecuada de un producto artesanal de calidad específica debe comprender aspectos como: descripción de las materias primas utilizadas, características físicas, técnicas y criterios de producción, variedades y almacenamiento, todos estos, factores de suma importancia que aunados al clima y tipo de suelo de donde se extraen los insumos

otorgan atributos especiales de calidad al producto final por lo que respecta al sabor, aroma, color y textura.

En este mismo contexto, hablar de la calidad artesanal nos lleva a reconocer los diferentes atributos de los productos, Lancibidad (2015), comenta que dichos atributos los hacen diferentes de los normales o en su caso de los industriales y hace referencia principalmente a las técnicas de elaboración manual, volúmenes reducidos, tipicidad y raíces culturales.

Los atributos de calidad son aquellos que los hacen únicos e irrepetibles a diferencia de la producción industrial, aseverando así, que la producción artesanal que se genera gracias a la agricultura familiar o local, constituye en ella misma en productos específicos y singulares, desarrollando círculos cortos de distribución, contacto directo con los distribuidores e intercambios entre los medios rurales y urbanos.

Sin embargo para Urkola (2012), la maestría artesanal se debe reservar solo para quienes cumplen determinados méritos de creatividad y conocimientos que puedan conservar el patrimonio cultural a través de la transmisión del conocimiento sobre técnicas y procedimientos tradicionales de elaboración.

1.5 La calidad y su clasificación

La calidad es la medida en que los niveles del conjunto de características que ofrece un producto o servicio satisfacen unas necesidades expresadas o implícitas de los consumidores (Rivera, 1995).

Los productos con calidad diferenciada al origen o dicho de otra forma (con identidad ligada al territorio) son productos que a diferencia de otros similares, alcanzan una significativa diferencia por la identificación local, además de su

tradicionalidad, resultado del vínculo con el terruño, que no solo es factor importante en la interacción geografía-actores locales y entorno, sino que además representa el eslabón inicial entre la calidad específica y el origen (Sánchez, 2014).

El posicionamiento de productos en la mente del consumidor puede conseguirse a través de estrategias bien organizadas que detonen la economía a escala y que a su vez, permitan minimizar los costos de producción y abaratar el precio de los productos o servicios incorporando algo más, algo único que permita elegir un producto de otro similar, es decir, diferenciación (Bonvini, 2014). En la medida que esta diferenciación es reconocida por los consumidores puede propiciar la creación de diferentes valores económicos, sociales, ambientales y culturales que se reparten por todo el sector entre productores, elaboradores, intermediarios, minoristas y el resto de los actores locales, especialmente el sector turístico o la población local (Barjolle, 2006).

En este sentido, la calidad de un producto vinculado al origen es el resultado de la combinación de diferentes elementos materiales e inmateriales que debe poseer una calidad específica, una identidad que sea única e irreproducible basada en su calidad, construcción de la temporalidad e historia.

Se puede nombrar a la calidad, en la medida en que es reconocida por los consumidores, puede propiciar la creación de diferentes valores económicos, sociales, ambientales y culturales, que se reparten por todo el sector entre productores, elaboradores, intermediarios minoristas y el resto de actores locales, especialmente el sector turístico o la población local (Barjolle D, 2006).

En otra definición más precisa que hace referencia a la naturaleza del vínculo territorio y origen que se establece en la guía (FAO-SinerGI, 2010) un producto de calidad vinculada al territorio puede convertirse en el eje central de un círculo

virtuoso de calidad específica, dado que su promoción puede tener efectos positivos que se reforzarán con el paso del tiempo, lo que a su vez permite conservar los sistemas agroalimentarios y las redes sociales asociadas para que de este modo pueda contribuir en el desarrollo sustentable.

Calidad específica

Es un método voluntario de diferenciación de un producto (FAO, 2012), el objeto de poder definir las características y el proceso de producción de un alimento, es poder demostrar la calidad específica ligada al origen (Vandecandelare, 2010).

La FAO en su documento “Programa Calidad Especifica” manifiesta que la calidad específica puede resultar de la diferenciación de algunos productos en relación con su origen geográfico y tradiciones locales. Son productos que presentan características esencialmente ligadas a los recursos locales, tanto si son de naturaleza física (terruño paisaje...), como humana (conocimientos, tradiciones, cultura...), hasta llegar a su singularidad y su identidad territorial, suponiendo un proceso colectivo de calificación del producto por parte de sus productores para identificar y preservar las características del mismo.

La calidad de los alimentos es un concepto vasto que está relacionado con las necesidades y las expectativas de los consumidores y que puede ser de diferentes tipos y de carácter objetivo o subjetivo; por ejemplo, la inocuidad alimentaria, la calidad nutricional, la calidad relacionada con la conservación del medio ambiente, la cultura y la religión, la calidad vinculada al origen y las tradiciones locales, la calidad ética y social, la calidad vinculada al bienestar animal o la ausencia de sustancias alérgicas.

Calidad genérica

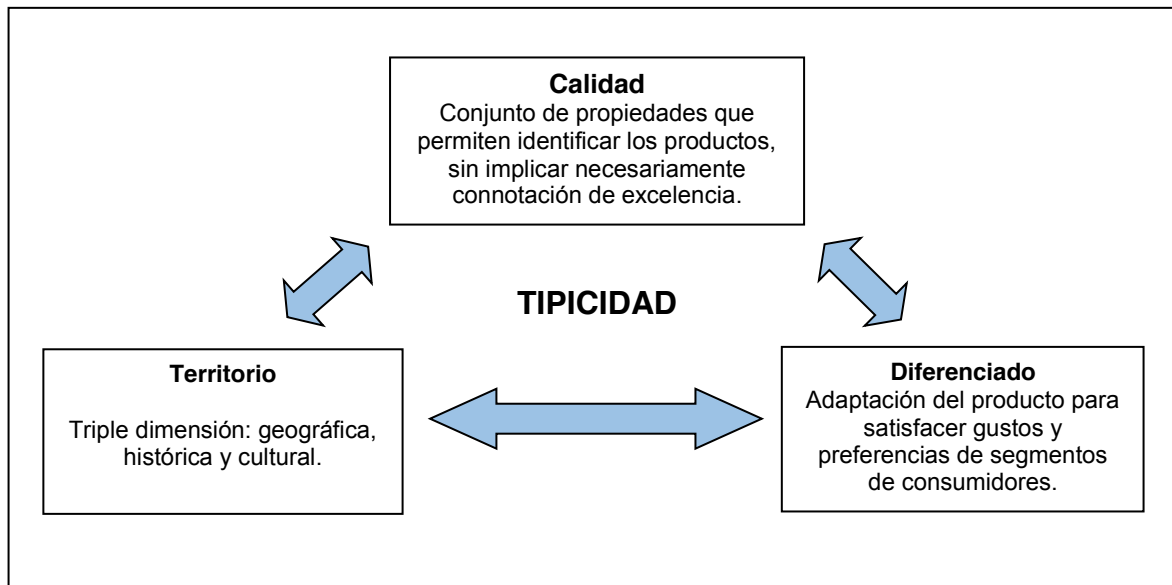
Corresponde a la calidad mínima estándar que debe tener un producto para que pueda comercializarse. Por lo tanto, tiene carácter normativo. Los gobiernos deben garantizarla inocuidad, la salud y la información de los consumidores, como parte de su responsabilidad de protección del interés general (FAO, 2012).

1.6 Tipificación

Los productos alimentarios típicos se encuentran ligados al territorial y arraigados a costumbres de la población local, tanto en la producción como en el consumo, además poseen cualidades que los hacen ser valorados por segmentos de consumidores que reconocen en ellos atributos de calidad diferenciada.

Caldentey y Gómez (1996) ejemplifican un modelo para tipificar la relación entre producto típico y territorio que debe contar con los siguientes criterios: i) la especificidad de los recursos y activos territoriales inmersos en la producción; y, ii) la importancia socioeconómica y cultural del producto en el territorio. Ver figura 1

Figura. 1 Factores en los que se fundamentan la condición de típico de un producto.



Fuente: Caldentey y Gómez (1996)

Por otra parte Aranda, Gómez y Ramos (2014) comentan que los casos de tipificación se deben realizar en los siguientes términos: a) recursos específicos y arraigo de la producción; b) importancia social, económica y cultural de la producción; y, c) organización de los actores, instituciones y experiencias en la calificación del producto.

Como se puede observar en el cuadro No.1, los productos típicos y la valorización de los mismos representan un factor de importancia socioeconómica alta para los territorios que dependen de la producción artesanal local.

Cuadro 1 Tipificación en función de las relaciones entre producto típico y territorio

		Importancia socioeconómica y cultural del producto	
		Baja	Alta
		Productos típicos y sectores específicos	Productos típicos y distritos industriales
Especificaciones de los productos	Alta	El producto típico se constituye en la base de un sector especializado localizado en el territorio, pero la producción y los actores que a ella se vinculan no llegan a tener un peso importante en la actividad económica del mismo.	Se destaca la industrialización endógena o espontánea, caracterizada por el liderazgo del empresariado local y la generación de instituciones adecuadas que regulan y facilitan la coordinación entre los actores que conforman la <i>filiere (sector)</i> del producto.
	Baja	Productos típicos y zonas marginales	Valorización autóctona de productos genéricos

	A pesar de encontrarse producción en otras zonas con mejores condiciones competitivas, se mantiene la actividad productiva dado que contribuye con el mantenimiento de la actividad agraria y del medio rural, siendo tal vez la mejor opción para mantener vivo el territorio.	El producto es genérico y su producción se realiza en diferentes lugares; sin embargo, segmentos de consumidores prefieren el producto de determinado territorio, debido a características tanto objetivas como subjetivas de calidad que adquiere el producto por condiciones del territorio.
--	---	--

Fuente: Aranda, Gómez, y Ramos (2014)

En el cuadro No. 2, se pueden apreciar algunos de los indicadores que se consideran pueden dar un carácter único a los recursos locales y el saber.hacer para la elaboración de un producto.

Cuadro 2 Indicadores de la especificidad de recursos territoriales

Indicador	Descripción	Criterios y escala de calificación		
		Baja	Media	Alta
Procedencia de los recursos genéticos	Explica el origen del producto agrícola materia principal del producto	Variedades o razas introducidas hace < 25 años	Variedades o razas introducidas adaptadas hace > 25 años	Variedades o razas endémicas.
Incidencia de las condiciones edafoclimáticas	Muestra la incidencia del medio geográfico, incluyendo suelos y clima, sobre la calidad diferencial del producto	Irrelevante. No influyen en la calidad del producto.	Puede influir. Sin llegar a ser una condición.	Determinante
Uso de materias primas locales en el producto final	Muestra la participación de la materia prima local en la fabricación de producto tradicional. Materia prima de origen local.	< 50 % tiene origen local.	Más del 50% y menos del 70% tienen origen local.	Más del 70% tiene origen local.
Origen del saber hacer usado en la producción	Muestra la proveniencia del saber hacer y el tiempo de arraigo del mismo en el territorio	Introducido en épocas cercanas a la actualidad < 25 años	Introducido, hace más de 25 años y menos de 80 años	Saber hacer autóctono del territorio
Especialización del trabajo	Muestra si existe especialización del	No existe, o puede ser	Si, por vínculo con la actividad	Si, prima el conocimiento

	trabajo y en función de lo que se logra.	adquirido por calificación externa.	productiva, calificación local.	adquirido por legado
Conocimiento específico involucrado en la producción	Muestra en quién reposa el conocimiento específico usado para la producción del producto típico.	No existe	Si existe, generalizado entre la población local	Si existe, conocimiento particular en algunos actores

Fuente: Aranda, Gómez, y Ramos (2014)

Con los datos anteriores se puede certificar sin lugar a duda cómo los actores, el producto y el terruño son elementos de suma importancia para identificar las agroindustrias y sus productos. Como se puede ver en el cuadro No.3, existen indicadores para poner de manifiesto el valor de la producción agrícola local, la participación de los productores en la generación de empleos, las manifestaciones artísticas y el arraigo inherente del producto y la sociedad.

Cuadro 3 Indicadores de la importancia socioeconómica y cultural del producto

Indicador	Descripción	Criterios y escala de calificación		
		Baja	Media	Alta
Participación de la producción en el área agrícola del territorio	Área dedicada al cultivo en el territorio respecto al área agrícola total sembrada en el territorio. Área dedicada al producto.	Menos del 20 % del área agrícola sembrada en el territorio	Entre el 20 y el 50% del área agrícola sembrada en el territorio	Más de 50% del área agrícola sembrada en el territorio
Participación en la generación de empleo en el territorio.	Porcentaje de empleo que genera la actividad productiva respecto a la población económicamente activa del territorio.	Menos del 5% del empleo del territorio	Entre el 5 y el 20% de los empleos del territorio	Más del 20% de los empleos del territorio
Participación de los productores en organizaciones	Porcentaje de productores que participan en organizaciones respecto al número total de actores relacionados con la producción	Menos del 20% de los productores participan en organizaciones	Entre el 20 y el 60% de los productores participan en organizaciones	Más del 60% de los productores participan en organizaciones
Arraigo de la producción en el territorio	Número de años desde que se desarrolla la actividad en el territorio	Menor de 26 años	Entre 25 y 50 años	Mayor de 50 años

Expresiones culturales relacionadas al producto en el territorio	Numero de festividades y actividades culturales que giran en torno al producto	No existen	Por lo menos una actividad de notoriedad local	Por lo menos una festividad de notoriedad nacional
--	--	------------	--	--

Fuente: Aranda, Gómez, y Ramos (2014)

2. JUSTIFICACIÓN

En México y actualmente en todo el mundo uno de los problemas fundamentales es sin lugar a dudas, cómo aumentar los ingresos familiares a fin obtener una mayor calidad de vida. Para muchas familias del medio rural y urbano la preparación de alimentos tradicionales representa una alternativa en la búsqueda de esa mejora económica, este panorama conlleva a la indagación de elementos gastronómicos que además de contribuir en la economía familiar representen un lazo cultural, histórico y de aporte en la solidez identitaria a los pueblos que han visto en la gastronomía local una alternativa para resaltar estos atributos.

Realizar un análisis del huarache de Toluca y su vínculo con el territorio sugiere un aporte de valor académico y relevancia económica local en el contexto social actual. A pesar de que se afirme que la cultura alimentaria difícilmente se puede conservar debido a la homogenización producto de la industrialización, es importante transmitir su conocimiento como un importante vínculo entre la cultura, el saber hacer y el saber ser.

El análisis integral de la producción del huarache se fundamenta en el reconocimiento de las agroindustrias con tradición alimentaria; estas representan una oportunidad para comprender el pasado, entender el presente y trabajar en el futuro histórico, cultural y económico. Se debe entender de igual forma la importancia del arraigo local de los actores, así como su sociedad y las costumbres que representan y en conjunto dar oportunidad de conocer al huarache a través de un documento que sirva como referente para estudiantes,

investigadores y profesionales del conocimiento histórico, gastronómico y antropológico.

Además, será de gran utilidad para establecer estrategias futuras que sirvan a los productores a fin de poder implementar tácticas en la mejora continua de los procesos de producción que su vez permitan valorar al huarache como un alimento con calidad diferenciada dentro del territorio a través de variables de identificación histórica, vínculo producto-territorio y calidad del producto

3. ANTECEDENTES

Dentro de las actuales estrategias que a nivel mundial buscan la protección y el reconocimiento de alimentos con calidad diferenciada es a través de sellos de calidad vinculados al territorio se encuentran: las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas, así como las marcas colectivas las cuales garantizan al consumidor un nivel de calidad constante. Además los productos obtienen una protección legal contra productos similares en otras zonas a pesar de que utilicen los mismos ingredientes y procedimientos, es decir, las certificaciones de calidad no solo protegen de manera legal sino que también garantizan la calidad, el saber hacer, la tradición y el origen territorial.

Resulta importante resaltar los esfuerzos locales realizados a fin de identificar alimentos tradicionales mexicanos asociados al territorio y la tradición en su elaboración. Ejemplo de esto es el análisis realizado sobre queso de tenate del municipio de Tlaxco, Tlaxcala que desde el enfoque de los Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) el cual permitió proponer algunas estrategias para el rescate y valorización del mismo como un alimento tradicional ligado al territorio.

Al respecto, Grass, Cervantes y Altamirano (2013) en su análisis señalan que resultó importante a fin de identificar los factores que generan un proceso de desarticulación entre el producto, el vínculo con el territorio y su probable desaparición, así, a través de herramientas metodológicas como la historia oral, genealogía, trayectoria tecnológica, análisis de redes entre otras, lograron

evidenciar la importancia que refiere el análisis desde una perspectiva no solo económica sino integral para difundir la importancia que refieren en la actualidad los alimentos tradicionales.

Respecto a la identificación del potencial y gestión como productos ligados al territorio en el rubro de granos y sus productos derivados, se cuenta con algunos ejemplos tales como: el arroz Delta del Ebro, los arroces de Valencia y Calasparras (España); estos representan un fuerte vínculo entre lo tradicional y la importancia de un grano de calidad vinculada al origen que además es fuente principal en la alimentación de estas regiones (Sainz, 2002).

Otro ejemplo de estrategias de protección de los granos a nivel es el esfuerzo realizado por Costa Rica quien pugna por obtener un sello de trazabilidad o rastreabilidad para el frijol a fin de aumentar las ventas de este producto. Otro ejemplo es Instamasa, masa de maíz de origen costarricense utilizada para preparar tamales y que cuenta con un sello de trazabilidad que garantiza la calidad y además, pugna por enaltecer el trabajo de los agricultores costarricenses garantizando la inserción de los sectores productivos a los mercados actuales.

Para Navarro (2011), la obtención de una Denominación de Origen (DO) pone de manifiesto que la calidad, tradición y reputación del Maíz Gigante Blanco del Cusco (MBGC) se debe principalmente al medio geográfico motivo por el cual dentro de los procesos de gestión de la (DO) resultó trascendente poder demostrar no solo la importancia del maíz en esta región sino también reconocer las prácticas culturales y tradicionales, de la misma forma hace notar que la obtención de una DO pone de manifiesto que la calidad, tradición y reputación del MBGC se debe principalmente al medio geográfico, motivo por el cual dentro de los procesos de gestión resultó trascendente poder demostrar no solo la importancia del maíz en esta región, sino también reconocer las prácticas culturales y tradicionales.

Existen además de diferentes granos, cereales y productos derivados con calidad superior que si bien no cuentan con una certificación de calidad, el anclaje territorial del que forman parte, sin lugar a dudas, los convierte en productos singulares (Vandecandelaere, 2010).

En México, existen derivados de cereales que cuentan con características distintivas. Este es el caso del maíz criollo bolita oaxaqueño, ingrediente principal para la elaboración de las Tlayudas, alimento tradicional de la cocina oaxaqueña elaborada de forma artesanal por mujeres de la región; dando cuenta después de un año y dos meses de gestión de la obtención de la marca colectiva “Mi querencia” perteneciente a la Organización de Agropecuarios de los Valles de Oaxaca, con la finalidad de poder alcanzar mercados internacionales al poder garantizar la calidad e inocuidad de su producto para poner de manifiesto la importancia de la calidad del maíz para generar esta certificación. (El UNIVERSAL, 2013).

El caso del maíz del tipo zapalote chico o “rey del Istmo” es otro ejemplo de cómo las variedades autóctonas adaptadas a las condiciones climáticas adversas se utilizan para la elaboración de alimentos tradicionales como los totopos del Istmo de Tehuantepec, Oaxaca (Gómez, 2013). Este alimento en forma de tostada puede ser de diferentes sabores como coco, suero de queso, mantequilla, epazote, camarón y crema, dentro de la zona esta actividad genera desarrollo económico para 25,000 familias que se dedican a la producción de totopo considerado una herencia culinaria vinculada estrechamente al territorio de producción (Manzo, 2014).

Por otra parte las tostadas de maíz criollo amarillo de Chiapas, que elaboran mujeres indígenas de las regiones de Altos, Fronteriza y Selva, representan una actividad generadora de empleo para cientos de familias productoras de tostadas

que han visto en esta actividad tradicional una oportunidad para dinamizar la economía local (Díaz, 2012).

De esta forma las tradiciones alimentarias permiten aprovechar los recursos locales como una fuerza socioeconómica local para establecer estrategias futuras que sirvan a los productores a fin de poder implementar una marca colectiva, indicación geográfica o región de origen que permitan valorar al producto local como un alimento con calidad diferenciada dentro del territorio a través de variables de identificación histórica, genealógica, innovación tecnológica, vínculo producto-territorio y cadena productiva, alcanzando objetivos significativos para el buen desarrollo económico de los actores locales y las familias que dependen de esta actividad.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

- Analizar si el origen, producción, comercialización y particularidades físicas del huarache de Toluca lo hacen tener potencial para destacarlo como un alimento cuya calidad está asociada al territorio y a la cultura gastronómica local.

4.2 Objetivos específicos

- Establecer la importancia social y económica, así como la evolución histórica y gastronómica del alimento entre la población de Toluca para sustentar su vínculo con el territorio.
- Documentar la forma de elaboración, los ingredientes y características específicas de las tostadas huaracheras.
- Analizar la cadena de producción del huarache como elemento clave en la distribución local y su permanencia colectiva.
- Analizar las preferencias de los consumidores locales para poder determinar el grado de importancia gastronómica que tiene el huarache entre la sociedad de Toluca.

5. METODOLOGÍA

Para obtener los resultados que demostraran el vínculo existente entre el Huarache y el territorio de la Teresona, además de la historialidad se empleó el método analítico a fin de analizar cada uno de los elementos de la producción y comercialización de este producto, para así evidenciar los procesos, económicos y gastronómicos generados en la comunidad.

Para fundamentar empírica y prácticamente el análisis se tomó como base metodológica realizada por Grass et al. (2013) quienes comentan que para realizar un análisis pertinente en términos de la calidad vinculada al territorio se requiere analizar procesos evolutivos, socioeconómicos y culturales. Con base en lo anterior, se aplicaron las siguientes herramientas metodológicas:

- a) **La historia oral**, para identificar el origen y la evolución del huarache mediante los testimonios históricos de los actores principales del proceso; es decir, mujeres productoras de tostadas con un rango de edad por arriba de los 45 años en adelante, a fin de obtener información del proceso histórico y de producción artesanal del huarache.
- b) **Método genealógico**, para comprender cómo se ha transmitido el *saber-hacer* asociado con los sistemas bilaterales de descendencia, así como en las comunidades, barrios y sectores rurales o urbanos. Se ha encontrado en la genealogía una herramienta efectiva para la comprensión de ayuda mutua, en los sistemas económicos informales. Lo anterior, con la finalidad de elaborar una línea del tiempo que permita visualizar de manera comprensible los hechos de mayor relevancia histórica en torno a la producción de huaraches en la Unidad Territorial La Teresona y cómo estos

influyeron de forma drástica en su producción, comercialización, desarrollo local y el vínculo con el territorio que se sugiere en este análisis.

- c) **Análisis de innovación tecnológica**, para reconocer la manera en que se han incorporado las nuevas tecnologías a la elaboración tradicional del huarache y a su vez como herramienta en el desentramado de los cambios económicos derivados de estas innovaciones a través de visitas dentro de los talleres de producción de las familias que elaboran tostadas.
- d) **Análisis de la cadena agroalimentaria**, para comprender la interacción económica entre los eslabones de la cadena y las estrategias de competitividad que desarrolla esta agroindustria.

Para realizar el análisis de información del producto se recurrió al enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL), según la propuesta de (Boucher, 2012), para propiciar la activación de los (SIAL) y en conjunto con otros recursos exógenos mediante cuatro elementos fundamentales: 1) el sentimiento de pertenencia; 2) la transmisión del saber hacer; 3) una historia y un destino común; y 4) el rol clave de los actores como depositarios de la tradición alimentaria y el vínculo que tienen con el territorio.

Para poder realizar lo anterior, así como para documentar ingredientes y proceso de elaboración se realizaron recorridos en la zona de producción y se aplicaron 35 entrevistas semiestructuradas a productoras locales.

Para llevar a cabo la segmentación de la muestra se tomó un intervalo de edad con un rango de edad de 25 años en adelante en unidades familiares pequeñas y grandes productores, intermediarios y comercializadores del producto procesado (tostada), así como como vendedoras de huarache elaborado para su venta a consumidores para obtener información relevante respecto a los procesos de elaboración, distribución y comercialización del producto en los diferentes eslabones de la cadena agroalimentaria.

Además se utilizó el software UCINET 6.598 (Borgati, 2002) para mapear, editar y analizar las redes sociales de una forma estructurada, así como las diferentes aristas y relaciones de parentesco, compadrazgo y amistad entre los actores a fin de poder diagnosticar la posible integración de las redes sociales para la obtención de una marca colectiva o una distinción de región de origen.

Percepción de producto por parte de los consumidores

Se realizaron 151 encuestas entre los meses de mayo y junio a fin de conocer la percepción que tienen los consumidores hacia el huarache de Toluca, destacando el vínculo con el territorio y la calidad del producto. Se utilizaron las herramientas de Excel 2013 y el paquete estadístico IBM SPSS Statocis 24.0, software de analítica predictiva para realizar las gráficas y estadísticas de las pesquisas.

De la misma forma se realizó un análisis estadístico descriptivo de los datos obtenidos en las encuestas para resumir las preferencias de los consumidores de huaraches en la ciudad de Toluca en el 2016.

6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1 Historia del Huarache de Toluca

Documentar la historia de los alimentos artesanales con anclaje territorial, como es el caso de los huaraches de Toluca, también llamados tostadas, sugiere, entre otras cosas, poder identificar a los partícipes principales de esta fuente de empleo que además es considerada una artesanía local y que sirve como apoyo económico a las familias de la Unidad Territorial La Teresona.

Según información obtenida durante las entrevistas realizadas dentro de la Unidad Territorial La Teresona, los huaraches de Toluca pudieron tener su origen cerca del año 1924. Una de las versiones del origen del huarache artesanal señala a la señora Apolonia Jaimes Romero y su mamá, Encarnación Jaimes, como las primeras personas en elaborar las tostadas de maíz blanco esto, en palabras de Doña Trinidad (productora de tostadas y huaraches).

... mi abuelita enseñó a mi mamá. Cuando yo tenía 12 años la veía trabajar la tostada; a mí no me gustaba que las vecinas nos visitaran porque muchas de ellas solo iban para aprender a hacer las tostadas, entre ellas, la señora Loreto... (Trinidad Martínez; Comunicación personal , agosto 2015).

En comunicación personal con la señora Gertrudis Jaimes (2015) comentó que la elaboración de los huaraches comenzó cerca del año 1926, en esos años las mujeres tenían que ponerse de rodillas para moler el *nixcomel* (maíz nixtamalizado) sobre el metate hasta que caía la memela; se retiraban con las manos y las cocían en el comal donde sólo cabían cuatro memelas gruesas; al ver que tardaban mucho en cocinarse o quedaban crudas decidieron retirar el exceso de masa con la punta de los dedos, esto provocaba al paso del tiempo la pérdida de las uñas debido al raspado de la masa caliente.

En el año 1926 la señora Apolonia Jaimes se trasladaba a pie desde el cerro de la Teresona en donde tenía su domicilio hacia la Terminal de Tlacotepec, que era como se le conocía a la central camionera que estaba ubicada al costado sur del Teatro Morelos para vender sus huaraches que en ese entonces se comían solo con cilantro, salsa y cebolla; también los vendía afuera de La Troje, la pulquería más popular de principios del siglo XX y en las afueras de la iglesia de La Merced y El Calvario de Toluca.

Desde sus inicios la elaboración del huarache ya reflejaba la adaptación del proceso a las condiciones prevalecientes en el entorno de producción; con grandes zonas de terreno se cultivaban el maíz azul y amarillo, nopales y cilantro además se utilizaban bolgas (excremento de vacas) como combustible para los comales y fogones de esta forma se cocinaban diversos alimentos, principalmente el nixtamal, tortillas y desde luego tostadas.

Corría el año de 1930 cuando las señoras Loreto González de Enríquez y Guadalupe Ortega Enríquez quienes habitaban entonces en el barrio de la Teresona recorrían las calles empedradas con cubetas de nopales tiernos recién cortados y maíz blanco mismos que habían intercambiado con los dueños de los ranchos cercanos (Nolasco, 2015). Se dice que fue la señora Loreto quien comenzó con la preparación de huaraches previo a aprender la técnica de la señora Apolonia, de esta forma el modo de preparación se dispersó entre las mujeres de la zona. El crecimiento industrial de la ciudad impulsado por el entonces Gobernador del Estado de México Filiberto Gómez hizo necesario que otras mujeres comercializaran el producto en diferentes puntos de la ciudad en los que se reunían los trabajadores. De ahí que también se le asociara a la señora Loreto con la venta de huaraches fuera de las pulquerías que en esos años eran muy populares y visitadas por los obreros después de sus jornadas laborales (Nolasco; Comunicación personal 2015).

Cabe mencionar que en esos años (30's) los niveles de desarrollo industrial, urbano y social de la ciudad influyeron de forma determinante en el proceso evolutivo de producción del huarache, ejemplo de esto fue la construcción del aeropuerto de la ciudad; la inauguración del estadio de futbol del club deportivo Toluca, así como la construcción de la Ciudad Universitaria. Todos estos desarrollos se convirtieron en lugares de venta para las productoras de huaraches y debido a la solicitud tuvieron que mejorar y aumentar la producción.

En 1940 el toque de queda que se implementó en la ciudad. Además los apagones nocturnos que se dieron en esas épocas obligaron a las productoras a terminar sus ventas a horas tempranas, así como a preparar las tostadas del día siguiente bajo la luz de las velas. Muy probablemente, estos eventos influyeron en el proceso productivo al tener que utilizar comales de mayor tamaño y diferente material para acelerar los procesos de cocción.

Por otra parte y con las mejoras en el desarrollo local, la obtención de agua para la producción y los diferentes menesteres domésticos trajo progresos significativos, el que otrora fuera un trabajo pesado por las distancias que se tenían que recorrer para la obtención del vital líquido se convirtió en una actividad cotidiana y de fácil acceso lo que también contribuyó en la mejora del proceso productivo (Véase imagen 1).

Imagen 1. Pozo de abastecimiento de agua para de las familias de la Unidad Territorial La Teresona



Fuente: Granados (2016)

Sin lugar a dudas, fueron las amas de casa las principales portadoras y transmisoras del saber hacer entre las productoras de tostadas. De esta forma, la principal herencia que dejaron a sus hijas fue el conocimiento de una actividad que sin saberlo, superaría las barreras del tiempo como lo narra la señora Santamaría.

... ya desde entonces, veía correr a Doña Celerina con nopales viejos para desisclarlos (retirar espinas) y después cocerlos en el fogón, mi mamá me decía que eran para los huaraches... (Santa María; Comunicación personal, agosto 2015).

Fue en 1932 cuando la señora Loreto Jaimes comenzó a vender sus huaraches en las afueras del mercado 16 de Septiembre el cual se ubicaba en el que hoy se conoce como “Cosmovitral Jardín Botánico” de Toluca, entre las calles de Juárez y Lerdo en la zona centro de la ciudad.

En 1941 se ampliaron los lugares de venta cubriendo zonas como el Parque Matlatzincas, el estadio de futbol La Bombonera de Toluca y en las afueras de las iglesias tales como La Merced y La Santa Veracruz. Estos nuevos mercados de

comercialización llevaron a la Señora Loreto Jaimes de Enríquez a conocer al entonces dueño del equipo de futbol Diablos Rojos de Toluca quien en sus fiestas privadas ofrecía a sus invitados, quienes venían de diferentes partes del país, huaraches de maíz azul.

En la reseña histórica del huarache toluqueño se dice que en el año de 1963, David Alfaro Siqueiros solía comer los huaraches en la calle de Mina de la colonia Guerrero acompañado de amigos quienes disfrutaban de este antojito preparado por la señora Loreto, quien además fue una de las primeras mujeres en abandonar la ciudad de Toluca para vender sus huaraches en la ciudad de México (Nolasco, 2015). (Imagen 2.).

A continuación se realiza una transcripción de la **“Reseña histórica de la tradicional tostada huarache de Toluca”**, realizada por Luis Nolasco Ortega en el año 2000.

La preparación de este rico antojito toluqueño es a base de maíz, frijoles, nopales, salsa roja molida en metate (chile chilaca), cilantro y cebolla. Inicialmente se cocinaban los ingredientes con boñigas (excremento de vacas) o con mezotes (maguey) y acahuites de maíz, actualmente la cocción se realiza con gas.

La elaboración de este rico platillo toluqueño la inicia la señora Loreto de González Enríquez, en el año 1930, posteriormente le enseña la receta a las Señoras Felipa Jaimes Santa María y Guadalupe Ortega Enríquez, y así empiezan a vender las “tostadas” o “huaraches” en 20 centavos, afuera de las pulquerías, actividad que era mal vista por los vecinos y familiares, posteriormente en el año de 1950 las comercializan en los campos de futbol, del Tivoli y en el campo patria, ahora la Bombonera; para este entonces la tostada ya costaba 50 centavos .

En el año de 1963 conocí a David Alfaro Siqueiros en la Ciudad de México, en las calles de Mina, Colonia Guerrero, quien me presentó con sus amigos Valentín Campa, José Revueltas, Alejo peralta, el Obispo de Cuernavaca, Méndez Arceo y al General Núñez, dueño del Club Atlante. Don David le compraba las famosas “tostadas” o “huaraches” a mi mamá para todos ellos.

En 1957 tuve el gusto por tercera vez de tener un reencuentro con José López Hernández, el famoso Toluco López (boxeador, campeón Nacional Peso Gallo), con una famosa artista, a quien trajo a probar las “tostadas” “huaraches”, en la pulquería llamada “El maguey”, la cual estaba ubicada en la calle de Lerdo y Pedro Ascencio.

Recuerdo que siendo gobernador el Sr. Gustavo Baz Prada (1958-1963) y Felipe Chávez Becerril (1958-1960 y 1967- 1969), le compraba las “tostadas” a mi mamá, en la pulquería “El Tinacal” y la pulquería el “Colorado”, mismas que estaban en las calles de Santos de Santos Degollado, a un costado del Mercado 16 de septiembre.

También eran clientes de mi mamá Guadalupe Ortega Enríquez y el Sr. Jaime Pons Hernández, Presidente Municipal, Enrique V. Enríquez, el Sr. Yurrieta y Agustín Gasca.

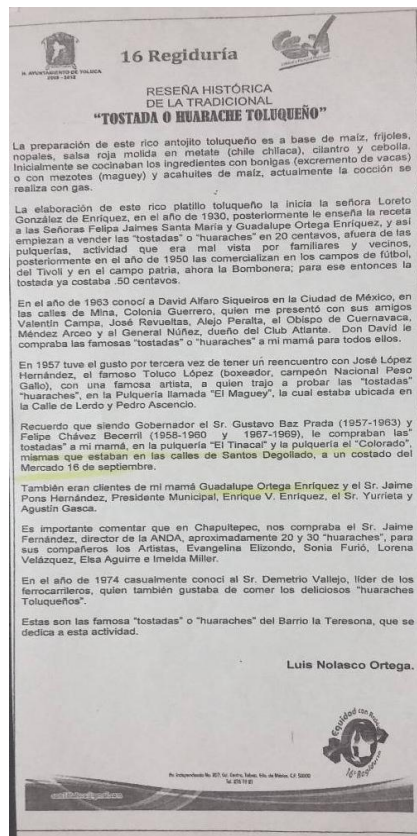
Es importante comentar que en Chapultepec, nos compraba el Sr. Jaime Fernández, director de la ANDA, aproximadamente 20 y 30 “huaraches”, para sus compañeros los Artistas, Evangelina Elizondo, Sonia Furió, Lorena Velázquez, Elsa Aguirre e Imelda Mille.

En el año de 1974 casualmente conocí al Sr. Demetrio Vallejo, líder de los ferrocarrileros, quien también gustaba de comer los deliciosos “huaraches Toluqueños”.

Estas son las famosa “tostadas” o “huaraches” del Barrio de la Teresona, que se dedica a esta actividad.

Luis Nolasco Ortega

Imagen 2. Reseña histórica de la tradicional tostada o huarache toluqueño



Fuente: (Nolasco 2015)

En 1960, la producción de huaraches comenzó a abandonar la Unidad territorial de Teresona para reproducirse en diferentes regiones del Estado de México como Malinalco, Tenango, Tenancingo Calixtlahuaca, Texaquic, Santa Cruz Atzacapotzaltongo, entre otras. Lo anterior, debido a la decisión de las hijas de las principales productoras de formar sus propias familias con hombres de otras localidades propiciando elaborar tostadas y huaraches como medio de

subsistencia y apoyo económico familiar, pasando la técnica de elaboración a amigas o parientes del esposo. De esta forma, la que hasta entonces era una actividad única del Barrio de la Teresona comenzó su desplazamiento, sin dejar de ser el barrio de origen el mayor productor hasta la fecha.

La pertinencia de las mujeres por encontrar nuevos nichos de mercado que les permitiera llevar el sustento a sus casas obligó a muchas de ellas a trasladarse al Distrito Federal, hoy Ciudad de México, para vender sus tostadas en lugares como el Zócalo de la Ciudad, Mercado de Jamaica, La Viga, así como afuera de las estaciones del metro.

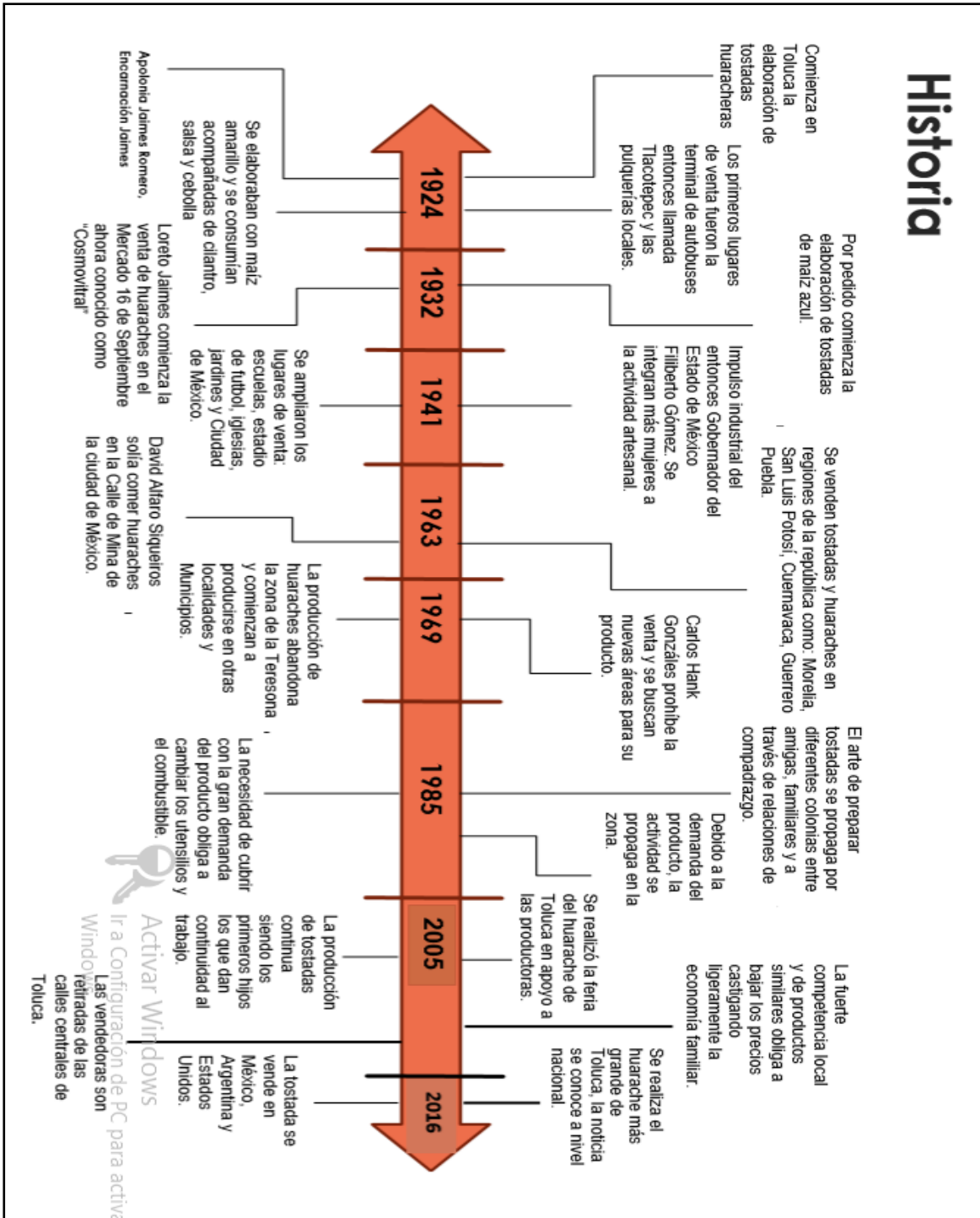
Actualmente la producción de tostadas para la elaboración de huaraches continúa traspasando las barreras del Estado de México de tal manera que se ha documentado su presencia en estados como Morelos, Guerrero, Querétaro, Guadalajara, Michoacán y Puebla además de países como Argentina, Estados Unidos y Japón. Este último vio en las tostadas toluqueñas una oportunidad de exportación debido a que presentan propiedades nutrimentales por encima de otro tipo de tostadas (Paredes, 2015).

Sin lugar a dudas, resulta importante saber que un alimento tan singular en su elaboración ha despertado la curiosidad de propios y extraños al grado de ser exportado a otras partes del mundo. Para Martínez (2008), las movilizaciones de personas a diferentes partes del mundo ha tenido como consecuencia el traslado de las tradiciones culturales; estas personas terminan adaptándose a las nuevas culturas del lugar de residencia pero conservan sus tradiciones entre ellas la más fuerte: la tradición gastronómica, surgiendo así el denominado mercado de nostalgia que ha ido aumentando conforme los mercados se han abierto producto de la inminente globalización.

De acuerdo con los datos y comentarios mencionados con anticipación, se puede recrear *a grosso modo* una línea del tiempo que refiere los principales hechos históricos en torno a la preparación de las tostadas huaracheras, hechos que sin lugar a dudas, marcaron de forma significativa la forma de preparación, comercialización y economía local de las productoras.

La línea del tiempo de la producción de tostadas en la Unidad Territorial La Teresona representa diferentes momentos históricos, políticos y culturales en los que se muestra la coyuntura existente con las representaciones gastronómicas locales así como la convivencia social y los hechos que esta sinergia desencadena en las compactas relaciones sociales y económicas; de la misma forma, es apropiado hacer mención de la importancia de la línea del tiempo como una herramienta de comprensión histórica debido a la falta de evidencias escritas que permitan mencionar al huarache como un alimento de tradición en Toluca.

Imagen 3. Línea del tiempo de la producción de tostadas huaracheras en la Unidad Territorial La Teresona.



Fuente: Trabajo de campo, Granados (2016)

6.2 Proceso de elaboración de tostadas artesanales de Toluca

Resulta valioso poder documentar los procesos de elaboración de las tostadas o huaraches tradicionales de Toluca, en la Unidad Territorial La Teresona a fin de establecer la continuidad que se ha perpetuado durante décadas en este territorio donde la producción de este alimento se realiza a pequeña escala.

Para comenzar con la pertinente descripción del proceso productivo es importante iniciar haciendo mención de los ingredientes con que se elaboran las tostadas, así como los lugares en donde éstos se adquieren y la forma en que estos son almacenados.

a) Compra de insumos

Existen diferentes lugares en donde las productoras pueden realizar las compras para la confección de las tostadas o huaraches, pero sin lugar a dudas, son mercados locales de la ciudad de Toluca los centros de abasto preferidos por productoras. Destacan para la compra de insumos: la Central de Abastos de Toluca, el Mercado 16 de Septiembre, así como el Mercado Juárez; en éstos, se encuentra todo lo necesario para su trabajo (maíz, cal, sal y bolsas) y a buen precio.

Otra de las formas utilizadas para la compra de ingredientes de elaboración de las tostadas, es la visita de los proveedores a los domicilios de las productoras mayoristas que ven en esta dinámica una ventaja en los costos de producción al no tener que realizar inversión en el traslado, además de garantizar la calidad de los insumos debido principalmente a la buena reputación y nivel de confianza existente siendo tan importante que en diferentes ocasiones se maneja el crédito pagadero en la próxima entrega.

Para las productoras minoristas también existen diferentes opciones de poder adquirir sus materiales de trabajo. Los días miércoles de cada semana, sobre la calle Paseo Matlatzincas, ubicada al pie del cerro de la Teresona, y a partir de las diez de la mañana, se estaciona un vehículo de carga proveniente de Amanalco de Becerra, lugar donde se corta el nopal, el cual ofrece nopales al mayoreo, además de maíz, cal, bolsas, y demás ingredientes empleados para la elaboración de huaraches o tostadas preparados (cilantro, frijol, chile de árbol y queso).

Por otra parte, la compra en tiendas locales representa la última de las opciones de las productoras ya que los costos son más elevados y en ocasiones no se encuentran todos los insumos. A pesar de esto, muchas de las tienditas siguen expendiendo materias primas para elaborar tostadas ya que nunca faltan los pedidos de último momento y gracias a los horarios más extendidos que tiene estos comercios y a la demanda de tostadas por parte de las revendedoras, siempre se requiere del material. (Véase imagen 4)

Imagen 4. Proveedores de materia prima para elaborar tostadas huarachera ubicados en Paseo Matlatzincas Unidad Territorial La Teresona



Fuente: Trabajo de campo (2016)

a) Almacenamiento de materias primas

Debido a las condiciones de espacio que mantienen en sus hogares, gran parte de las productoras de tostadas en la Unidad Territorial La Teresona realizan el almacenamiento de forma precaria, ya sea en las mismas bolsas donde se les vendió, o en botes de latón que durante varios años han funcionado como contenedores de maíz.

En el caso de la cal para el proceso de nixtamalización o nixcomel, como se le conoce entre las productoras de mayor edad, es importante resaltar que no se tiene ninguna forma de almacenamiento especial debido principalmente a la naturaleza del producto, es decir, este no es propenso a un proceso de descomposición. No obstante, puede sufrir de invasión de humedad del ambiente si no se conserva en algún lugar seco, a pesar de esto es poco probable que sea desechado pues aún en estas condiciones puede servir para el proceso de nixtamalización del maíz (Véase imagen 5).

Imagen 5. Almacenamiento de los granos de maíz en la casa-taller de las productoras.



Fuente: Trabajo de campo (2016)

b) Selección de granos de maíz

La sapiencia heredada a través de los años por las abuelas y madres de las actuales productoras de tostadas para huaraches ha sido sin lugar a dudas una de las principales fortalezas que en cuestión de selección de los granos de maíz se pone en práctica al momento de elegir los mejores granos para la confección de su producto. A este conocimiento adquirido con el paso de los años se debe también tomar en cuenta la confianza que se tiene en los proveedores que en muchos casos tienen más de veinte años suministrando los granos, motivo por el cual el proceso de selección no es una de las prioridades al momento de la producción, aun así, siempre se trata de hacer una revisión previa para garantizar la ausencia de basura o gorgojos (bichos del maíz) (Véase imagen 10).

Imagen 10. Selección de granos de maíz azul y blanco



Fuente: Trabajo de campo (2016)

c) Nixtamalización

La cocción del maíz para obtener masa de huaraches comienza después de seleccionar los granos de maíz amarillo y azul en porciones de 20% y 80% respectivamente, esto debido a las características que proporciona cada tipo de

grano a la masa. Los granos de maíz amarillo proporcionan una mayor resistencia al quiebre de las tostadas, mientras que el maíz azul otorga un mejor sabor al producto final.

El primer paso en el proceso de nixtamalización comienza cuando se ponen a cocer los granos de maíz en la estufa o en un fogón con leña en una solución de agua, cal y maíz en las siguientes proporciones:

- 1 kilogramo de maíz
- 3 litros de agua
- 3 cucharadas de cal

A una temperatura cerca del punto de ebullición que en la ciudad de Toluca es de 97° centígrados por un tiempo aproximado de una hora, tras la cocción el maíz se deja inmerso en el nejayote (caldo de cocción) durante toda una noche a fin de retirar fácilmente el pericarpio (cascarilla del maíz). Este proceso se realiza cada tercer día en el caso de productoras minoristas o diariamente si son productoras mayoristas (Véase imagen 11).

Imagen 11. Nixcomel en el fogón.



Fuente: Trabajo de campo (2016)

De esta forma a través de la investigación de campo se pudo documentar que la porción de maíz blanco y negro se utilizan en un porcentaje 70-30 es decir, para un bote de diez kilos de masa para tostada se mezclan siete kilos de maíz negro por tres kilos de maíz blanco y medio kilo de cal (Véase imagen 6).

Imagen 6. Nixcomel tradicional para la elaboración de tostadas o huaraches tradicionales



Fuente: Trabajo de campo (2015)

Posteriormente y después de la mezcla de maíces se lleva a cabo la cocción del nixtamal o *nixcomel*, como también lo conocen las productoras; este proceso se lleva a cabo en los fogones que aún se encuentran en la mayoría de las casas. Las productoras refieren que el proceso de cocción de los granos es de dos horas aproximadamente y posteriormente se deja reposar toda la noche para posteriormente retirar la piel de los granos (Véase imagen 7).

Imagen 7. Fogón de leña para la cocción del nixcomel



Fuente: Trabajo de campo (2015)

Una vez que se realizó el proceso de nixtamalización por mañana se escucha en las calles empedradas correr a las mujeres para apartar un lugar en el molino local y formar sus cubetas de plástico para que el molinero pase por la máquina el maíz que ellas han llevado y lo transforme en una masa de color verdosa, pero no muy molida ya que de lo contrario, las tostadas no tendrían esos característicos trocitos de maíz quebrado que hacen únicos a los huaraches.

Una vez lista la masa, se continúa con el proceso de elaboración de las tostadas o huaraches. Para lograr lo anterior, es necesario contar con las herramientas necesarias las cuales, a pesar del tiempo siguen siendo prácticamente las mismas desde un inicio (Véase imagen 8). A continuación, se describen cada una de estas herramientas.

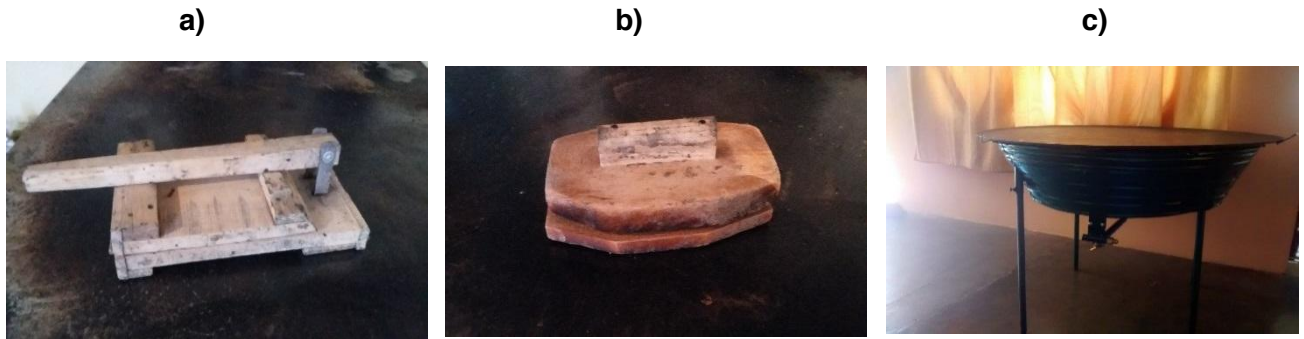


Imagen 8. Principales utensilios en la elaboración de tostadas o huaraches tradicionales.

Fuente: Trabajo de campo (2016)

- a) Máquina para hacer tostadas huaracheras:** a diferencia de la maquina tradicional, esta es de mayor tamaño y peso. En la mayoría de los casos, está fabricada con madera y de forma cuadrada de hasta 40 centímetros de largo, aunque también se ven algunas de acero, esta última en menor medida por el costo que implica su fabricación. En los dos casos las personas que las elaboran son vecinos del barrio (carpinteros o herreros) debido a que ellos son los que saben las medidas que buscan las productoras.
- b) Comal de acero:** en este caso las especificaciones no son muy especiales. Solo se busca que sea de un diámetro de hasta dos metros a fin de colocar sobre éste hasta ocho tostadas. La mayoría de las productoras lo ha comprado en la Central de Abastos y lo llegan a cambiar cada 3 años debido al desgaste por calor.
- c) Raspa de panadero:** se utiliza una raspa de panadería de material plástico para retirar la masa excedente de las memelas, procedimiento al que ellas denominan como “raspado”.
- d) Planchas:** pueden ser de cemento o como en la mayoría de los casos trozos de madera (polines) de aproximadamente veinte centímetros de

largo, lo utilizan para evitar que las tostadas se onduen al momento de dorarse sobre la plancha.

- e) **Mesa de madera:** en esta se coloca la masa para la elaboración de tostadas; esta mesa es única y exclusiva para este fin.

Imagen 9. Utensilios para la elaboración de tostadas



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Para la elaboración de las tostadas las productoras toman una cantidad de masa de aproximadamente doscientos gramos la cual posteriormente es prensada en la máquina para tortillas a fin de lograr un grosor de dos centímetros. Esta “memela” se cocina sobre el comal durante cuatro minutos y una vez que la parte inferior de la memela se dora se realiza el raspado, es decir, se le quita el excedente de masa para lograr una tostada seca con un peso aproximado de cincuenta gramos según el tamaño que se desee.

A continuación se coloca la plancha sobre la tostada para continuar su cocción por cuatro minutos más hasta que esté bien dorada. Durante este proceso, las tostadas no son volteadas, solo se doran por la parte inferior. Una vez que están doradas a la perfección, éstas son apiladas en montículos de veinte tostadas hasta que se enfrían y una vez frías, se empacan ya sea en bolsas de plástico o en las canastas de mimbre que se utilizan como exhibidores en los puntos de venta.

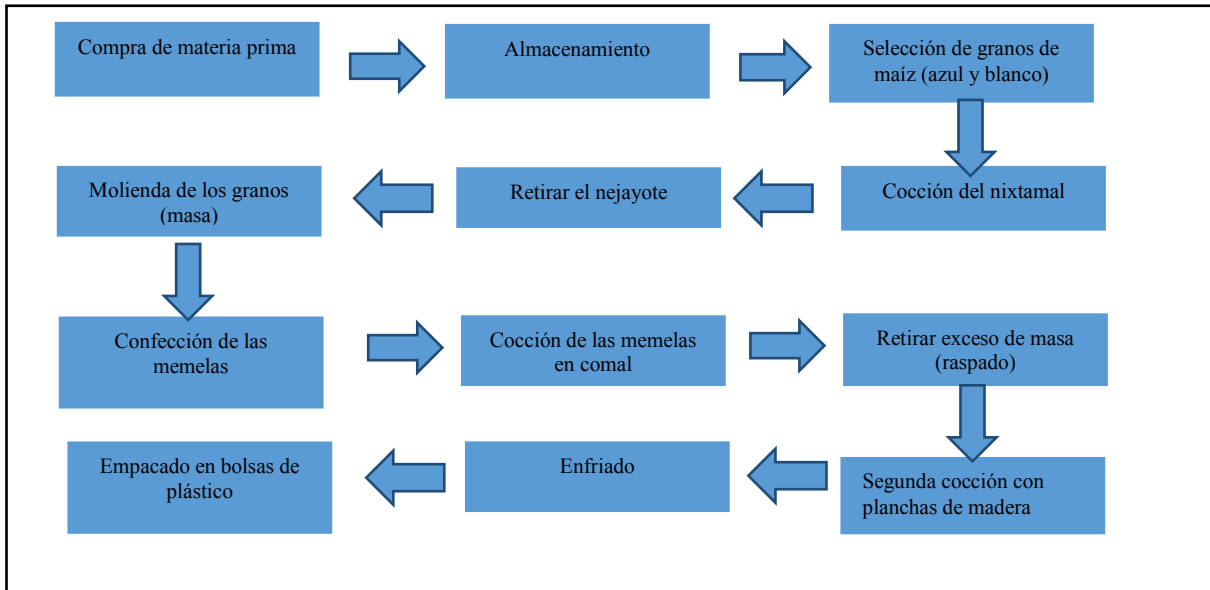
Este proceso se lleva a cabo durante casi cuatro horas, según sea la cantidad de masa que se esté preparando. La mayoría de las mujeres productoras de tostadas asegura no contar las tostadas que se obtienen a partir de una cubeta de veinte kilos de masa, aunque algunas de ellas comentan que una cubeta de estas dimensiones les alcanza para hacer de trecientas a trecientos cincuenta tostadas, aunque no siempre elaboran tal cantidad de masa. En algunos casos solo elaboran cuarenta de estas a fin de tener suficientes para la venta del día siguiente.

Para la mayoría de las productoras de tostadas la elaboración completa de estas les puede llevar todo un día. Desde la preparación del nixtamal hasta la elaboración de la última tostada pueden terminar a las diez de la noche, sin embargo, esta jornada solo la realizan cada dos días.

Para el caso de los productores mayoristas la producción puede alargarse durante dos jornadas de ocho horas en las cuales trabajan cuatro empleados por jornada para realizar una producción con sesenta kilos de masa al día para una fabricación de dos mil tostadas cada tercer día, mismas que son revendidas entre habitantes de la Unidad Territorial que sólo se dedican a la venta de huaraches, o en su defecto son enviadas a la Ciudad de México donde se comercializan hasta en mil pesos la caja con doscientas cincuenta tostadas lo que significa un costo de cuatro pesos por cada una.

En cambio, para las productoras minoristas el precio por tostada alcanza los tres pesos si es que alguien les realiza un pedido. Para muchas de las mujeres que elaboran tostadas en la Teresona la calidad en el sabor, color, textura y tamaño de su producto hace la diferencia entre los productores a gran escala, motivo por el cual no les preocupa la competencia de este tipo de fabricantes ya que argumentan que sus tostadas son de mejor calidad además de ser un producto artesanal.

Esquema 1. Proceso de elaboración de Tostadas para Huaraches



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en las entrevistas realizadas en 2016.

Imagen 10. Selección de granos de maíz azul y blanco



Fuente: Trabajo de campo (2016)

d) Nixtamalización

La cocción del maíz para obtener masa de huaraches comienza después de seleccionar los granos de maíz amarillo y azul en porciones de 20% y 80% respectivamente, esto debido a las características que proporciona cada tipo de grano a la masa. Los granos de maíz amarillo proporcionan una mayor resistencia al quiebre de las tostadas, mientras que el maíz azul otorga un mejor sabor al producto final.

El primer paso en el proceso de nixtamalización comienza cuando se ponen a cocer los granos de maíz en la estufa o en un fogón con leña en una solución de agua, cal y maíz en las siguientes proporciones:

- 1 kilogramo de maíz
- 3 litros de agua
- 3 cucharadas de cal

A una temperatura cerca del punto de ebullición que en la ciudad de Toluca es de 97° centígrados por un tiempo aproximado de una hora, tras la cocción el maíz se deja inmerso en el nejayote (caldo de cocción) durante toda una noche a fin de retirar fácilmente el pericarpio (cascarilla del maíz), este proceso se realiza cada tercer día en el caso de productoras minoristas o diariamente si son productoras mayoristas. (Véase imagen 11)

Imagen 11. Proceso ancestral de nixtamalización



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Retirado del nejayote

En esta etapa del proceso se busca eliminar el pericarpio del grano a través del frotado y lavado con abundante agua corriente, esto con la finalidad de evitar el sabor amargo y desagradable de cal. Es importante que este proceso se realice en repetidas ocasiones para garantizar el buen sabor de la masa.

Una vez que se retira el nejayote este se tira en las coladeras, lo que hace evidente una mejora en el proceso para no desecharlo y así evitar contaminación alcalina del agua lo que contribuye a la polución del ambiente, por tratarse de un desecho altamente contaminante

Sin embargo para (Valderrama, 2013) comenta que con la finalidad de reutilizar el líquido y no contaminar se pueden retirar los sólidos, y obtener un filtrado con altas concentraciones de calcio que, con un tratamiento adecuado, podría ser empleado por inmersión en frutas y hortalizas frescas para alargar su vida útil. Otra

alternativa sería emplearlo en raíces de las plantas para evitar la proliferación de hongos. (Véase imagen 12)

Imagen 12. Desecho del nejayote



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Molienda de los granos (masa)

Esta operación es una de las más importantes en todo el proceso debido a la consistencia de la masa, que en el caso de las tostadas para huaraches debe tener una consistencia más granulada, es decir, con diminutos trozos de maíz de lo contrario se obtendría una masa de tortillas.

En muchos hogares de las productoras de tostadas ya se cuenta con su propio molino eléctrico de maíz, lo que disminuye el costo de producción, además de la fatiga que representa el trasladar los botes del nixtamal al molino local, sin embargo, este último aun cuenta con la preferencia de la mayoría de las productoras puesto que en algunos casos principalmente las minoristas, prefieren no invertir en esta maquinaria ya que la elaboración de masa es en un rango de diez kilos cada tercer día, además que la confianza que se tiene en el molinero es tanta que se escoge dejar el nixtamal por la mañana para poder realizar otras

actividades y recogerlo al medio día para dar inicio a la producción. (Véase imagen 13)

Imagen 13. Molienda del nixtamal para hacer masa para tostadas



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Confección de las memelas

Esta etapa se inicia con una previa rehidratación de la masa para dejarla en condiciones óptimas para la producción. Cabe señalar que este proceso se debe realizar cuantas veces sea necesario durante la producción para que la masa no se reseque, resultado del intenso calor que se origina por el espacio reducido en el que se elaboran las tostadas. Una vez que se concluye con este proceso, se toma una porción de masa de trecientos gramos aproximadamente y se llevan a una prensa muy parecida a la de tortillas pero con mayores dimensiones 25cm x 45cm con la diferencia que la máquina de tortillas que es redonda, esta es de forma rectangular y se elabora en madera gruesa para poder otorgar peso y mayor durabilidad. (Véase imagen 14)

Imagen 14. Confección de memela para tostada huarachera.



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Primera cocción

La cocción de las memelas se realiza en comales redondos de acero (minoristas) o en planchas de acero inoxidable (mayoristas), en los dos casos el gas es su principal combustible, aunque aún existen algunas pocas personas que realizan la cocción de las tostadas con leña. Esta primera cocción toma un tiempo aproximado de cuatro minutos para crear una corteza crocante en la parte inferior de la memela, misma que después de la segunda cocción otorga la consistencia final de la tostada (Véase imagen 15).

Imagen 15. Primera cocción de la masa



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Raspado

El raspado, como se le conoce a esta operación entre las productoras de tostadas se lleva a cabo con la ayuda de las raspas de panadero, generalmente se realiza este proceso a fin de retirar el exceso de masa de las memelas y solo dejar la parte crocante de la masa, resultado de la cocción sobre el comal. Este proceso se debe realizar con mucha precisión ya que la fuerza excesiva puede provocar la ruptura de la tostada.

En la etapa de raspado, la masa excedente de las memelas se regresa a la mesa de trabajo para incorporarla al resto masa y se pueda seguir utilizando en la confección de otras tostadas. (Véase imágenes 16-17)

Imágenes 16-17. Raspado de masa



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Segunda cocción con planchas de madera o piedras

Esta operación tarda algunos minutos, hasta que las tostadas están completamente deshidratadas y doradas, en este proceso se coloca una pieza de madera (polín) de aproximadamente seiscientos gramos de peso para evitar que durante el proceso de cocción las tostadas sufran de ondulaciones en las orillas y así obtener tostadas planas en su totalidad (Véase imagen 18).

Imagen 18. Cocción con planchas para evitar ondulaciones.



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Enfriado

Esta fase tiene el objeto de enfriar las tostadas ya terminadas y evitar que al empacarlas exista presencia de humedad, lo que provocaría un menor tiempo de vida de anaquel, así como el desarrollo de hongos. Este proceso se realiza sobre la mesa de trabajo teniendo cuidado de no empalmar más de treinta tostadas para evitar tanto la caída como el quiebre, este proceso dura el tiempo que las productoras demoran en realizar toda su producción alrededor de cuatro horas (Véase imagen 19).

Imagen 19. Enfriado del producto terminado



Fuente: Elaboración propia mayo 2015

Empacado en bolsas de plástico

El producto terminado se acondiciona para ser empacado de diez unidades en bolsa de polietileno de alta densidad debido a que el peso que soportan estas bolsas es mínimo en comparación de otros productos, además de no tener pigmentación lo que permite apreciar de mejor forma el producto.

A decir de las productoras, este tipo de bolsa conserva durante mucho más tiempo las características organolépticas de sus tostadas (color, olor y sabor) dando un tiempo de vida de hasta tres meses sin que las tostadas se humedezcan y pierdan su cualidad crocante (Véase imagen 20).

Imagen 20. Empaquetado de tostadas



Fuente: Trabajo de campo (2016)

6.3 Características particulares del producto

Como Vandecandelaere, (2010) menciona, en el círculo virtuoso de la calidad, en su apartado de la calificación, un producto con calidad vinculada al origen tiene que ser poseedor de una calidad específica y es preciso que sea diferente a otros a fin de certificar su confección única en aspectos de tradición y saber hacer.

La investigación histórica y de campo realizada en los talleres artesanales de las productoras de tostadas para huaraches en La Teresona, hace evidente la calificación del producto como excepcional en su elaboración. A través del trabajo de campo realizado, se logró identificar diferentes características y peculiaridades del producto. A continuación se describe cada una de éstas.

Forma

Una tostada o huarache artesanal o bien tostada huarachera legítima debe tener forma ovalada, proporcionada por el prensado preciso en máquina de madera, echa mano y textura áspera, resultado de la molienda martajada (payada) en molino o metate. (Véase Imagen 21)

Imagen 21. Forma de las tostadas huaracheras de Toluca (Tostada de maíz azul)



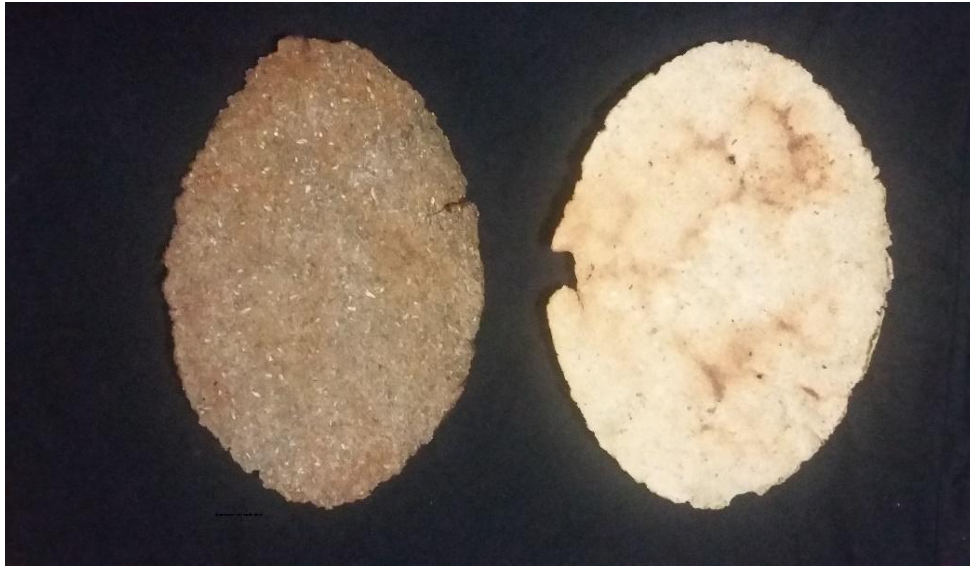
Fuente: Trabajo de campo (2016)

Color y variedades

Existen principalmente dos tipos de tostadas huaracheras: las llamadas azules y las amarillas. Las primeras son el resultado de la mezcla de dos tipos de granos de maíz (amarillo y negro) que otorgan a las tostadas una tonalidad azul; son de mayor resistencia al quiebre con ligeras tonalidades grisáceas, pigmentaciones granulosas blancas y vetas doradas resultado de la cocción en comal; sin embargo como se puede apreciar en la imagen 22., todas las tostadas tienen una variación en el color ya sea por las cantidades en la mezcla de granos o por el dorado en la cocción. Por otro lado, existen también las tostadas amarillas, elaboradas con maíz del mismo color en las cuales destaca el veteado dorado.

Este tipo de tostada es más resistente al quiebre sin la adición de otro tipo de grano, no obstante es menos buscada por los compradores (Véase imagen 22).

Imagen 22. Variedades de tostadas huaracheras de Toluca (izquierda maíz azul, derecha maíz amarillo)



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Imagen 23. Color de las tostadas huaracheras de Toluca



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Dimensiones

El trabajo de campo realizado en marzo del 2016 permitió documentar que existen grandes variaciones no sólo respecto al color, sino a la forma de las tostadas huaracheras. En la Imagen 24 se pueden evidenciar las variaciones en cuanto a las dimensiones del producto, a partir de un muestreo de 10 tostadas se logró determinar que la mayoría de ellas presentan un promedio de 28 centímetros.

Imagen 24. Variedades de tostadas huaracheras de Toluca



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Peso

En el mismo orden de la imagen anterior se puede apreciar que el peso de las tostadas también es diferente en cada una de ellas incluso a pesar de ser de mayores dimensiones el peso es menor comparada con la de menor medida, en promedio las tostadas tiene un peso de 64 gramos con base a 10 muestras diferentes.

6.4 Sistema Agroindustrial Localizado (SIAL) Huaraches de Toluca.

Para Grass (2011), un sistema agroindustrial puede ser conceptualizado como un modelo abstracto que relaciona a los productores primarios con los fabricantes y con los agentes que se dedican a la producción, distribución y comercio de huaraches. Entre los actores socioeconómicos se establecen relaciones de compra-venta, intercambio de materia prima y productos, de servicios o de otra índole.

Además de los actores antes mencionados, en un sistema agroindustrial también intervienen entidades que están fuera de la cadena llamados, agentes de soporte, en esta se encuentran instituciones públicas (dependencias gubernamentales), instituciones de crédito, de apoyo tecnológico, de investigación, fomento, entre otras, todas estas apuntalan los diferentes procesos de la cadena productiva a través de sus conocimientos, experiencia y puesta en marcha de proyectos agroindustriales que tengan como objetivo el desarrollo económico local.

Por su parte Lagunas (2009) opina que las cadenas de producción son concentraciones geográficas de compañías interconectadas, de proveedores especializados, de proveedores de servicios de instituciones asociadas en un campo específico. Crecen en las ubicaciones en donde hay suficientes recursos y capacidades, se amontonan y alcanzan un umbral crítico dándoles una posición dominante en una determinada actividad económica, con una decisiva y sostenible ventaja competitiva sobre otras regiones y es posible que también lleguen a tener supremacía mundial en ese campo específico.

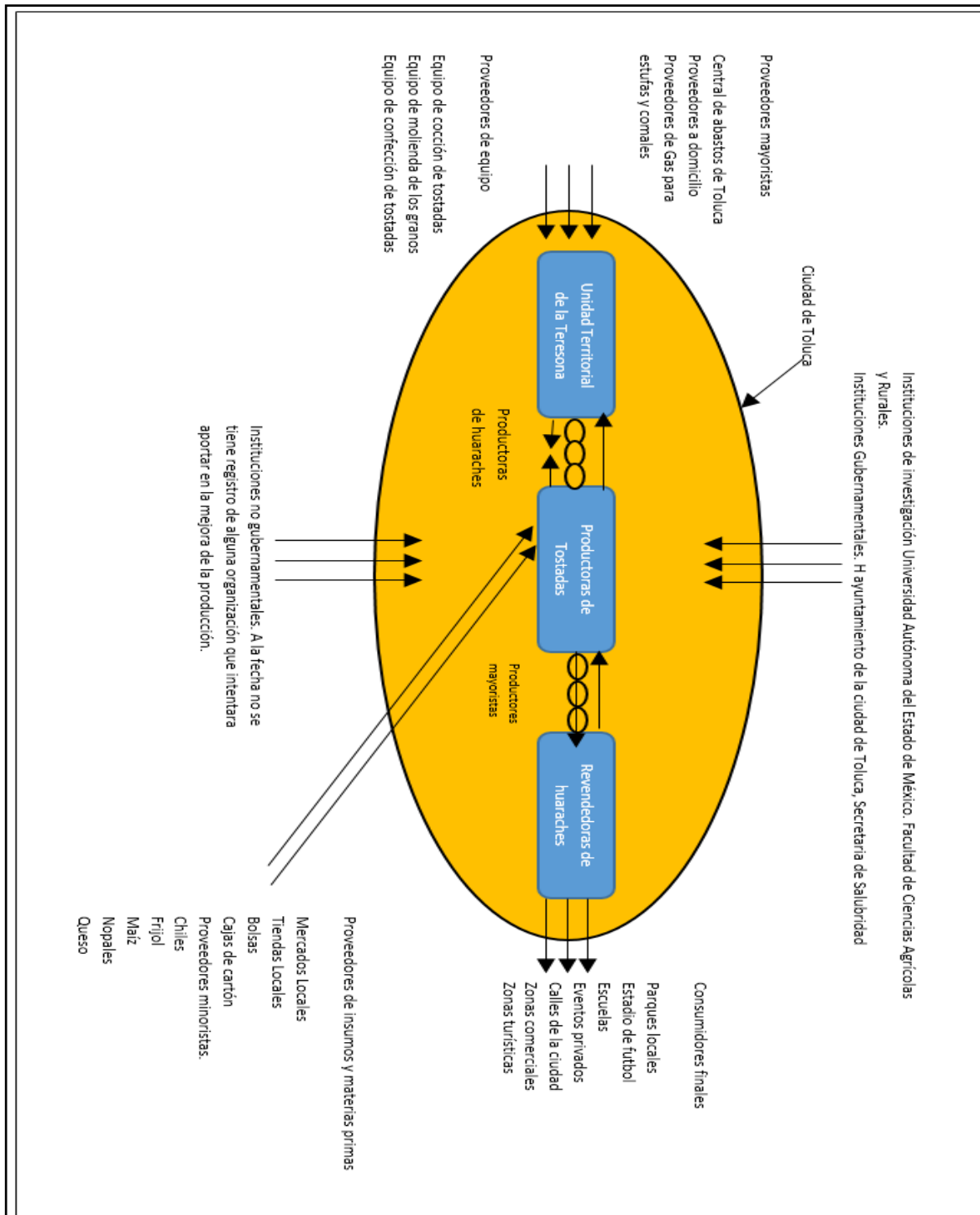
Con los ejemplos anteriores se demuestran las oportunidades que tiene la producción de tostadas para huaraches para destacarse como un sistema agroalimentario local que ya ha detonado la economía local y por ende el desarrollo local.

Para toda economía es importante la identificación y evaluación del desempeño de sus cadenas productivas locales, ya que esto permite integrar o consolidar los eslabones productivos de una región. No obstante, los integrantes de una cadena productiva rara vez se presentan como una única categoría de la clasificación económica, la cual es ineficaz en capturar a muchos de los actores en competencia y a las industrias ligadas, debido a que partes del agrupamiento a menudo pertenecen a diferentes categorías industriales.

De esta forma es importante tomar en cuenta la definición más básica que hace referencia de las cadenas productivas como: concentraciones geográficas que obtienen ventajas en su desempeño mediante la localización conjunta lo que permite tener ciertas ventajas competitivas en las áreas de producción, distribución y comercialización a precios competitivos gracias a los costos más bajos que se consiguen en estas cadenas productivas locales (Porter, 1990).

A continuación se describe la cadena agroalimentaria de los huaraches o tostadas de Toluca en la que destacan tres principales eslabones: la zona de producción, que representa el eslabón primario y su vínculo con el territorio; el segundo representa a las productoras y su trabajo artesanal, además de la herencia en el saber hacer y el tercero representa a las revendedoras de huaraches y su importante conexión entre la economía local y el contacto directo con la sociedad consumidora del producto.

Esquema 2. Sistema agroindustrial de Tostadas Huracheras Unidad Territorial La Teresona Toluca, Estado de México



Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas realizadas en el trabajo de campo (2016)

6.4.1 Eslabón primario: Unidad Territorial La Teresona

La Unidad Territorial la Teresona pertenece a la Delegación Sánchez 21. Se encuentra ubicada al Norte de la ciudad de Toluca, en el centro de México, y por consecuencia dentro del hemisferio boreal, a 19° 17' 29" de latitud norte y a los 99° 39' 38" de longitud oeste. Su territorio se extiende sobre el llamado Valle de Toluca, enorme planicie rodeada de montañas de naturaleza volcánica. La altura promedio de la ciudad sobre el nivel del mar es de 2 680 metros y esta integrada por 6 unidades territoriales (INEGI, 2016).

Producción agrícola

La Teresona cuenta con una mínima superficie sembrada de nopal y maíz (sin datos específicos por parte del INEGI) lo que se traduce en que para la elaboración del huarache obtienen la materia prima de proveedores externos que traen los productos de municipios cercanos como Valle de Bravo, Mexicalcingo, Amanalco de Becerra y Tenango de Arista.

Actividades secundarias

La economía de los pobladores locales también se fundamenta en su empleo en los parques industriales en los que participan empresas tanto de capital extranjero como de capital mexicano. La principal referencia es el Parque Industrial 2000, que en los últimos años ha sido fuente de empleo no sólo para los lugareños, sino para todos los municipios localidades de la región ejemplo de esto es el número de personas que se trasladan de la (UTT) a diferentes industrias del Parque Industrial (INEGI, 2016).

6.4.2 Eslabón secundario: Productoras de tostadas y proveedores

Los insumos utilizados en la elaboración del huarache son: maíz, frijol, nopales, queso, cebolla, y salsa roja. Cabe mencionar que todos los ingredientes son de producción local o que al menos se consumen en tiendas locales de la misma zona, generando una derrama económica en la misma unidad territorial.

El Sr. Marco A. Santa María es el productor y proveedor de nopal el cual cosecha en Valle de Bravo para posteriormente distribuirlo con todos los productores y comercializadores de “La Teresona” ya que su establecimiento está ubicado en dicho barrio. El costo por pieza es de un peso; la entrega se realiza por caja la cual contiene sesenta piezas. También provee de otros insumos como: cilantro, cebolla, maíz, frijol y queso; dichos productos los compra en la Central de Abastos de Toluca.

Imagen 25. Proveedor de nopal, frijol, cilantro, cebolla y queso para la producción de huaraches.



Fuente: Trabajo de campo (2016)

Tabla 1. Costo de los insumos según los comercializadores de huarache.

Producto	Unidad	Costo en pesos
Maíz	Kg.	\$7.00
Frijol	Kg.	\$18.00 a \$25.00
Nopal	Pieza	\$1.00
Cilantro	Manojo	\$20.00
Queso	Kg.	\$15.00
Sal	Kg.	\$20.00

Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo (2016)

6.4.3 Tercer eslabón: Revendedoras de huaraches preparados

El huarache tradicional se comercializa preparado en localidades como: Tlachaloya, San Cayetano, Ocoyoacac, Zinacantepec, Tenango, Tenancingo, Ixtlahuaca, Calixtlahuaca, Metepec y algunos de los demás pueblos circunvecinos; también se comercializan en la Ciudad de México, principalmente en la Alameda principal, así también como en ferias del estado de Michoacán (M. Escobar, Comunicación Personal, 2016).

El precio de los huaraches varía de acuerdo al tamaño y al guiso con el que se preparan, tradicionalmente la preparación tiene como base frijol, nopales, cilantro, queso y salsa; recientemente algunos productores, como la señora Domitila González Sánchez, los prepara además con pollo, tinga o algún otro guiso debido a que sus consumidores así lo piden de tal manera que complace a su cliente e innova su preparación.

Tabla 2. Precio de comercialización de los huaraches preparados

Tamaño	Precio por huarache o tostada sin preparar	Precio del huarache preparado	Precio del huarache con guiso
Chico	\$3.00	\$10.00	\$15.00
Mediano	\$4.00	\$15.00	\$20.00
Grande	\$5.00	\$20.00 \$30.00*	\$25.00

Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo (2016)

* Precio dentro del estadio de futbol Nemesio Diez Riega.

Los productores comentan que cuando el precio de los insumos se incrementa no lo hacen con el huarache, ya que si lo hicieran las ventas disminuirían, por ello han optado no elevar el precio de su producto manteniéndolo en los mismos precios desde hace ya 5 años.

Algunos productores refieren que llegan a comercializar hasta 400 tostadas por día en época de altas ventas como en Semana Santa, llegando inclusive algunos a vender hasta 10,000 tostadas en esa semana. Sin embargo, el panorama general de la comercialización de los huaraches en un día ordinario es muy diferente, ya que llegan a comercializar de 80 a 100 huaraches, en el mejor de los casos, siendo que otras ocasiones solo venden de 10 a 15. En eventos deportivos, como son los partidos del Deportivo Toluca FC, alrededor del Estadio Nemesio Diez, venden aproximadamente de 20 a 25 huaraches. Es importante aclarar que en este caso, se les cobra un derecho de piso para poder comercializar sus productos, sin embargo estas cuotas no son destinadas el municipio sino para algunas personas con intereses propios. También elaboran tostadas para fiestas privadas, varia el número de éstas (20-100) dependiendo de la fiesta que se realice.



Fuente: El huarache más largo del mundo (2016)

6.5 Estrategias de comercialización y promoción

Según las entrevistas realizadas en “La Teresona”, el Sr. Alejandro Monroy comenta que comenzó vendiendo el huarache de puerta en puerta, pasando por burlas de gente que le decía que vender huaraches no era una actividad rentable, no obstante a pesar de todas las críticas que recibió siguió comercializando con esfuerzo, esperanza y pasión su producto hasta llegar a conocer a los chefs Patricia Quintana y Ricardo Muñoz Zurita quienes a su vez, como parte de su investigación y rescate de los orígenes de la gastronomía mexicana, se vieron interesados por dicho producto, llegando así a comprar las tostadas e inventar nuevos platillos, lo que se considera como “cocina de autor”; de esta forma los huaraches se han conocido en Japón mediante muestras gastronómicas.

Una de las estrategias de comercialización y publicidad del producto ha sido la participación en ferias. La primera feria se llevó a cabo en el 2005, bajo la organización de la Lic. Martha Hilda González quien empezó con la gestión de estas ferias. La segunda feria fue en el 2010 y en ella se llevaron a cabo dos concursos, en uno de ellos se premió al huarache más grande, estableciendo un record Guinness con aproximadamente 2.80 metros de largo; y en el otro se

premió al platillo más innovador; el ganador fue un huarache preparado con diferentes guisos y condimentos formando la bandera del PRI (Nolasco; Comunicación personal, 2015).

Algunos de los productores mencionan que estas ferias han sido importantes debido a que les ha servido para dar a conocer el producto a más personas, incrementando significativamente sus ventas.

Actualmente con el apoyo de la delegada de La Teresona, en colaboración con el H. Ayuntamiento actual se entregaron a la administración 120 carritos adaptados para la venta de los huaraches en zonas estratégicas, de los cuales, sólo se han registrado 70 personas para recibir dicho apoyo; inicialmente se tenía proyectada la entrega de dichos carritos en el mes de abril del 2015. Sin embargo y a la fecha, no se entregaron en su totalidad ya que las vendedoras prefieren que las dejen en el lugar de trabajo que por más de 30 años usaron para expender su producto.

Por otra parte, al día de hoy existen diferentes vendedoras que se establecen en lugares estratégicos como escuelas y parques de la ciudad, que a pesar de haber recibido la invitación para abandonar estos lugares y poder expender sus producto en las diferentes plazas comerciales habilitadas por el gobierno local, las vendedoras se han negado argumentando que los nuevos lugares no representa para ellas una buena venta pues están aglomeradas en dichos lugares hasta siete negocios con el mismo giro (venta de huaraches).

Otra de las estrategias de comercialización individual de algunas de las productoras, es la venta directa de huaraches en la Ciudad de México en Zócalo, Mercado de Jamaica y jardines de la ciudad, además de la venta de tostadas a revendedoras que se ubican en diferentes lugares de la hoy megalópolis.

Si bien es cierto que las estrategias de comercialización deben depender de las mismas productoras, también se debe buscar sinergia con diferentes organizaciones públicas y privadas que trabajen para la valorización gastronómica local. En este sentido, es importante plantear la estrategia seguida por el gobierno del estado de México que apoyó a uno de los productores para asistir como expositor al pabellón gastronómico realizado en la Feria Nacional de San Marcos, Aguas Calientes 2016 (TV Edomex, 2016).

Otra de las estrategias para dar a conocer el producto en otras regiones fue el evento “El huarache más largo del mundo”, organizado el 22 de mayo del 2016 en donde se buscó informar a la gente a cerca del huarache, su tradición, técnicas artesanales de elaboración y calidad del producto; el objetivo del evento fue dar a conocer el huarache como un alimento único de la ciudad, de esta forma se logró una difusión en medios escritos y televisivos a nivel nacional.

6.6 Vínculo entre las tostadas huaracheras, personas y el territorio

Los productos que están ligados al territorio pueden formar parte de un círculo virtuoso de calidad basado principalmente en la preservación de los recursos locales. Este potencial radica en su calidad específica, resultado de las condiciones climáticas, geográficas, técnicas locales, así como prácticas históricas en el método de confección dictado por un saber heredado único (Vandecandelaere, 2010).

Algunos productos alimenticios presentan características específicas estrechas con el lugar en el que se producen y que a su vez otorgan una reputación determinada. Es decir, la calidad específica logra diferenciar al producto de otros de la misma categoría, por que se refiere a la tipicidad en el mercado, hay que tener en cuenta que el producto no solo es específico, sino que también es único gracias a la combinación de factores humanos, de producción y naturales (Vandecandelare, 2010). El caso específico de las tostadas huaracheras de

Toluca es muy interesante; presentan características únicas que las hacen diferentes de otras que se ofertan en los mercados. Al ser un producto cien por ciento natural, libre de conservadores y grasas, gusta a los consumidores no solo por su sabor, sino también por su textura, color y tamaño fuera de lo normal para una tostada.

6.7 Análisis de redes sociales (medidas de centralidad) y el valor de las tostadas huaracheras de Toluca.

A lo largo de todo el mundo existe cada vez una mayor demanda de productos alimenticios de calidad, particularmente con relación a su origen, tradición y saber hacer particular. La conservación y promoción de dicha tradición vinculada al origen puede contribuir de manera significativa al desarrollo territorial y por ende al de las familias productoras de este tipo de alimentos.

Los productos vinculados al territorio muestran diferentes atributos de calidad asociados al lugar geográfico donde se han producido y con el tiempo adquieren una reputación gracias a la identificación geográfica local.

En el territorio mexicano se identifican al menos 4 diferentes tipos de tostadas artesanales que en su mayoría son elaboradas por empresas familiares artesanales dispersas en estados como: Oaxaca, Tabasco, Chiapas y el Estado de México. Una de estas tostadas artesanales es la tostada huarachera que cobra gran importancia en la ciudad de Toluca y cuenta con más de 80 años de historia.

Se sabe que existen más de ochocientos productores de tostada huarachera en Toluca interesados en preservar la actividad artesanal a través de una figura comercial legal, de ahí que se han intentado agrupar para poder registrar el huarache como un alimento artesanal que cuente con un registro que los proteja de copias o similares argumentando que la Unidad Territorial La Teresona es la principal zona de producción históricamente sin embargo, las disputas entre los

mismos productores por obtener las mejores ganancias han frenado las posibles negociaciones (Comunicación personal con productores de tostadas, mayo 2015)

A toda esta red de personas o actores que cooperan y compiten entre sí en torno a las tostadas huaracheras artesanales, bien pueden ser definidas como una forma de organización de un sistema agroalimentario localizado caracterizado por la concentración de los actores económicos con desarrollo de diferentes vínculos de naturaleza económica que contribuyen a la creación de valor del territorio y sus actores.

A fin de que una figura de protección legal sea exitosa, debe construirse de manera que sea un instrumento para el desarrollo territorial a través de acciones colectivas entre los actores locales de ahí el análisis de las redes de parentesco, amistad y compadrazgo.

Para este estudio, se realizó un análisis de redes sociales el cual permitió evaluar el nivel de cooperación existente entre el conjunto de actores involucrados en la cadena del huarache o tostada tradicional a fin de comprender el grado de activación estructural prevaleciente y explorar la viabilidad que presentan las tostadas para obtener una futura figura de protección.

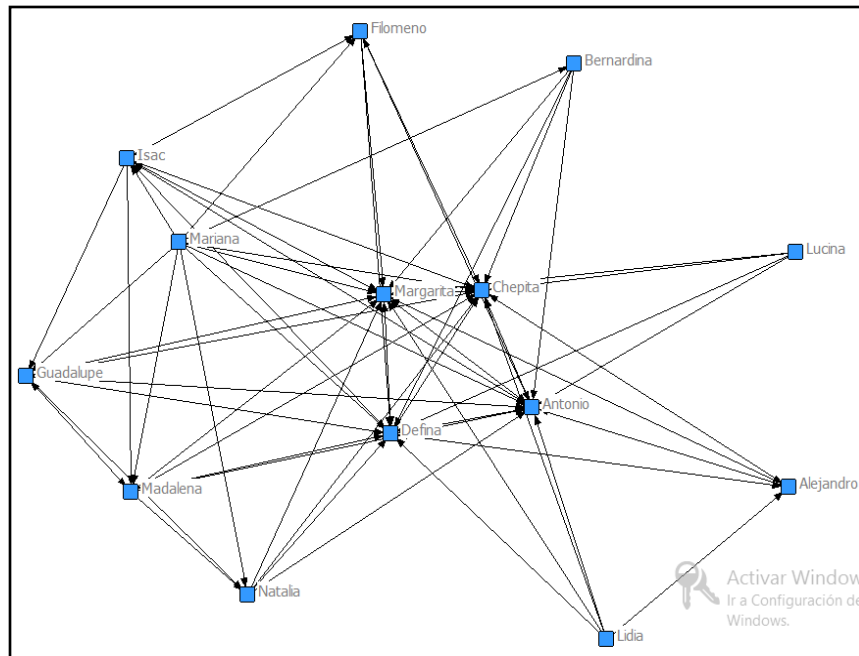
Se realizó un muestreo dirigido en la Unidad territorial de la Teresona en donde se entrevistaron a 35 productores durante los meses de mayo y agosto del 2015. Se realizaron de visitas formales y en cuestras dirigidas a fin de poder determinar la posibilidad de crear una red de productores asociados de tostadas huaracheras basados en el análisis de redes sociales propuesto por Villegas de Gante et al., (2011).

A continuación se describen las redes sociales en torno a las tostadas para huaraches en la Unidad Territorial La Teresona donde se tomaron como fuente 14 productores de los 35 entrevistados para realizar el análisis.

Red de amistad

La red de amistad consistió en identificar a las personas con quienes tienen una relación cercana con otros productores de tostadas huaracheras que pertenecen a la unidad territorial. La figura 2 sugiere la existencia de una red bien estructurada por el lado de la amistad que dicen tener los productores de tostadas. Se observa una relación estrecha entre la mayor parte de los miembros de la red destacando principalmente cuatro productores (Margarita, Chepita, Antonio y Delfina) observando en todos los actores un enlace amistoso.

Figura 2. Red de amistad de los productores de tostadas para huaraches de Toluca.



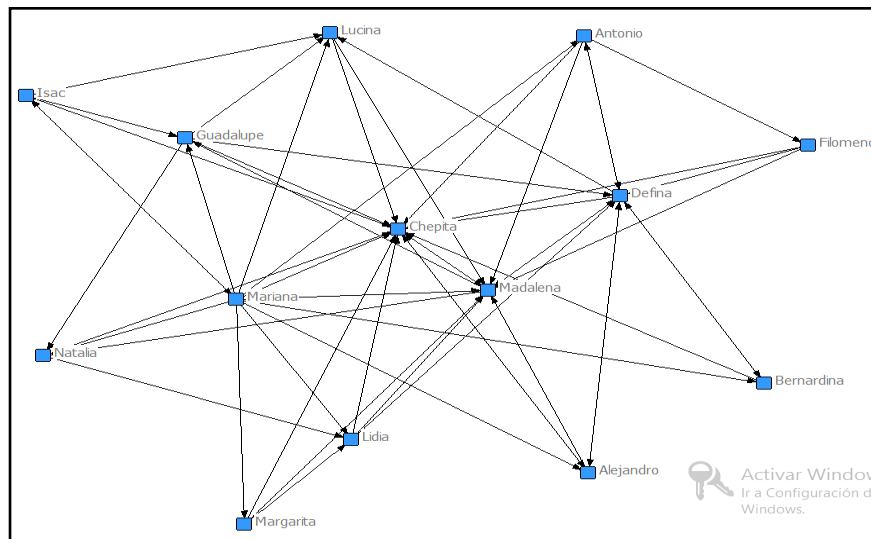
Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a los productores (2016)

Red de parentesco

A los 35 entrevistados se les pidió identificar a parientes que se dedican a la producción de tostadas, lográndose identificar 4 grupos familiares, 3 de los cuales sobresalen por su densidad.

La figura 3 sugiere que debido a la relación de parentesco existente entre la mayoría de los productores de tostadas huaracheras, el saber hacer en la elaboración se ha difundido generación tras generación siendo los mismos hijos o en su caso las nueras las encargadas de perpetuar la actividad no solo por tradición sino que además representa una fuente de ingresos económica. Se aprecia como las productoras Chepita, Madalena y Delfina tiene una mayor densidad en personas que tienen algún parentesco con ellas debido principalmente a que son de las productoras con mayor edad en la Unidad Territorial. A pesar de lo anterior, se puede apreciar a algunos productores con menor densidad en la red de parentesco lo que podría representar a su vez una pérdida de la tradición en la familia.

Figura 3. Red de parentesco de los productores de tostadas para huaraches de Toluca.

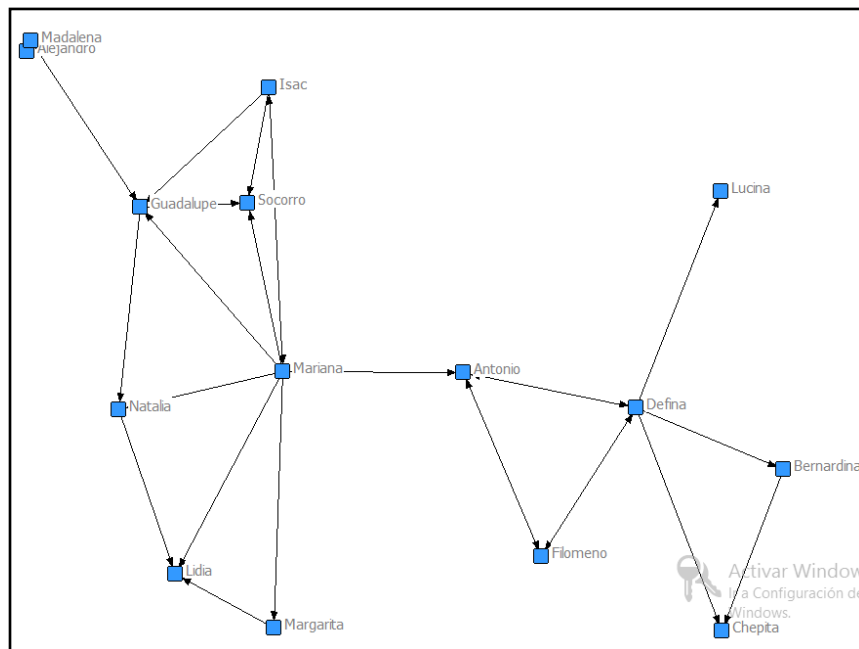


Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a los productores (2016)

Red de compadrazgo

La figura número 4 representa la red de compadrazgo, la cual se estructura al formalizar las relaciones de amistad a través de apadrinar a los hijos o participar en alguna ceremonia religiosa y dada la importancia que este tipo de eventos representa en las familias, es importante conocer el grado de confianza existente entre los actores. Por otra parte, se puede apreciar que a pesar de las relaciones de amistad el compadrazgo es menos denso apadrinando en mayor número de ocasiones la productora Socorro y la señora Margarita dejando estas relaciones a otros familiares, lo que representa poca densidad de personas que tienen el conocimiento de la elaboración de tostadas al no ser familiares directos.

Figura 4. Red de compadrazgo



Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a los productores (2016)

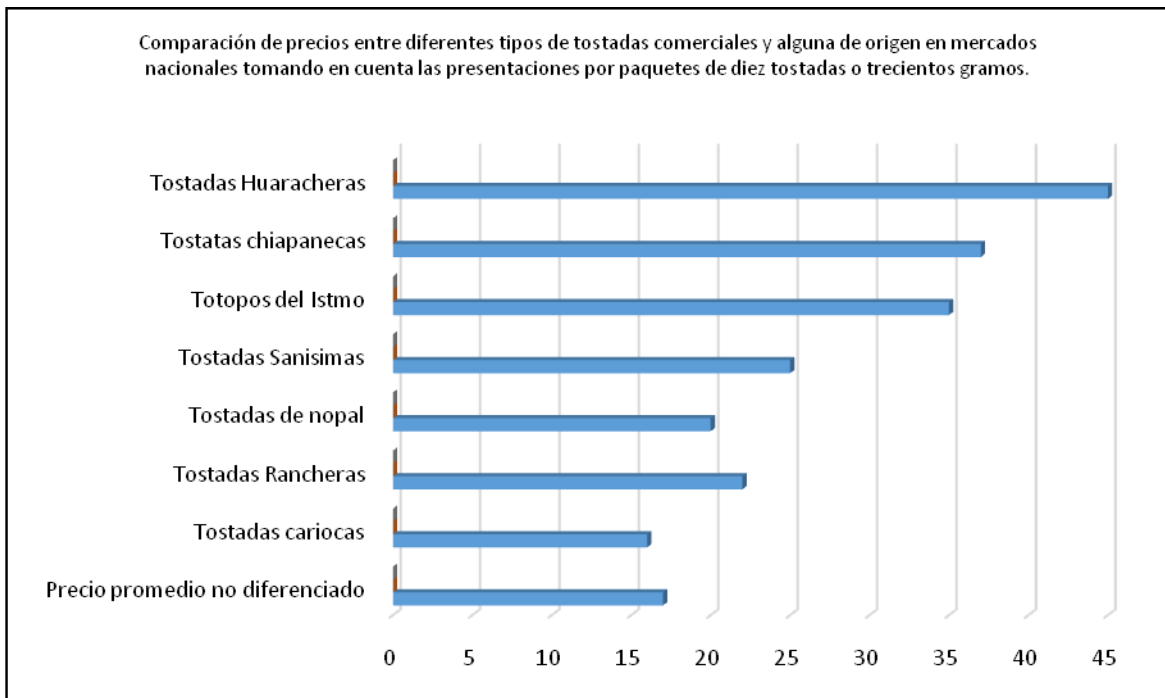
Con lo anterior expuesto se puede sugerir una asociación de amistad y parentesco dinámica, que permitiría realizar una asociación de productores para reconocer las condiciones de tipicidad del producto, además de las bondades económicas, sociales y culturales que esto atraería a su producto y a sus familias, sin embargo, a pesar de dichas asociaciones la puesta en marcha de una red colectiva del huarache se percibe aún lejana debido a lucha de interés de algunas productores que buscan el reconocimiento único de las tostadas como producto familiar y no de la colectividad.

6.8 Proceso colectivo vinculado al origen

Para Vandecandelaere, et al. (2010), la calidad de los productos vinculados al origen se encuentra ligada estrechamente a los productos locales específicos, la conservación y la mejora continua en los sistemas productivos puede y debe desempeñar una función elemental en el apoyo de las economías locales y el modo de vida de cada una de ellas. Incorporar un valor agregado a productos de este tipo preservando sus características, permite a los actores locales remunerar y reproducir los recursos, beneficiando no solo al sistema local, sino que también beneficia las dinámicas de desarrollo rural, a la sociedad y al medio ambiente que suele ser frágil; se requiere poder crear una sinergia entre tres factores básicos del desarrollo, crecimiento económico, ambiente y sociedad a fin de coadyuvar en la mejora económica social

Como se puede observar en la siguiente gráfica, el vínculo con el origen de los productos puede funcionar como un elemento de valor al momento de la compra además que al ser un alimento tradicional y de elaboración artesanal el valor monetario aumenta en relación con productos industrializados o de producción masiva debido a la calificación del mismo.

Grafica 1. Precio favorable basándose en la diferenciación



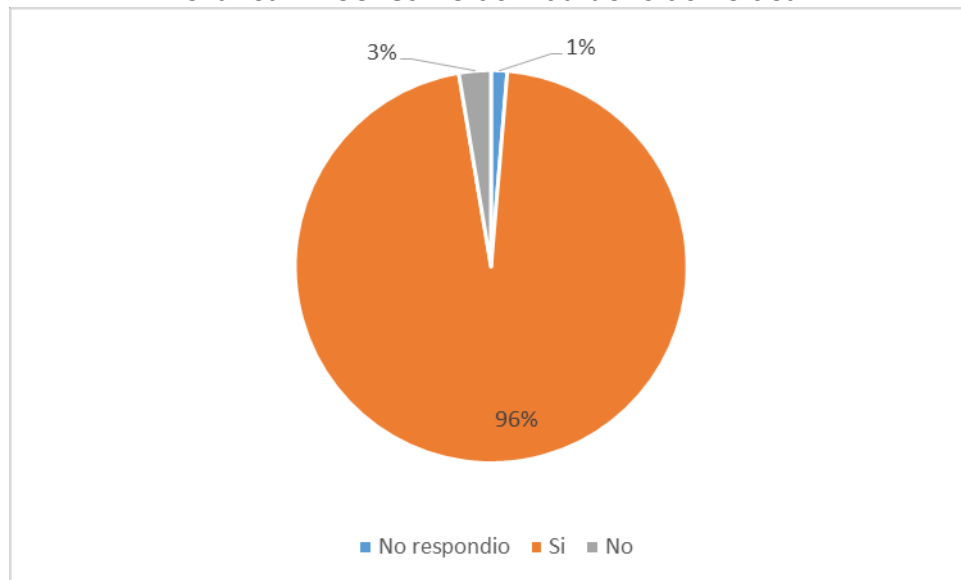
Fuente: Elaboración propia basada en precios de centros comerciales (2016)

6.8.1 Análisis de los consumidores

El siguiente análisis del consumo de huaraches se realizó en la ciudad de Toluca en los meses de mayo y junio a fin de conocer las preferencias de los habitantes locales por los huaraches de Toluca y así poder determinar el vínculo con el territorio que posee el producto.

1. ¿Usted ha consumido anteriormente huaraches tradicionales de Toluca?

Grafica 2. Consumo del huarache de Toluca

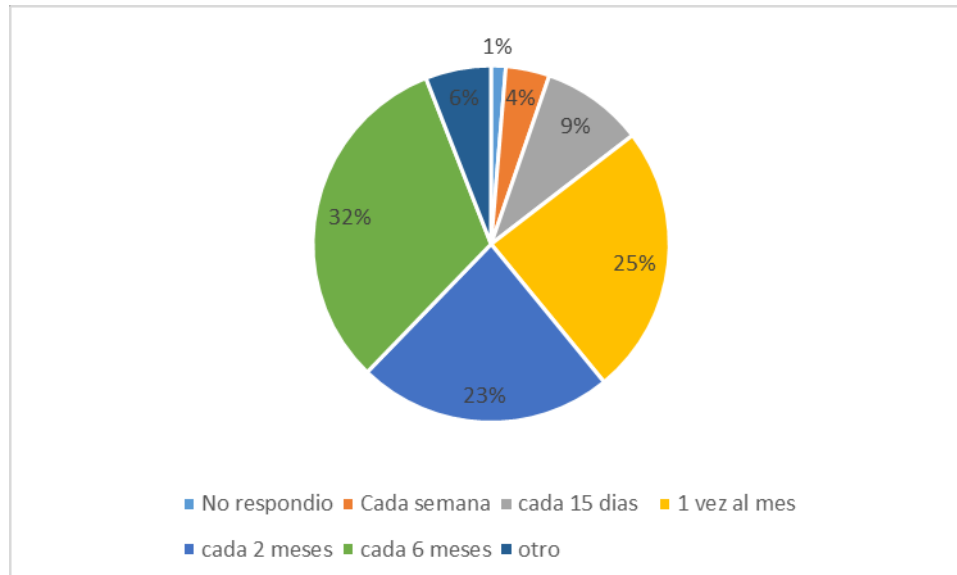


Fuente: Elaboración propia basada en la encuestas aplicadas a consumidores en la Ciudad de Toluca (2016)

En la pregunta 1 se puede apreciar el porcentaje de las personas que han degustado huaraches, siendo el 96% las que sí lo han consumido al menos en alguna ocasión. Este porcentaje se puede predecir tan alto debido principalmente a que la mayoría de las personas entrevistadas son oriundas de la ciudad de Toluca lo que supone el porqué del conocimiento del huarache.

2. ¿Con qué frecuencia consume este producto?

Grafica 3. Frecuencia del consumidor



Fuente: Elaboración propia basada en la encuestas aplicadas a consumidores en la Ciudad de Toluca (2016)

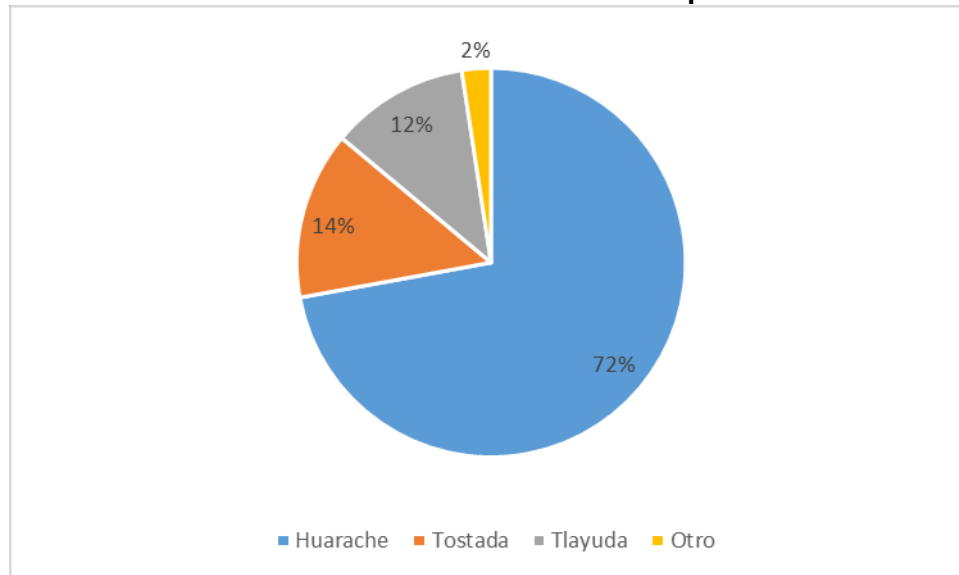
Con base en las encuestas realizadas y de acuerdo con el Informe del Consumo de Alimentos en España (2014), la calidad de los productos, proximidad y los buenos precios son los tres factores principales que determinan la frecuencia en la compra y consumo de productos alimenticios.

Como se puede observar en la gráfica 3 el consumo de huaraches de Toluca lo realiza cada seis meses el 32% de los encuestados, en segundo lugar el 25% manifestó consumir el producto una vez al mes y el 23% de las personas lo consume cada dos meses.

El 13% de las personas que consumen huaraches de Toluca lo hacen con una regularidad de entre siete y quince días lo que refleja una minoría de consumidores frecuentes lo que representa pocas ventas para las productoras.

3. ¿Con qué nombre conoce usted a este producto?

Grafica 4. Nombre característico del producto



Fuente: Elaboración propia basada en la encuestas aplicadas a consumidores en la Ciudad de Toluca (2016)

El 72% de las personas reconoce al producto como huarache, a pesar de esto existe 13% y 12% que lo conoce como tostada o tlayuda. Sin embargo, el termino tostada hace alusión a las tostadas fritas en aceite y de forma redonda que consume en gran parte del territorio mexicano; por su parte la tlayuda es de origen oaxaqueño y de color claro debido a su elaboración con maíz criollo bolita de color blanco (EL UNIVERSAL , 2013).

Poder reconocer un alimento tradicional ligado al territorio, sugiere registrar en la memoria colectiva el nombre y las características que lo hacen único y diferente de los productos similares. El huarache de Toluca es un caso de estos en el que no obstante de ser el 72% acepta nombrar al producto como Huarache de Toluca, existe un 28% que lo nombra de forma diferente y más aún, en localidades más alejadas de la capital del estado persiste el nombrarlo como tlayuda principalmente o confundir el huarache como una preparación de masa suave

rellena de frijoles y acompañada de carne de res, cerdo o de huevo y bañada con salsa de tomate o de chiles de árbol.

Tabla 3. Características importantes que motivan la compra de huaraches de Toluca

Características de calidad	Media	Desviación estándar*
Sabor	2.25	1.61
Higiene	3.24	2.06
Calidad	3.77	1.94
Tradicional	4.14	2.23
Accesible	4.34	2.12
Nutricional	4.60	1.95

*Se pidió a los encuestados ordenar con el número 1 el factor más importante y con el número 5 el menos importante.

Tomando como base el cuadro anterior, los consumidores consideran más importante el sabor del producto con la media calculada (2.2583), lo anterior es un factor determinante en la compra del producto. En segundo lugar se encontró la higiene con la que se vende el producto (3.2463).

Para los consumidores, el poder presenciar la forma en la que se prepara el huarache supone confianza en la vendedora, sin embargo, esto podría no representar la higiene durante todo el proceso de producción de las tostadas.

El tercer lugar de importancia fue la calidad con una media de 3.7748 este dato refleja la concordancia que se tiene con los dos anteriores relacionando la preparación en general como el factor determinante en la decisión de compra.

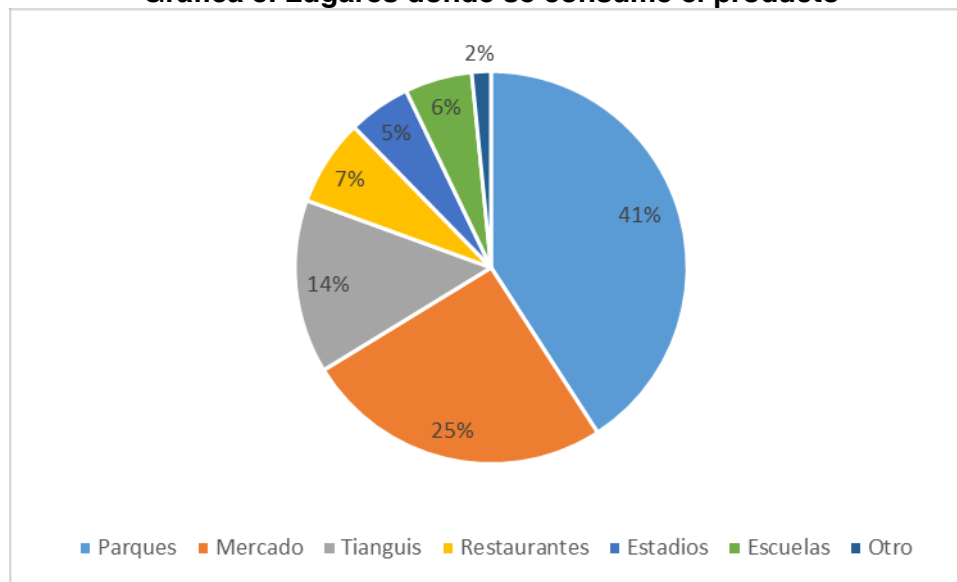
Como cuarto factor de importancia se encontró la tradición del producto (4.147) lo que refleja que a pesar de que el huarache de Toluca es considerado como un alimento representativo de la gastronomía de la ciudad, no es considerado como un alimento tradicional, en este sentido, es muy importante hacer del conocimiento

colectivo local la historia y la el proceso de producción artesanal a fin de poder valorar el huarache dentro de las tradiciones locales como se hizo con el queso tenate de Tlaxco (Grass, 2011).

De la misma forma dentro de las encuestas realizadas se consideraron atributos nutricionales y de accesibilidad del producto como parte de la valoración del mismo representando la accesibilidad como el quinto (4.3444) en el cual se considera al producto como un alimento fácil de conseguir derivado a que se encuentra en diferentes lugares públicos para su compra. Por último se consideró como el menos importante la nutrición (4.6093) que aporta el huarache debido al poco conocimiento del aporte nutricional del mismo.

4. ¿En qué lugares suele comprar y/o consumir este producto.

Grafica 5. Lugares donde se consume el producto



Fuente: Elaboración propia basada en la encuestas aplicadas a consumidores en la Ciudad de Toluca (2016)

Para el 41% de los encuestados es recurrente el consumo de huaraches en parques de la ciudad como fue por más de 70 años, según la reseña histórica del

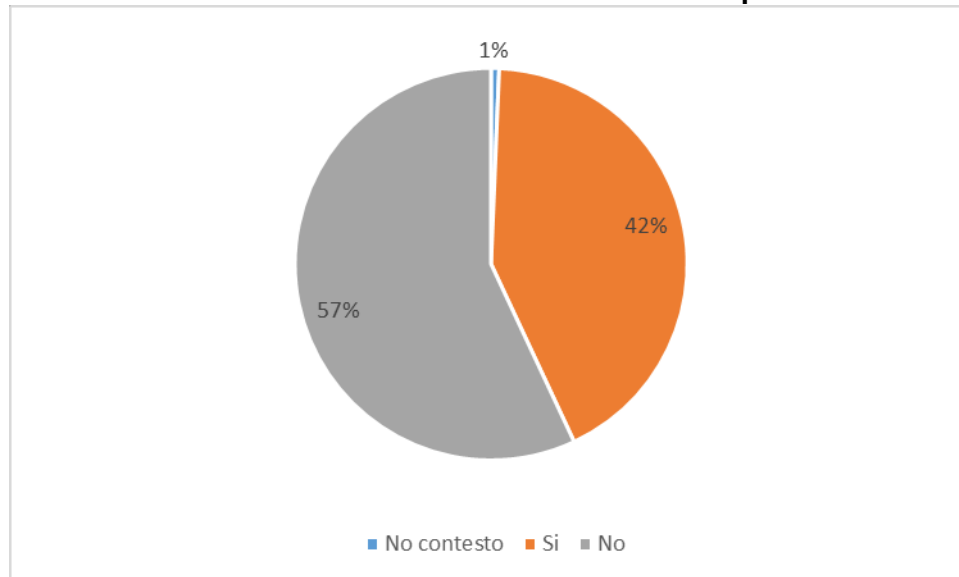
huarache. El segundo lugar más frecuentado por los habitantes de la ciudad son los mercados locales 25%; este tipo de lugares han funcionado como centros de compra de insumo e intercambio de mercancías además de formar parte de los lugares que se visitan los fines de semana en familia para realizar las compras de despensa. Para los consumidores, los tianguis locales cercanos a la ciudad de Toluca ocupan el tercer lugar dentro de los sitios en donde acostumbran comer el producto con 14% de los encuestados, reiterando datos recabados en las pesquisas en los que se comenta la venta de huaraches en zonas apartadas del lugar de producción.

Uno de los porcentajes estimables resultado de las encuestas es 7% que dice haber consumido el huarache en restaurante, a pesar que durante las entrevistas con productores, alguno de ellos mencionó surtir sus huaraches para el Chef Ricardo Muñoz Zurita (Comunicación personal con el Sr. Alejandro Monroy, 2015).

Se consideraron las escuelas, estadios y otros dentro de las opciones con resultados del 6%, 5% y 2% respectivamente como los lugares de menor consumo entre los encuestados.

5. ¿Ha consumido el producto en algún otro lugar fuera de la ciudad de Toluca?

Grafica 6. Localidades donde se consume el producto



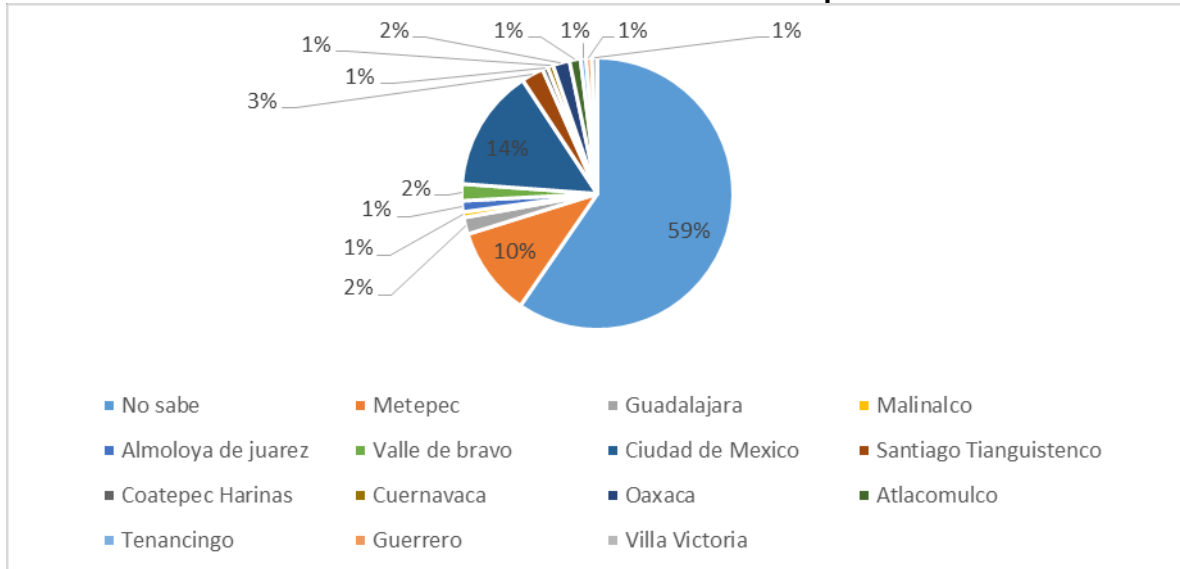
Fuente: Elaboración propia basada en la encuestas aplicadas a consumidores en la Ciudad de Toluca (2016)

El 57% de los encuestados manifestó haber consumido el huarache en la ciudad de Toluca, sin embargo, para el 42% el consumo también lo realizó fuera de ella en localidades como Metepec, Tenancingo, Almoloya de Juárez, Valle de Bravo, Naucalpan, Ixtlahuaca. Coatepec Harinas, Ciudad de México, Capulhuac, Atlacomulco y Lerma.

La descentralización en la producción de tostadas es uno de los principales motivos para que el consumo de huaraches se pueda realizar en diferentes municipios de la entidad. El saber hacer de las productoras se desplegó a lo largo de estas regiones, por tal motivo es fácil encontrar huaraches en municipios cercanos a la ciudad de Toluca; además de que en estos municipios se encuentran tianguis de fin de semana o festividades importantes del calendario litúrgico católico, nuevos lugares de venta y ferias en las que las productoras que cuentan con transporte propio deciden trasladarse para vender sus huaraches.

7. ¿Tiene conocimiento de en qué localidad se elabora la tostada para la elaboración del huarache?

Grafica 7 Localidad donde se elabora la tostada para huaraches

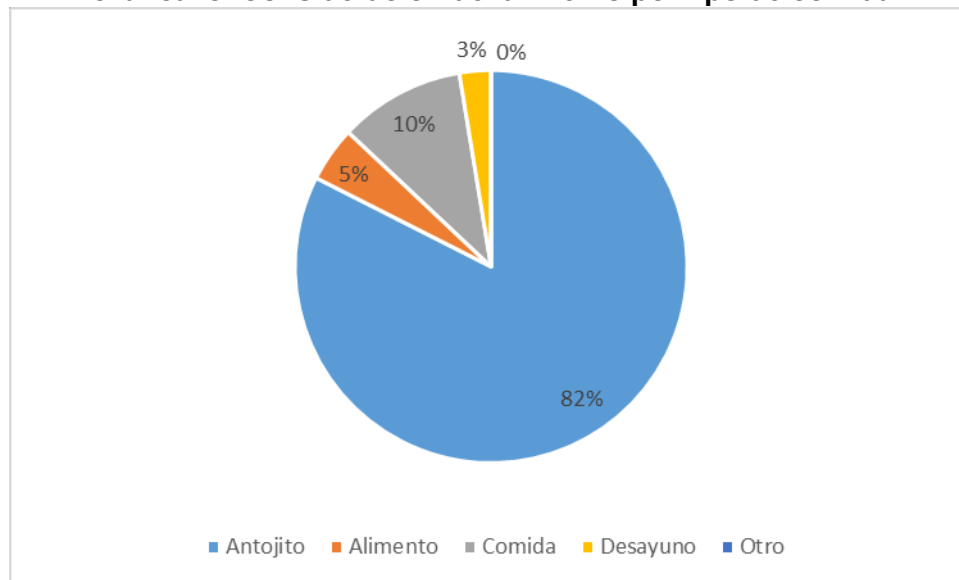


Fuente: Elaboración propia basada en la encuestas aplicadas a consumidores en la Ciudad de Toluca (2016)

El 59% de los consumidores no reconocen a la Unidad Territorial La Teresona como la principal zona para la elaboración de las tostadas para huaraches, mientras que el otro 41% se divide en Municipios y Estados cercanas a la capital del Estado. Una de las principales razones de estos resultados debe ser como se explicó en la tabla anterior la difusión del saber-hacer de las productoras a familiares y amigos que por motivos laborales cambiaron su residencia y comenzaron con la actividad en estos sitios.

7. Considera a este producto como un:

Grafica 8. Consideración del alimento por tipo de comida



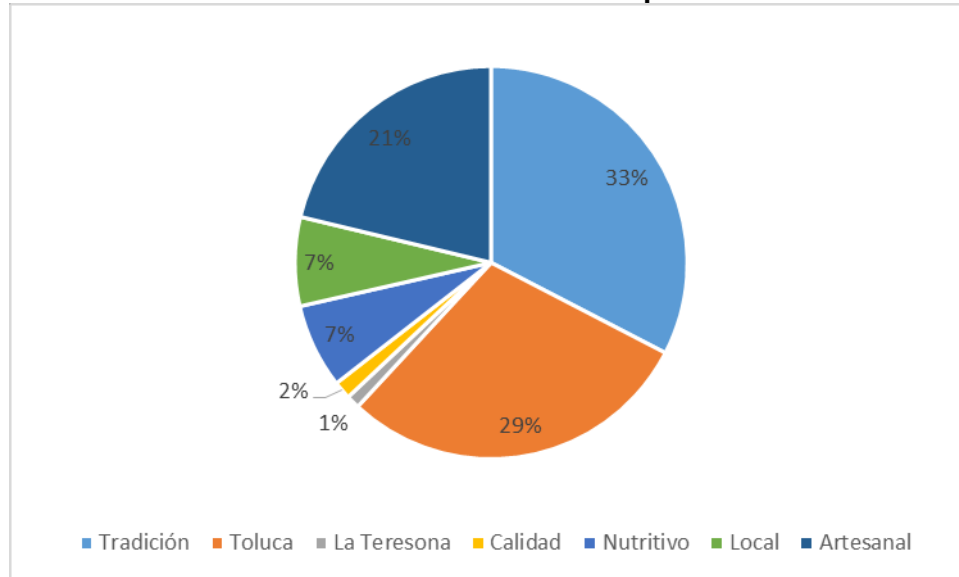
Fuente: Elaboración propia basada en la encuestas aplicadas a consumidores en la Ciudad de Toluca (2016)

Basado en las encuestas realizadas en el 2016 el 82% de las personas considera que el consumo del huarache es un antojito de ocasión, mientras que el 10% lo consume pensando que es una comida completa por la diversidad de los ingredientes con los que se elabora, mientras que el restante 8% lo percibe como un alimento sin categorización del horario o como desayuno.

Por este motivo se debe considerar proporcionar a los consumidores mayor información respecto a las propiedades nutrimentales del producto como un alimento completo y no solo como antojito de ocasión, a fin de incrementar el consumo por su calidad nutrimental.

8. Seleccione las palabras que considere se relacionan con el término Huarache.

Grafica 9. Correlación nombre-producto



Fuente: Elaboración propia basada en la encuestas aplicadas a consumidores en la Ciudad de Toluca (2016)

Jordana (2010) comenta que un alimento tradicional que tenga un fuerte vínculo con el territorio depende en gran medida de la representación que le den las personas que habitan en la zona de producción. En este sentido, se puede apreciar como el 33% de los consumidores encuestados consideran que los huaraches son un alimento tradicional de la región de Toluca 29% además de ser un producto artesanal 21%, local 7%, nutritivo 7% pero que carece de calidad.

La relación del producto y su vínculo territorial representa la apropiación de los consumidores locales con el producto, lo que representa una oportunidad para acrecentar el valor artesanal del mismo generando nuevos eslabones que permitan mejorar la economía del territorio de producción.

7. Análisis FODA de la producción de tostadas huaracheras de Toluca.

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cercanía con las zonas productoras de maíz en el estado de México. - Recursos intangibles territoriales, como la tradición gastronómica local y la reputación del producto entre los habitantes de la ciudad. - Tradición en la elaboración de las tostadas que sobrepasa los 80 años de existencia. - Disponibilidad de materia prima durante todo el año. - El saber hacer como un recurso cognitivo, lentamente incubado en la historia de la producción de tostadas. - La creciente reputación de las tostadas huaracheras en el Estado de México, Distrito Federal, Michoacán, municipios cercanos y el extranjero. - Interés de los productores por ser reconocidos por el gobierno local como un alimento tradicional y artesanal. - Es un producto alimenticio libre de grasas y elaborado con maíz 100% y no con harinas como otro tipo de tostadas industriales. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distinción creciente del producto por parte del consumidor de la ciudad de Toluca y Municipios cercanos. - La existencia de interés por parte de organismos gubernamentales y Universidades Públicas que desean preservar la tradición en la producción artesanal de las tostadas huaracheras. - Vinculación de algunos productores con personajes importantes de la gastronomía que están interesados en difundir las tostadas entre consumidores exigentes. - Posibilidad de obtener apoyo para el desarrollo y mejora de los talleres de elaboración en los hogares de las productoras.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ausencia de redes de cooperación que permitan acciones colectivas a favor del reconocimiento del producto. - Falta de empoderamiento colectivo para aprovechar las ventajas económicas que reportan los alimentos con anclaje territorial y saber hacer artesanal. - En general, las deficientes condiciones sanitarias en la producción de tostadas lo que constituye una ligera desventaja tecnológica e insatisfacción de los requisitos de regulación de calidad. - La poca difusión con que cuenta el producto por parte de las instancias gubernamentales locales que son las principales encargadas de buscar el reconocimiento a diferentes niveles sociales. - Ausencia de estrategias de mercado para ampliar el alcance del producto. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Economía globalizada que crea normas para presionar a las unidades artesanales que son difíciles de satisfacer por limitaciones culturales. - La preferencia de consumidores jóvenes por productos similares, debido a la falta de conocimiento y valorización de productos artesanales. - La pérdida del saber hacer generacional debido al mayor alcance educativo de los hijos de las productoras que prefieren desarrollar la profesión que estudiaron que continuar con la tradición en la elaboración de tostadas. - El robo del saber hacer por parte de personajes extranjeros que han intentado secuestrar la receta y la forma de elaboración de las tostadas.

8. Propuesta de estrategia para la valorización gastronómica local “Tostadas huaracheras de Toluca” a través de la tradición alimentaria y análisis de su producción.

Según Vandecandelaere(2010) se debe prever el uso de los signos distintivos de calidad como herramienta para el desarrollo local y fin social, entendiendo este último como la estrategia que colabora directa y efectivamente a obtener un mayor y mejor bienestar para la sociedad productora. La implementación de un sello de calidad distintivo vinculado al territorio no solo debe cumplir con esta función, sino que además debe dar una protección al consumidor a través de los atributos de garantía en la elaboración y tradición artesanal distintiva, no genérica y atractiva con la posibilidad de dar mayor valor agregado a su producto.

Sin lugar a dudas es adecuado en esta estrategia, brindar una pauta a cerca de la importancia que sugiere la implementación de herramientas de la certificación colectiva para cumplir con el fin social. Si bien en el anterior análisis parece poco probable la implementación y la conciliación de los actores en general es imperante hacer del conocimiento la posibilidad de la implementación para resolver problemas concretos de la economía a escala local, así como la distribución y reconocimiento de los artesanos.

La apropiación local, la unión de productores y el empoderamiento de los productores que elaboran tostadas para huaraches deben ser unas de las principales herramientas estratégicas para competir mejor en los mercados nacionales e internacionales, para lo cual, se debe incluir un trabajo específico de vínculo y articulación con los diferentes órganos públicos locales, privados, profesionales, culturales, y turísticos para el alcance de los objetivos.

En este sentido, la importancia socioeconómica y cultural del huarache destaca por sus características de liderazgo familiar local además del apoyo que se ha generado a últimas fechas por parte del gobierno local.

A pesar de que las tostadas para huaraches se elaboran en diferentes regiones cercanas a la Unidad Territorial La Teresona que pueden y deben contar con mejores condiciones competitivas; la actividad productiva se mantiene vigente contribuyendo al mantenimiento local y mantener vivo el territorio.

Por otra parte y a pesar de que el origen del producto agrícola (materia prima), la incidencia del medio ambiente sobre la calidad diferencial del producto y el uso de ingredientes endémicos se consideran bajos, el saber hacer arraigado por más de ochenta años en la localidad y la especialización en el trabajo, además del conocimiento específico usado para reproducir el producto típico por parte de la población local y externa, revelan la necesidad de conservar el territorio local como un elemento de especificidad de los recursos.

A partir de lo anterior, se debe destacar el porcentaje de empleos que genera la actividad productiva respecto a la población económicamente activa del territorio, la participación de los actores en diversas manifestaciones culturales locales y fuera del territorio que resalten el producto, así como el número de años que la actividad ha estado presente en la zona.

Con los diferentes atributos históricos, artesanales, culturales y económicos con los que cuenta la producción de tostadas para huaraches, podrían vincularse al mercado en forma conjunta, obligando a los actores a contar con un plan en común, unificar la producción, las normas de higiene, la apropiación del nombre y el territorio. Así, se reducirían costos de promoción y publicidad externa permitiendo enfrentar demandas de mercados selectos.

Por otro lado la posible inclusión de una marca colectiva para este producto de vislumbra compleja pero no impide la utilización de marcas propias para resaltar la elaboración de cada familia, esto podría impulsar a los productores a capacitarse constantemente, fortalece las capacidades de liderazgo y gestión, desarrolla los canales de comercialización y posiciona la marca a nivel estatal y nacional, todo con la puesta en marcha de actividades y talleres prácticos para la mejora continua de los miembros, además de ferias y concursos en donde los ingresos se destinen al mejoramiento social y reducir los índices de pobreza de la Unidad Territorial.

El caso de los productores de tostadas huaracheras de Toluca debe ser visto desde la parte técnica y artesanal, si esta producción se beneficiará del apoyo de los diferentes sectores de investigación y mayor apoyo local, el grupo total de los productores comenzará a ampliar la búsqueda de soluciones a problemas concretos de producción tales como (higiene, estandarización, distribución y mejoras en el equipo y los talleres donde se elaboran las tostadas) elevando los estándares y dando la posibilidad de poder obtener una identificación común a las tostadas.

CONCLUSIONES

Documentar a través de imágenes y textos la elaboración de las tostadas, permitió comprender a fondo las limitaciones técnicas que persisten en los talleres de las familias productoras; sin embargo y a pesar de eso, es importante recalcar que las evidencias presentadas permitirán reconocer la confección artesanal, la caracterización y el saber hacer adquirido que a la fecha perdura delimitando la zona de producción artesanal-ancestral y de la relación entre las cualidades del producto y los factores naturales de la región, siendo estos últimos una de las ponderaciones principales para garantizar la preservación no solo del producto sino también del nombre que lo vincula a la zona.

Por otra parte, analizar la cadena productiva del huarache permitió explorar el conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, transformación y en el traslado hasta el mercado del producto, además de articular las actividades en términos de tecnología y capital para satisfacer la necesidad del consumidor. Sin embargo, se debe hacer mención que el recorrido del producto procedente de la Unidad Territorial La Teresona no presenta cambios en su presentación cuando este es vendido al mayoreo a personas que solo vende el huarache preparado y menos aún se le somete a un proceso de valor agregado; por ello la venta a minoristas y la presencia externa de intermediarios facilita el escondite y procedencia del producto olvidando de esta forma el reconocimiento a la localidad que lo elabora.

Con la sistematización de los resultados obtenidos se debe reconocer al producto con un nombre único que represente las características locales y los ingredientes de su elaboración, permitiendo así, generar alternativas estratégicas para dar continuidad a la actividad. Si bien se reconoce la línea estratégica presentada en el documento *Uniando Territorios* como elemento clave a seguir en esta puesta en valor, los productores deben estar conscientes que los “Huaraches de Toluca” son

un alimento notable dentro de la cultura local que se han popularizado a diferentes niveles geográficos y ahora resulta necesario promover políticas sectoriales entre los actores para diferenciar el producto.

El análisis de la producción y tradición alimentaria ligada al territorio del huarache de Toluca, permitió reconocer el posicionamiento del producto así como el impacto en la economía local, la apropiación y empoderamiento de los productores que se reconocen como artesanos, además de la preservación del saber hacer local. Sin embargo, la distribución equitativa de los beneficios económicos, la mejora en la autoestima de los productores, así como las medidas de mejoramiento, conservación de los recursos naturales existentes y el reconocimiento de las consecuencias que estos últimos pueden traer a su actividad es una de las labores pendientes para futuros trabajos.

REFERENCIAS

1. Aguilar, P. P. (2014). Cultura y Alimentación. Aspectos fundamentales para una visión comprensiva de la alimentación humana. *Anales de Antropología*, 48, no.1, 11-31.
2. Alonso, J. (1999). Elementos conceptuales del marco actual de la agroindustria rural. Colombia: Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, CORPOICA.
3. Álvarez, M. (2008). El patrimonio ya no es lo que era. Los recursos a alimentarios entre la diferencia cultural y la desigualdad social. En Á. Marcelo, & X. Medina, *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América*, Barcelona: Icaria. págs. 25-42.
4. Aranda Camacho, Y., Gómez Muños, C., & Ramos Real, E. (Enero-Junio de 2014). Tipificación de los vínculos producto típico-territorio: una metodología con aplicación. *Agroalimentaria*, 20(38): 15-33.
5. Barjolle, D. (2006). Identification of origin-linked products and their potential for development. Recuperado el 20 de enero de 2016, de www.fao.org: <http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/files/MethodologyEN.pdf>
6. Bessièrè, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1): 21-34.
7. Bonvini, N. (2014). América Latina y los productos vinculados al origen. Recuperado el 2015, de http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/revista/ediciones/47/articulos/r47_04_LatinoAmericaOrigen.pdf
8. Boucher, F. (2012). De la AIR a los SIAL reflexiones, retos y desafíos en América Latina. En M. A. Porrúa (Ed.), *Sistemas Agroalimentarios Localizados en América Latina, alternativas para el desarrollo territorial*. México: Porrúa: 13-34.

9. Caldentey, P., & Gómez, A. (1996). Productos típicos, territorio y competitividad. *Agricultura y Sociedad*, (80): 57-82.
10. Cerdas, G. R. (2010). Estado Actual y propuesta sobre la comercialización de productos artesanales en el cantón de Pococí. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, XI(20): 192-206.
11. Contreras, J. (1992). Alimentación y cultura: reflexiones desde la antropología. (S. d. Universidad de Chile, Ed.) *Revista Chilena de Antropología*, (11): 95-111.
12. Díaz, B. M. (2012). De mujeres y maíz: Las tostaderas chiapanecas. *ECOFRONTERAS, septiembre-diciembre*(46), 10-12.
13. Domínguez, L. A., Villanueva, C. A., Arriaga, J. C., & Espinoza, O. A. (2011). Alimentos artesanales y tradicionales: el queso Oaxaca como un caso de estudio del Centro de México. *Estudios Sociales*, 18(38):166-193.
14. EL UNIVERSAL. (13 de octubre de 2013). *Mujeres logran la denominación de origen de la tlayuda en Oaxaca*. Recuperado el 13 de Agosto de 2014, de EL UNIVERSAL.mx: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/715972.html> 1.
15. EL UNIVERSAL. (26 de Mayo de 2016). Corbuse Metepec hace historia. (A. Silvestre, Ed.) Menú, pág. M5
16. Escamilla, E., & Gortari, Y. d. (1999). La gastronomía mexicana. Patrimonio Intangible. México: CONACULTA.
17. Espeitx, E. (2008). Los sentidos del patrimonio alimentario en el sur de Europa. En M. Álvarez, & X. Medina, *Identidades en el plato. El patrimonio alimentario entre Europa y América* (págs. 45-60). Barcelona: Icaria.
18. Gómez, R. J. (13 de marzo de 2013). *ECOCHAC*. Recuperado el 18 de febrero de 2015, de <https://ecochac.wordpress.com/2013/03/13/las-razas-de-maiz-oaxaqueno/>
19. Gonzáles, T. I. (1998). Alimentación y Cultura: *la dimensión Social de la alimentación*. (S. d. Universidad de Chile, Ed.) *Revista Chilena de Antropología*: 245-257.

20. Grass, R. J., Cervantes, E. F., & Altamirano, C. R. (2013). Estrategias para el rescate y valorización del queso tenate de Tlaxco Un análisis desde el enfoque de sistemas agroalimentarios localizados (SIAL). *Culturales*, 1(2), 9-54.
21. Grass, F. *El enfoque de sistemas agroindustriales*. Revista Políticas públicas y económicas: 123-136.
22. Jordana, J. (2000). Traditional foods: challenges facing the European food industry. *Food Research International*, 1(33), 147-152.
23. Laguna Reyes, C. E., 2009. Cadenas productivas, columna vertebral de los Clusters industriales mexicanos. *Economía mexicana NUEVA ÉPOCA*, XIX(1), pp. 119-170
24. Lancibidad, G. (s.f.). *Coyuntura Agropecuaria*. Recuperado el 28 de mayo de 2015, de Producción artesanal de alimentos: análisis y perspectivas: <file:///C:/Users/wlara/Documents/Produccion%20artesanal%20de%20alimentos.PDF>
25. Limón, D. A. (1999). Patrimonio ¿de quién? Patrimonio Etnológico. Nuevas Perspectivas de Estudio. *Cuadernos del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 8-15.
26. Marcos, A. J. (5 de mayo de 2010). *Gazeta de Antropología*. Recuperado el 02 de febrero de 2016, de *Gazeta de Antropología*: http://www.ugr.es/~pwlac/G26_19Javier_Marcos_Arevalo.pdf
27. Marín, G. A., Álvarez de Uribe, M., & Rocique, G. J. (2004). Cultura alimentaria en el municipio de Acandí. *Boletín de Antropología, Universidad de Antioquia, Medellín.*, 18(35): 51-72.
28. Manzo, D. (21 de septiembre de 2014). El Imparcial el mejor diario de Oaxaca. Recuperado el 17 de noviembre de 2014, de <http://imparcialoaxaca.mx/istmo/X4/totopo-herencia-de-los-zapotecas>
29. Martínez, G. A. (2008). Tequila, mezcal y cerveza: de México para el mundo. *Revista Agricultura, sociedad y desarrollo*, 5(2): 143-150.

30. Melendéz, T. J., & Cañez De la Fuente, G. (2009). La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local: el caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estud. soc*, 181-204.
31. Messer, E. (1984). Annual Review of Anthropology. *Annual Reviews Anthropology*, 13: 205-249.
32. Moreira, R. (2006). *Memória y patrimonio alimentario: la importancia de los saberes empíricos*. Universidad Internacional de Andalucía. España.
33. Navarro, C. G. (2011).). Estudio de caso Denominación de Origen del Maíz Blanco Gigante Cusco. Lima, Perú. 31 pp.
34. NotiMAG. (27 de noviembre de 2013). *Lanzan marca de masa para tamales con sello de trazabilidad 100% de Costa Rica*. Recuperado el 17 de noviembre de 2014, de <http://prensamag.blogspot.mx/2013/11/lanzan-marca-de-masa-para-tamales-con.html>
35. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO. (11 de marzo de 2012). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura* . Obtenido de <http://www.fao.org/food-quality-origin/que-es-la-calidad-vinculada-al-origen/calidad-especifica/es/>
36. Petrich, P. (1987). Hombres de maíz, hombres de carne. (UNESCO, Ed.) (5): 10-13.
37. Plenge, T. F., Sierra, F. A., & Castillo, S. A. (2007). Riesgos a la salud humana causados por plaguicidas. *TECNOCENCIA*, Chihuahua, 1(3), 4-6.
38. Piña, A. P. (2014). Cultura y alimentación. aspectos fundamentales para una visión comprensiva de la alimentación humana. *Anales de Antropología*, 11-31.
39. Pomeón, T. (noviembre de 2007). EL Queso Cotija, México. Un producto con marca colectiva, queso "cotija región de origen", en proceso de adquisición de una Denominación de Origen. Recuperado el 07 de abril de 2016, de http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Santiago/Documentos/Estudios%20de%20caso/Cotija/Queso_COTIJA_Mexico.pdf
40. Porter, M., 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. Nueva York: s.n.

41. Ramírez, J. F., Escoto, F. C., & Cardenas, J. R. (2013). Estrategias para el rescate y valorización del queso tenate de Tlaxco. Un análisis desde el enfoque de sistemas agroalimentarios localizados (SIAL). *Culturales*, 1, 9-54.
42. Renard, H. M., & Thomé, O. H. (2010). La ruta de la sal prehispánica. Patrimonio alimentario, cultural y turismo rural Zapotlán de las Salinas, Puebla, México. *Spatial dynamics in agrifood system: implications for sustainability and consumer welfare* (pág. 15). Parma, Italia: Departamento de Sociología Rural, Chapingo, México.
43. Rivera, C. G. (1999). Estudio de caso sobre El proceso de obtención de la Denominación de Origen del Maíz blanco gigante del Cusco. FAO. FAO. Recuperado el 12 de junio de 2015, de http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Santiago/Documentos/Estudios%20de%20caso/Mais_Peru.pdf
44. Rochín, V. (16 de marzo de 2015). Televisora Grupo Pacífico. Recuperado el 11 de abril de 2016, de http://www.tvpacifico.com.mx/portal/noticias_display/140477/inician-proceso-para-obtener-denominacion-de-origen-para-el-maiz-blanco-sinaloa
45. Rojas, T. B. (2008). Comidas de los antiguos y comidas de hoy. Proceso de patrimonialización de la Gastronomía (Caso de Mucuchíes, Venezuela). En M. Álvarez, & X. Medina, *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América*. Barcelona: Icaria editorial: 175-197
46. Ruiz, R. (200). El método científico y sus etapas. Recuperado el 23 de enero de 2015, de <http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf>
47. Sainz, H. (agosto de 2002). Alimentos y bebidas con Denominaciones de Origen y distintivos de calidad, balance y perspectivas. Recuperado el 21 de marzo de 2016, de http://www.mercasa.es/files/multimedios/1297893230_DYC_2002_64_58_68.pdf

48. Sánchez, H. Á. (septiembre de 2014). Productos agroalimentarios de calidad como mecanismo de protección de productores y consumidores. *Revista Internacional de Doctrina y Jurisprudencia*.(7): 1-25.
49. Schmitt, J. C. (septiembre de 2011). Alimentos de "ningun lugar" alimentos "del lugar". *LEISA revista de agroecología*, 27(3): 6-9.
50. Schlüter, G. R. (2006). Turismo y Patrimonio Gastronomico: Una Perspectiva. *Revista: estudios y perspectivas de Turismo*. Centro de Investigaciones y Estudios Turisticos, 19(6): 909-929.
51. Tito, G., & Cattaneo, C. (2000). Producción de alimentos sanos a pequeña escala , comercialización y limitaciones reglamentarias: elementos para un analisis del tema. Buenos Aires, Argentina.
52. TV Edomex. (16 de abril de 2016). *Llegaron las tlayudas toluqueñas a la Feria Nacional de San Marcos*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=EkS5b4afjXw>
53. Urkola. *Urkola, M. J. (2012). La artesanía alimentaria en la legislación autonómica reciente. Revista sobre patrimonio cultural: regulación, propiedad intelectual e industrial, 1(1): 136-162.*
54. UNESCO. (1997). *simposio internacional sobre "la artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera"*. Recuperado el 17 de Agosto de 2014, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001114/111488s.pdf>
55. UNESCO. (2005). Encuentro entre diseñadores y artesanos. Recuperado el 17 de Agosto de 2014, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001471/147132s.pdf>
56. Valderrama, B. M. (4 de febrero de 2013). Dirección General de Comunicación Social, UNAM. Recuperado el 18 de mayo de 2016, de http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2013_075.html
57. Vandecandelaere, E. (2010). *Uniendo personas, territorios y productos. Guia para fomentar la calidad vinculada al origen y a las indicaciones geográficas*. Italia: FAO: 1-95

58. Villanueva, A., Domínguez, A., Espinoza, A., & Arriaga, C. (2008). Alimentos artesanales y tradicionales: variabilidad versus estandarización. En IV Congreso Internacional de la Red SIAL (págs. 27-31). Mar del Plata, Argentina.
59. Villegas de Gante, A., Santos, M. A., & Hernández, M. A. (2011). *Caracterización del queso crema de Chiapas (Aspectos socioeconómicos y tipicidad del producto)*. México, Estado de México: Universidad Autónoma Chapingo.
60. Zubieta, A. M. (2000). *Cultura popular y cultura de masas*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Informantes clave

1. Gertrudis Jaimes, B. (7 de abril de 2015). Entrevistas Unidad Territorial la Teresona. (Granados, F. R, Entrevistador).
2. Nolasco, O. L. (17 de mayo de 2015). Reseña histórica de la tradicional "Tostada o huarache toluqueño". (Granados, F. R, Entrevistador)
3. Paredes, R. R. (23 de marzo de 2015). Producción de huaraches en la Unidad Territorial La Teresona (Granados, F. R Entrevistador)