



Universidad Autónoma del Estado de México



Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales

Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario

Trabajo Terminal de Grado

“Problemática y valorización del dulce típico de leche en el municipio de Toluca, Estado de México por medio del análisis de la cadena de valor.”

Que para obtener el grado de Maestro en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario

Presenta:

Lic. en Geo. Luis Guadarrama García

Comité de Tutores:

Dr. Francisco Herrera Tapia

Dra. Angélica Espinoza Ortega

Dr. Jesús Gastón Gutiérrez Cedillo

El Cerrillo Piedras Blancas, Toluca, Estado de México. Septiembre, 2018

DEDICATORA

Dedico este trabajo a mi familia que siempre ha estado junto a mí en momentos buenos y malos. A mi papá que aún con las diferencias de opiniones, siempre ha sido un pilar indestructible a lo largo de mi vida. A mi mamá que siempre se esfuerza el doble con el objetivo de brindar el máximo bienestar para toda su familia. A mis hermanos que a pesar de el distanciamiento generado por las circunstancias, siempre están al pendiente de la familia como prioridad. A mis sobrinos como evidencia del esfuerzo conjunto de este grande y muy valioso equipo y que con su apoyo y compañía, los logros se disfrutan de una forma maravillosa.

RESUMEN

El dulce típico de leche del municipio de Toluca, cuenta con una trayectoria histórica de más 120 años, tiempo en el cual se ha constituido como una actividad económica para algunas familias, así como un atractivo turístico del municipio. Los productores del alimento emblemático son portadores de un saber – hacer que ha pasado de generación en generación. Sin embargo, frente a las presiones de la globalización y la llegada de productos extranjeros se está generando una competencia desleal; gracias a dicho fenómeno, estos productos han experimentado un proceso de desplazamiento y pérdida de su competitividad en el mercado.

Es por ello que se detecta la falta de valorización del dulce típico de leche, siendo esta una problemática a tratar, pues los consumidores no consideran las características específicas del producto, lo cual es una amenaza seria a su continuidad en el mercado. El objetivo de este trabajo es explicar la importancia de la valorización del dulce típico de leche; además de conocer sus características físicas, históricas, el contexto territorial en el que se produce e identificar a los actores directos e indirectos y las fuerzas externas que participan en su producción.

También se detectan algunos de los principales problemas a los que se enfrenta este producto y se cierra con la propuesta de acción para contrarrestar esta falta de valorización. Para lo cual, se realizó una selección de productos, con base en cuestionarios aplicados a consumidores de dulce típico de leche que asisten a las dulcerías localizadas en la ciudad de Toluca, también se consideró el proceso de producción y a su frecuencia dentro de las dulcerías de la ciudad, lo que permitió detectar cinco dulces para su análisis dentro de este trabajo.

El análisis contextual de los dulces se realizó por medio de la metodología LINK 2.0, de la cual se tomaron herramientas como el mapeo de la cadena de valor para definir los actores que participan en la producción de dulce, y así identificar las características de las cuales se desprende la importancia de su valorización. Como conclusión, se demostró que el dulce típico de leche cuenta con características identitarias como su contexto histórico, el saber – hacer, el territorio, el producto y el productor, así como las fuerzas externas que ejercen relación con la cadena de valor de estos productos, lo que conlleva a revalorizarlo como un producto único para deleite de los consumidores.

Palabras Clave: Valorización, cadena de valor, dulce típico de leche, saber-hacer, Toluca.

ABSTRACT

The typical milk sweet of the municipality of Toluca, has a historical trajectory of more than 120 years, time in which it has been established as an economic activity for some families, as well as a tourist attraction of the municipality. The producers of the emblematic food are bearers of know - how that has passed from generation to generation. However, in the face of the pressures of globalization and the arrival of foreign products, unfair competition is being generated; Thanks to this phenomenon, these products have experienced a process of displacement and loss of their competitiveness in the market.

That is why the lack of valorization of the typical sweet milk is detected, this being a problem to be addressed, because consumers do not consider the specific characteristics of the product, which is a serious threat to its continuity in the market. The objective of this work is to explain the importance of the valorization of the typical milk sweet; in addition to knowing its physical, historical characteristics, the territorial context in which it is produced and identifying the direct and indirect actors and the external forces that participate in its production.

It also detects some of the main problems faced by this product and closes with the proposed action to counter this lack of appreciation. To this end, a selection of products was made, based on questionnaires applied to consumers of typical milk candy who attend sweets located in the city of Toluca. The production process and its frequency within the sweets stores were also considered. The city, which allowed detecting five candies for analysis within this work.

The contextual analysis of the sweets was carried out through the LINK 2.0 methodology, from which tools such as mapping the value chain were taken to define the actors involved in the production of sweets, and thus identify the characteristics of which the importance of

its valorization is revealed. In conclusion, it was demonstrated that the typical milk sweet has identity characteristics such as its historical context, know - how, territory, product and producer, as well as external forces that have a relationship with the value chain of these products which leads to revalue it as a unique product to delight consumers.

Key Words: Valorization, value chain, typical milk sweet, know-how, Toluca

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a la Universidad Autónoma del Estado de México, por brindarme la oportunidad de participar en el Programa de Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario, realizado en el Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, con lo que fortalezco mi desarrollo académico, profesional y persona, generando una amplia visión de la realidad actual y con herramientas para ser un miembro de la sociedad y cumplir con la responsabilidad correspondiente.

A todos los profesores que se vieron involucrados en mi formación durante el programa de MARDTyTA. Particularmente quiero agradecer a mi comité de tutores pertenecientes al ICAR, Dr. Francisco Herrera Tapia y Dra. Angélica Espinoza Ortega, quienes aceptaron apoyarme en este proyecto, también a mi tutor Dr. Jesús Gastón Gutiérrez Cedillo que me ha acompañado y guiado desde el comienzo de mi formación universitaria.

A la Dra. Yanelli Daniela Palmas Castrejón por el gran apoyo que me brindo, por creer en mí y por enseñarme a ver la vida de una forma nueva, siempre mirando a ser un buen estudiante y una buena persona, siendo una motivación para continuar dando lo mejor de mi cada día.

Al CONACyT por el apoyo financiero otorgado durante el programa de MARDTyTA con lo cual se logro concluir satisfactoriamente y con la responsabilidad de cumplir con mi función como profesional ante la sociedad.

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	12
2. MARCO REFERENCIAL	14
2.1. Contextualización de la valorización y su relación con la cadena de valor.	14
2.2. Del producto típico al dulce típico de leche	19
2.3. Contextualización territorial de Toluca, Estado de México.	22
2.4. Turismo en Toluca.....	25
3. PROBLEMA DE ESTUDIO	27
4. JUSTIFICACIÓN.....	29
5. OBJETIVOS	30
5.1. Objetivo General.....	30
5.2. Objetivos Específicos	30
6. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO	31
7. RESULTADOS	37
7.1. Trayectoria histórica como elemento de diferenciación para la valorización del dulce típico de leche.....	37
7.2. Selección del producto a analizar mediante el Estudio de Mercado	38
7.2.1. Segmentación geográfica.....	39
7.2.2. Segmentación demográfica	40
7.2.3. Segmentación psicográfica y de comportamiento	41
7.2.4. Análisis de la demanda.....	42
7.2.5. Análisis de la oferta	44
7.3. Descripción del proceso técnico, saber-hacer como elemento de diferenciación para la valorización del dulce típico de leche.....	46
7.3.1. Descripción del proceso de producción. Proceso preliminar	46
7.3.2. Proceso de elaboración del jamoncillo o barras de leche	47
7.3.3. Elaboración de huesos de canela	50
7.3.4. Elaboración de macarrón	51
7.3.5. Elaboración del mostachón.....	52

7.3.6. Elaboración de bolas de cacahuete y nuez.....	52
7.4. Mapeo de la Cadena de Valor del Dulce Típico de Leche	53
7.4.1. Productores de materias primas.....	56
7.4.2. Intermediarios y acopiadores.....	57
7.4.3. Productor o artesano	57
7.4.4. Intermediarios y acopiadores.....	59
7.4.5. Servicios operativos.....	60
7.4.6. Insumos de producción.....	61
7.4.7. Servicios de Producción	63
7.5. Análisis FODA	63
DISCUSIÓN.....	66
CONCLUSIONES.....	67
FUENTES.....	69
ANEXOS	73

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.	Tipologías de los procesos de valorización	16
Tabla 2.	Conceptualización del dulce típico de leche desde las especializaciones de la gastronomía	20
Tabla 3.	Lugar de procedencia de consumidores de dulce típico de leche	39
Tabla 4.	Dulces típicos de leche con mayor preferencia en los consumidores	44
Tabla 5.	Oferta de dulce típico de leche de tres dulcerías de Toluca	45
Tabla 6.	Actores directos de la cadena de valor del dulce típico de leche	55
Tabla 7.	Actores indirectos de la cadena de valor del dulce típico de leche	56
Tabla 8.	Herramientas utilizadas en las dulcerías típicas de la ciudad de Toluca	62
Tabla 9.	Análisis FODA del dulce típico de leche	64

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1.	Mapa de ubicación del municipio de Toluca	23
Imagen 2.	Mapa de climas del municipio de Toluca	24
Imagen 3.	Mapeo de la cadena de valor	35
Imagen 4.	Llegada de la leche al lugar de producción	47
Imagen 5.	Agregado de sabor y/o frutas al dulce	48
Imagen 6.	Vaciado del dulce en las adoberas	49
Imagen 7.	Agregado de nuez	49
Imagen 8.	Barras listas para cortar	50
Imagen 9.	Elaboración de huesos de canela	51
Imagen 10.	Elaboración del macarrón de leche quemada	51
Imagen 11.	Elaboración del mostachón	52
Imagen 12.	Elaboración de bolas de cacahuete	53
Imagen 13.	Mapeo de la cadena de valor de los dulces típicos de leche de Toluca	54

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente se ha incrementado el consumo de productos industrializados y estandarizados a nivel global, tal y como lo afirma el Instituto de Estudios Peruanos (2002), un efecto de ello es que cuando una persona adquiere un producto, de cualquier especie o para cualquier fin, está consumiendo exactamente el mismo producto que consume alguien más en otra parte del mundo. Este fenómeno, está provocando la estandarización de los productos alimentarios, mermando los productos típicos y locales elaborados con procesos tradicionales. Derivado de ello, se presenta otro problema, y es que los artesanos que se dedican a elaborar estos productos están disminuyendo por la poca demanda que existe en el mercado.

De allí la importancia de este trabajo, ya que, por medio del análisis de la cadena de valor, se pretenden conocer las particularidades del dulce típico de leche, y así explicar y definir la importancia de su valorización como un producto diferenciado, las interrelaciones de los actores directos, indirectos y las fuerzas externas que influyen en la misma, los problemas que está enfrentando actualmente el producto y que sugerencias pueden ser opción para contrarrestar las adversidades que se presentan.

La valorización es un concepto amplio donde se engloban preguntas como: ¿Quién valoriza? ¿Por qué valoriza? ¿Cómo valoriza? ¿Para qué valoriza? Es por ello que resulta complejo hablar sobre valorización, ya que se puede abordar desde distintos enfoques como económico, social y en algunos casos hasta sentimental. En este trabajo el principal objetivo es definir la importancia de la valorización del dulce típico de leche del municipio de Toluca, Estado de México, a partir de su trayectoria histórica, sus particularidades y de la cadena de valor que se genera alrededor del mencionado producto.

Para ello, es de vital importancia mencionar que en Toluca se oferta una amplia variedad de dulces típicos, estos son elaborados con leche y azúcar, así como frutas cristalizadas, coco, palanquetas de cacahuete, entre otros. Estos productos, en conjunto han detonado la demanda de los consumidores, tanto locales, como de fuera de las fronteras político

administrativas del municipio, lo que ha logrado posicionarlos como un atractivo gastronómico que a su vez, permite potenciar el turismo a nivel local.

Así se observa que por medio de la valorización del dulce típico de leche, exaltando sus características, podría propiciar la permanencia dentro del mercado, contribuyendo de manera directa a una mejora en la calidad de vida de los actores involucrados.

A efecto de lo anterior, el presente trabajo aborda la temática partiendo de la contextualización de la valorización y su relación con la cadena de valor, como marco de análisis. Posteriormente se realiza una discusión sobre la tipicidad de los productos y el dulce típico de leche en particular, a través de diferentes ejemplos tangibles para clarificar los conceptos en su justa dimensión. De igual forma el texto contempla una caracterización del territorio de Toluca, lugar donde se desarrolla la actividad productiva, así como las articulaciones del dulce típico con la identidad territorial toluqueña, de igual manera se pormenoriza la metodología utilizada, y se presentan los resultados acompañados de un cierre a manera de reflexiones finales, entre las que destaca la historia del dulce típico de leche, el mapeo de la cadena de valor y las sugerencias que pueden ayudar a disminuir la problemática a la que se enfrenta actualmente.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Contextualización de la valorización y su relación con la cadena de valor.

Existen diversos conceptos respecto a lo que valorización se refiere, ya que un producto se puede valorizar desde diferentes contextos como la historia, el proceso, la calidad, lugar de origen, entre otros. Los productos cuentan con características propias que los hacen diferenciarse de otros y ser únicos, y por ello se pueden valorizar. Como lo menciona Velarde, *et al.* (2014) es de vital importancia la valorización del *saber-hacer*, esto reflejado en un estudio que realizaron acerca del vino de la costa y el tomate platense, en donde a partir de estos productos, se determina la valorización del *saber-hacer* como un elemento fundamental de dichos productos, lo que les brinda identidad y un vínculo con el territorio. Para llegar a esta conceptualización, Agüero, Urtubey y Vera (2008) consideran que el *saber-hacer* es un conocimiento práctico no explicable; ya que se puede hacer, pero no decir.

Luego entonces, el saber- hacer, está influenciado en relación con el territorio, la cultura, la historia, los actores y productos. Acampora y Fonte (2007) afirman que por medio de productos locales o como ellos lo llaman, “canasta de bienes”, es posible valorizar un territorio, ya que tienen fuertes vínculos con la cultura y la historia local. Por su parte, el territorio brinda características específicas a los productos, por lo que existe una relación bidireccional, en donde tanto los productos valorizan al territorio, así como el territorio valoriza a los productos.

Con lo mencionado anteriormente, se remarca la valorización con el vínculo territorial; sin embargo, existen más características en los productos que se pueden valorizar como lo mencionan Lozano y Méndez (2015): “la valorización del origen territorial de los productos y del saber-hacer local se realiza mediante la creación de marcas colectivas y la certificación de productos, productos orgánicos y redes de comercio justo, entre otros”.

Ahora bien, la valorización de las producciones locales, supone un interés, no únicamente del territorio, ya que requiere la intervención por parte de los organismos gubernamentales, principalmente a nivel municipal, hablando de productos locales. La intervención, se puede establecer por medio de políticas públicas que generen la promoción integral de las actividades empresariales (por ejemplo organización de degustaciones, muestras culturales sobre productos, ferias, organización de viajes a las zonas productoras, entre otros); y además, que permitan un mejor desarrollo de los sistemas productivos puestos en valor (Lozano y Méndez, 2015).

Los productores locales, trabajan de tal manera en un territorio al que pertenecen, que son portadores del saber-hacer local; sin embargo, existe un problema al respecto, ya que el conocimiento del productor no es valorado adecuadamente por los consumidores, provocando que poco a poco este disminuyendo en las personas que lo portan. Ruido y Rowan (2007) sugieren, que el conocimiento del productor y sus maneras de operar, deberían tener un valor intrínseco y extrínseco, pues si bien es verdad que los modos de producción han sido valorados en las últimas décadas, la creciente velocidad en la que se vive, ha disminuido el valor de los elementos propios como el proceso, productor, conocimiento, del producto en sí mismo, entre otros, así como de algunos segmentos de la sociedad; pues actualmente, se busca la revalorización de productos locales, y por ende del productor, artesano, proceso, buscando un pago justo a la calidad y proporcional al mismo.

Al hablar de la valorización de un producto, es necesario mencionar la importancia del proceso de producción del producto típico. En el parámetro de la valorización Mendoza, Parra y De Los Ríos (s.f.) proponen una estrategia de valorización como un plan de acción innovador, diseñado para implementar procesos productivos mejorados, tomando en cuenta la calidad, localidad, originalidad y tipicidad de los productos, y que estos estén vinculados a un ámbito de especial interés.

Entonces, la valorización no es cosa simple, se debe tener muy claro que es lo que se va a valorizar y qué es lo que se desarrolla alrededor de ello. Troitiño (1998) menciona que la valorización del territorio, requiere analizar los recursos existentes, y conocer la problemática socio-territorial generada por el uso de dichos recursos. Así que si se observan los elementos que ya se mencionaron para la valorización, el territorio es esencial. Sin

embargo, no se puede dejar de lado otros elementos, como los que menciona González (2006) en su publicación en la Revista Distribución y Consumo, donde afirma que en el caso de la valorización de productos, el proceso de valorización requiere tener presentes los elementos de la Tabla 1:

Tabla 1. Tipologías de los procesos de valorización

Especificidad por el arte elaboración	Calidad de origen del producto	Proceso de producción	Selección del producto de calidad
Calidad específica determinada por el conocimiento del productor	Calidad intrínseca del producto, determinado por su origen y localización geográfica	Calidad del trabajo de los productores	Calidad seleccionada por la apreciación y el conocimiento

Fuente: Elaboración propia con base en González (2006).

Como se muestra en la Tabla 1. El producto no es solo como lo encuentra el consumidor final, el trasfondo de él es muy importante, su contexto, entre otras características. En el ejemplo de la tabla anterior se valoriza la calidad, considerando los rasgos específicos del producto que le otorgan una identidad propia en un territorio específico y que lo hacen único al compararse con otros productos. Por otra parte, la calidad, González (2006) la evalúa respecto a su tipología, considerando parámetros como:

- Especificidad por el arte de elaboración
- Calidad de origen del producto
- Proceso de producción
- Selección del producto de calidad ex-post

Considerando los puntos anteriores se hace énfasis en las características relacionadas con los valores subjetivos y/o afectivos, tomando en cuenta que estos argumentos son de naturaleza intangible y a su vez son inmateriales.

Para otros autores, como Acampora y Fonte (2007) la valorización se puede generar por medio de estrategias: en primer lugar el producto o de cadena de valor como portador de la identidad cultural, y segundo lo relativo a la integración de valorización de la calidad territorial.

La estrategia de cadena de valor, está centrada en la valorización de un producto específico, con el objetivo principal de permitir al producto portador de la identidad cultural “viajar” a mercados lejanos, sin perder el vínculo con sus propias raíces. Las certificaciones de los “Productos de Origen Protegido”... La segunda estrategia está basada en la valorización de la identidad territorial no por medio de un único producto sino a través de una “canasta de bienes”, dentro de la cual uno de los “marcadores de la identidad” puede ser protagonista. (Acampora y Fonte, 2007: 194).

Por lo anterior, se considera que la valorización es un conjunto de elementos tangibles e intangibles de los actores que intervienen en una cadena de valor, tomando en consideración al territorio, el proceso de producción, productor y producto final, viendo cada uno de estos elementos, como un actor que se articula con otro, con uso de los principios de relacionamiento. Es importante considerar la dimensión intangible de cada uno de ellos, y como puede ser su historia o su participación dentro de la cultura de un territorio determinado.

Por otra parte, los autores ya mencionados, afirman que la estrategia de cadena de valor y la de producto certificado, tienen como objetivo la mercantilización de la cultura local, la “encapsulación” del territorio en un producto que puede ser comercializado directamente y usado en la promoción del territorio. Todo lo anterior, lleva a pensar en otro concepto de interés, cuando se habla de un producto valorizado a partir de la cadena de valor.

La valorización y sus múltiples usos y definiciones crean un amplio abanico de conceptos, en lo que se enfoca este estudio es el dulce de leche del municipio de Toluca en el Estado de México, y es el producto que se pretende explicar, su importancia y su valorización.

A partir de lo antes dicho, se puede considerar que el dulce de leche pertenece a una cadena de producción que para Jansen y Torero (2007) es “*el conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, después en la transformación y en el traslado hasta el mercado de realización de un mismo producto*”. Para Van Der Heyden y Camacho (2006) una cadena productiva “*es un sistema constituido por actores*

interrelacionados y por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado”.

Una cadena de valor es un proceso en el que participan actores dentro de un contexto territorial que se compone de un espacio geográfico, histórico, social, cultural y económico. Estos actores tienen un mismo objetivo el cual es producir un bien o un servicio teniendo para sí un beneficio económico, al tiempo que contribuye a la reafirmación de la identidad del territorio a partir de la continuidad de una actividad económica.

Abordar los conceptos de valorización y de valor, dentro de la cadena de valor, permite visualizar diferencias entre ambos conceptos, el valor puede ser focalizado en lo económico o tener determinado parámetro que lo permita valorizarlo y compararlo; a diferencia de la valorización, la cual puede incluir cuestiones afectivas, simbólicas, identitarias, entre otras. Luego entonces, una cadena de valor, es definida por Jansen y Torero (2007) como *“el conjunto de agentes (o fracciones de agentes) económicos que contribuyen directamente a la producción, procesamiento y distribución, hasta el mercado de consumo, de un mismo producto”* (p.4). El agente económico es visto por la Revista de Eco-Finanzas (s.f.) como la unidad básica donde se generan y toman decisiones en una actividad económica, los cuales pueden ser productores o consumidores. Por lo que se puede notar que el valor económico aumenta en cada eslabón de una cadena, entonces el producto final tendrá un costo económico más alto.

La cadena de valor es una herramienta de análisis, que permite analizar cuantitativamente el valor que se genera en cada uno de los eslabones para llegar al producto final, y así medir la distribución del valor entre los actores (Jensen, H. y Torero, M., 2007). Porter (2009) considera que la cadena de valor es una herramienta que da pauta a tener ventaja en las actividades que se realizan; lo cual afirma McKinsey, citado en Andalucía Emprende (2015) en su propuesta de modelo de cadena de valor, donde en cada sector (eslabón) se identifican las ventajas con las que cuenta con la finalidad de satisfacer al cliente.

Entonces, una cadena de valor es una herramienta de análisis de una empresa destinada a ofrecer al público un producto o servicio, con transparencia de información, donde se conoce a cada actor que participa, tomando en cuenta que en cada eslabón puede existir uno

o más actores. Si bien, es de considerar el flujo de información entre los actores, también conocer los aportes económicos que se van sumando a los productos o servicios hasta llegar al consumidor final. Según Daniel Iglesias, citado por Casanova (2016), doctor en economía agroalimentaria y técnico del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria de Argentina, en el informe “Cadenas de valor como estrategia: las cadenas de valor en el sector agroalimentario” (2002), la cadena de valor es una red de alianzas estratégicas entre varias empresas de negocios independientes que están dentro de la cadena agroalimentaria.

Para comprender una cadena de valor, es importante no perder de vista que ésta es una herramienta de análisis de un proceso de producción o de una cadena productiva, en la que cada eslabón aporta un aumento en el costo de los productos en cuestión.

Por último, la cadena de valor permite hacer énfasis en la valorización de un producto, como lo es el dulce típico de leche, y su contexto llámese productores, el saber-hacer, el producto en sí mismo, su relación con las tradiciones, la cultura y la historia; así como, el vínculo territorial con el que cuenta el producto, y en dado caso, la importancia de cada uno de los actores que participan en su elaboración para llegar al producto final, el cual puede ser considerado como un producto típico local.

2.2. Del producto típico al dulce típico de leche

Un producto típico tiene relación principalmente con dos elementos: primero, el territorio donde se produce, puede ser desde una región hasta un país; y segundo, las características que lo hacen único y diferente de otros productos (Champredonde, 2011). Cartay (1998) define la tipicidad, como aquello que es concerniente a costumbres y tradiciones populares de una región o de un país.

Existen también conceptos como productos artesanales, a los que Espeixt (1996) describe como productos hechos a mano, y que no han pasado por un proceso de industrialización. Es por eso que, al hablar de dulce de leche y teniendo congruencia con lo que mencionan los anteriores autores, el dulce de leche es un producto artesanal, que se elabora de una

forma *no industrial*, además de contar con un vínculo territorial y cultural propio de una región, siendo esta homogénea en tradiciones. Las tradiciones vistas por Arévalo (2004) como una construcción social, que sufre cambios conforme trascienden las generaciones y varían dependiendo de cada cultura.

Así que un producto típico está relacionado con un tiempo determinado en la escala espacial, con un territorio en la escala temporal, y con una cultura, la cual es propia de las personas que así lo consideran. Por otra parte, un producto tradicional, menciona Shin (2010) citado en De Jesús (2014) ha sido producido por mucho tiempo y por personas con una misma cultura y comparten estilos de vida, haciendo uso de las materias primas del lugar en el que viven

Como la gastronomía es un nuevo campo de estudio, aún se están construyendo los conceptos que encierran este desconocido mundo de conocimientos, por ello para poder obtener una definición de dulce típico, se realizaron entrevistas semiestructuradas a profesionales de la Gastronomía, de lo cual se desprende la Tabla 2.

Tabla 2. Conceptualización del dulce de leche desde las especializaciones de la gastronomía.

Especialización del Informante	Conceptualización de dulce típico de leche
Gastrotecnología	Elaboración dulce hecho a base de algún ingrediente endémico de alguna zona específica, por ende, para ser típico depende más de los ingredientes, tiempo y de la zona para ser llamado así.
Cocina francesa, repostería y lácteos.	Refleja identidad, cultura, historia, evolución, representatividad, felicidad, patrimonio, un dulce típico de leche engloba muchas cosas debido a su trascendencia en el tiempo. El patrimonio de los dulces, se ha heredado desde la cocina conventual.
Cocina mexicana	Los dulces típicos son preparaciones locales arraigadas a la tradición popular de un pueblo o nación, generalmente elaborado de manera artesanal cuya constante sea la representatividad del territorio y carga simbólica que se le atribuya

Innovación en la gastronomía	Un dulce típico, es un dulce que es único del lugar donde se vende, que lo encuentras en cualquier lugar en esa zona y que se prepara de la misma forma siempre
Lic. en Gastronomía	Dulce o postre que es elaborado con fidelidad los rasgos de un tipo o modelo basado en la cultura de una comunidad.
Cocina de Medio Oriente	La palabra lo indica está describiendo una tipicidad es decir características de la zona donde se está elaborando, es decir, por dar un ejemplo en el bajío se produce mucha leche de cabra se hará un dulce típico de leche de cabra utilizando la materia prima oriunda de esa zona geográfica, si nos vamos al norte la producción de leche es vacuna entonces ahí tendremos un dulce típico de leche de vaca pues se utiliza la materia prima de la zona geográfica.
Cocina mexicana, repostería, panadería nacional e internacional	Combinación de varios productos prehispánicos y actuales, donde se pueden manipular recursos y hacer uso de su contenido o de su extracto para lograr un dulce típico de denominación de origen. Teniendo en cuenta que aunque no haya el recurso en el lugar se considera el proceso de producción en el lugar. Procesos que son legados desde la cultura prehispánica hasta la actualidad y se han ido modificando y mejorando o inventando nuevos dulces y técnicas para obtener un dulce más sano sin conservadores.

Fuente: Elaboración Propia con base en entrevistas a profundidad.

Es por esto que, a partir del análisis de información bibliográfica y de los cuestionarios realizados, se concluye que un dulce típico es un producto alimentario elaborado con materias primas pertenecientes a la zona geográfica, contiene entre los principales ingredientes el azúcar, además de estar ligado a la cultura del lugar, tiene un contenido histórico y cultural, cuenta con una identidad propia y su elaboración es de forma artesanal.

Luego entonces, un producto típico tiene ese fuerte arraigo territorial y está ligado a un espacio y un tiempo determinado. Ya que si bien, se puede entender que una tradición varía conforme avanza el tiempo, hablar de un producto típico puede ser diferente para una generación que para otra, pues es innegable pensar en la diferencia de criterios que pueden influir sobre el objeto en cuestión. Sin embargo, actualmente un producto artesanal es elaborado manualmente y en bajos volúmenes y con ciertas técnicas perfeccionadas por los productores.

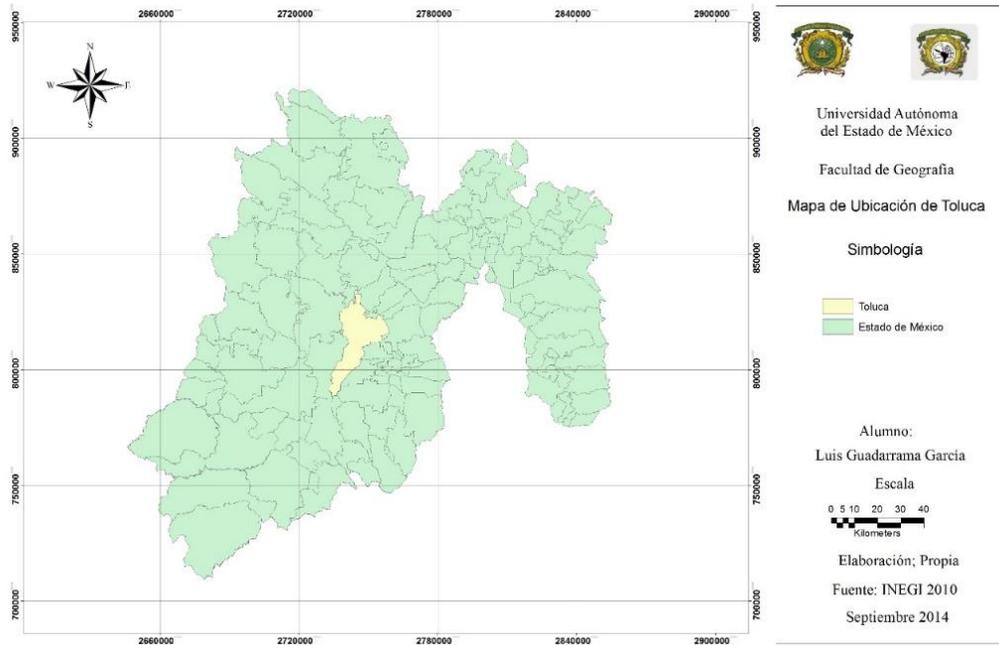
Aunque el dulce típico de leche de Toluca, no contiene la característica de ingredientes endémicos, tiene un fuerte contenido histórico y cultural, pues estos dulces han trascendido en el tiempo por más de 120 años, lo cual ha creado una identidad en la zona, los artesanos que se dedican a elaborarlo transmiten sus conocimientos de generación en generación y los consumidores identifican estos productos como propios del territorio toluqueño.

Así que la identidad del dulce típico de leche está íntimamente relacionada con el territorio en un tiempo determinado y por una sociedad que ha adoptado el producto como propio, dotándolo de un fuerte contenido cultural e histórico que le dan características que lo diferencian de otros para su valorización, de tal manera que se debe preservar como un producto único y tradicional del territorio toluqueño.

2.3. Contextualización territorial de Toluca, Estado de México.

El municipio de Toluca se ubica en las coordenadas geográficas extremas 10°04' y 19°28' de latitud norte, así como 99°31'43'' y 99°47' de longitud oeste del meridiano de Greenwich. La altura promedio es de 2 mil 660 metros sobre el nivel medio de mar (msnm). Cuenta con una superficie de 42 mil 952.14 hectáreas. Cuenta con una población de 819 mil 561 habitantes, que representa 5.40% del total del Estado de México.

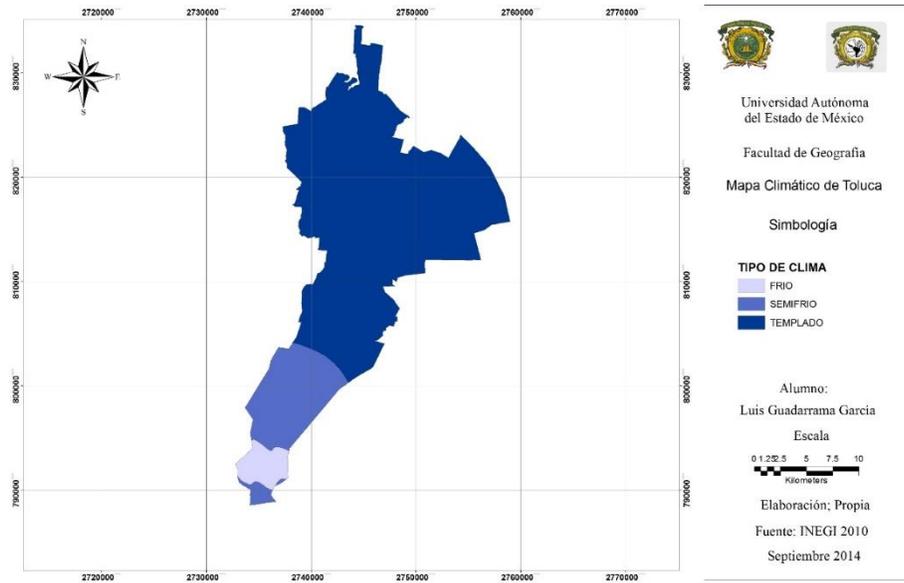
Imagen 1. Mapa de ubicación del municipio de Toluca



Fuente: Elaboración propia

El clima que predomina en el municipio es el templado subhúmedo con una temperatura promedio de 18° C. Por otra parte, la zona en la que se ubica la elevación más importante de la entidad, el Xinantécatl o Nevado de Toluca, se presentan el clima semifrío subhúmedo, con una temperatura promedio de 14°C (H. Ayuntamiento de Toluca, 2016 – 2018). El tipo de clima que predomina en el municipio tiene relación con las actividades económicas que se realizan.

Imagen 2. Mapa de climas del municipio de Toluca



Fuente: Elaboración propia

La precipitación promedio anual es de 800 a 1 mil milímetros, siendo los meses de julio a diciembre aquellos en que se presenta la mayor precipitación pluvial. En el municipio nace la Cuenca Hidrológica Lerma- Santiago. Respecto a la orografía que presenta el municipio comprende parte del Valle de Toluca. La porción norte es una planicie con ondulaciones leves que se inclinan en dirección este-oeste. Las principales elevaciones se localizan al norponiente de la cabecera y al sur del municipio (H. Ayuntamiento de Toluca, 2016 – 2018).

Ahora bien, considerando las características físicas que presenta el municipio, se hace la relación con el dulce típico de leche. De aquí que en la zona centro del Estado de México, es una región en la que el clima, permite realizar actividades como la producción de leche. Es por ello que a través del paso del tiempo, se han realizado actividades económicas en torno a este producto. Esto reflejado en la producción de leche bronca en el centro del Estado de México, tomando en cuenta lo mencionado por Bernal, *et al* (2007) respecto a que la leche bronca producida por sistemas campesinos en la zona centro del Estado de México, cuenta con características fisicoquímicas como el contenido de sólidos por litro, apropiados para la elaboración de productos derivados, tal es el caso de quesos

principalmente en la zona norte del estado y dulce típico de leche en la zona centro; es por esto que las características físicas del municipio están estrechamente ligadas con la producción de dulce típico de leche.

Otro beneficio que se obtiene con base en el clima de la ciudad de Toluca, donde la temperatura oscila entre los 24°C y los 4°C, con una temperatura promedio 12°C (Climate-Data 2018), es que los consumidores finales eligen consumir un dulce típico de leche, porque las características físicas del municipio permiten el consumo de este producto, a diferencia de lugares que presentan una temperatura más alta, por lo que los consumidores prefieren otro tipo de postres que ayuden a hidratar el cuerpo o productos fríos.

2.4. Turismo en Toluca

El Gobierno del Estado de México por medio del Periódico Oficial Gaceta del Gobierno (2016), promueve un Programa de Desarrollo Turístico Regional del Valle de Toluca (PDTRVT). Este comprende los municipios de Calimaya, Lerma, Metepec, Mexicaltzingo, San Mateo Atenco, Temoaya, Tenango del Valle, Zinacantepec y Toluca. El PDTRVT se encuentra dentro del Plan Estatal de Desarrollo, estableciendo acciones coordinadas con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

La Región Turística del Valle de Toluca se conforma por nueve municipios que contribuyen con el 12% estatal de servicios de alojamiento temporal y con el 19% de personal ocupado total. Las vías de acceso a esta Región son la Carretera México – Toluca, autopistas a Valle de Bravo, Morelia y Guadalajara, entre otras. Toluca cuenta con el Aeropuerto Internacional y el Tren Interurbano que comunicará con la Ciudad de México, que se encuentra en construcción

La Región cuenta con atractivos naturales como parques entre los que destaca en Nevado de Toluca. En el año 2014 se tiene registro según la Gaceta oficial (2016) de 5298 cuartos para hospedaje, de los cuales Toluca contribuye con el 72%. En el mismo año hubo una demanda de hospedaje de 664531 turistas. Se cuenta con una diversidad de Turismo

Cultural que consta de inmuebles históricos, arquitectónicos y es importante mencionar que Toluca ocupa el segundo lugar en cuanto a cantidad de museos (25 museos).

En el sector turístico se está trabajando en lineamientos estratégicos con el objetivo de crecer y mejorar la oferta turística en sus diferentes modalidades, así como la mejora de infraestructura y crear condiciones de aprovechamiento turístico sustentable. Dentro de estos objetivos unas de las estrategias están destinadas a productos con potencial para el atractivo turístico. En estas estrategias tiene cabida el dulce típico de leche, ya que como ya se mencionaron las características tangibles e intangibles con las que cuenta, tienen lo necesario para su aprovechamiento en el ámbito turístico, atrayendo personas al territorio para su consumo, y así contribuyendo en el turismo gastronómico de Toluca.

El ejemplo más claro que se puede observar es la Feria del Alfeñique, que se realiza del mes de octubre a noviembre con motivo del Día de Muertos. En ésta, uno de los principales productos ofertados es el dulce típico de leche, antecedido por los dulces de alfeñique. Con actividades como esta se promueve la difusión de los productos elaborados en el municipio fortaleciendo su producción y la oferta y demanda turística de Toluca.

De esta forma, promoviendo actividades en las que se relacione el territorio con un producto alimentario emblemático, tales como ferias, recorridos culturales y lúdicos (Contreras, *et. al.* 2017) se puede fortalecer el turismo a nivel local y ayudando con la valorización del dulce típico de leche.

3. PROBLEMA DE ESTUDIO

El municipio de Toluca, México, es heredero de una tradición gastronómica y cultural, en la cual, uno de los productos que pertenecen a esta herencia consiste en la elaboración de dulces típicos de leche, eso se remarca con la evidencia que existe en el territorio, ya que se cuenta con la presencia actual de familias dedicadas a esta actividad con una trayectoria de más de 120 años y a los veinte puntos de venta identificados en las calles y en el centro histórico del municipio (estos localizados con recorridos de campo en el centro de la ciudad).

A pesar de este hecho, se ha detectado una falta de valorización del dulce típico de leche por parte de los consumidores e incluso de los mismos productores, esto reflejado en la baja considerable que se ha presentado en los últimos años de oferta y demanda; por otra parte, la implicación de este fenómeno está provocando que por la falta de mejores oportunidades económicas para los productores a efecto de este hecho, el relevo generacional este abandonando esta actividad en busca de una calidad de vida más favorable, dedicándose otro tipo de trabajos o en otros casos, continúan una trayectoria académica con el mismo objetivo, acrecentando el peligro de extinción de estos productos típicos por la falta de continuidad en esta tradición.

Por otra parte, los productores artesanales trabajan únicamente con el conocimiento heredado y no cuentan con una formación que les permita tener una mayor información respecto a ciertas características de las materias primas y de los procesos de producción, por lo que no existe una estandarización en las recetas, lo que impacta directamente en el producto. En este aspecto, el mayor problema es que se desconoce sobre las características físico-químicas (Bernal, *et al.* 2007) de la leche cruda con la que se trabaja. Este hecho impacta directamente en la relación que se tiene de la materia prima con la producción total de dulce, y por lo tanto en la economía de los productores artesanales.

Existe otro conflicto en torno al dulce típico de leche, esto referente al tiempo de vida en anaquel de este producto, ya que al ser elaborado únicamente con materias primas naturales, sin ningún tipo de conservadores, hace que se tenga que consumir en un periodo de no más de ocho días, ya que de lo contrario se comienza a “hacer duro”, provocando que

los consumidores ya no lo consuman. Esta característica ocasiona que el dulce tenga un corto periodo para llegar al consumidor final, y en caso contrario la existencia de mermas es considerable.

Tomando en cuenta que también que existen instituciones gubernamentales y académicas, estas se han visto alejadas de los productos locales y artesanales, brindando una mayor atención a otro tipo de asuntos o en su defecto a otros productos que no se relacionan con el desarrollo económico local y más específicamente con el objeto de estudio de este trabajo, dejando a los productores lejos de su línea de acción, por lo que los artesanos tienen que buscar la forma de propiciar la permanencia de sus productos en el mercado por sí mismos. Estos problemas que atañen al dulce típico de leche se identifican con los productores que colaboraron con la información para redactar este documento.

4. JUSTIFICACIÓN

Este análisis se realiza con el fin de valorizar el dulce típico de leche, resaltando las características que lo componen y que lo identifican como un producto diferenciado, estas van desde su contexto histórico, el arraigo territorial que ha creado con el municipio y como las personas lo han adoptado y los han hecho propio, otorgándole una identidad. Es de importancia la valorización del producto, puesto que como ya se mencionó, es una herencia cultural y gastronómica del municipio, sin embargo, la presión que ejerce la globalización en el mercado, ha desplazado los productos típicos como es el caso del dulce típico de leche, por lo que peligra su permanencia en el mercado.

Existen algunos problemas a los que se enfrenta este producto, ejemplo de esto es que los consumidores actualmente están influenciados por nuevas tendencias de mercado en las que los productos industrializados y homogéneos ofertados por multinacionales, dejando de lado productos artesanales y diferenciados. Esto puede deberse a que los grandes grupos comerciales realizan amplios análisis de la población, en los que se dan a la tarea de conocer aspectos de población, edad, sexo, actividades y su estilo de vida en general, para ganar una mayor cantidad de consumidores. Esta tarea no la realizan los productores artesanales de pequeña escala, por lo que se desconocen las necesidades de dichos consumidores, y por tanto se está perdiendo el acercamiento a ellos.

Esto a su vez ocasiona que los mismos productores no le den el valor que merece el producto que elaboran, es por ello que la valorización pretende realzar a todos los actores involucrados en la cadena de valor de este producto.

Es importante tener identificados los problemas que existen en la cadena de valor para así corregir los eslabones que tengan algún tipo de problema, de tal manera que al proponer estrategias e implementarlas permitan mejorar en los eslabones que son necesarios para la producción del dulce típico.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Analizar la importancia de la valorización del dulce típico de leche del municipio de Toluca, Estado de México, mediante el análisis de la cadena de valor.

5.2. Objetivos Específicos

1. Identificar el dulce típico de leche de Toluca, así como las características con las que cuenta que son adecuadas para la valorización del producto.
2. Realizar el mapeo de la cadena de valor del dulce de leche para conocer sus actores directos e indirectos, así como las fuerzas externas que influyen en la misma y sus relaciones.
3. Detectar la problemática existente de la cadena de valor.

6. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

Las metodologías utilizadas para este trabajo fueron: la Guía Metodológica para el Análisis de Cadenas Productivas de Van Der Heyden y Camacho (2006) y la Metodología LINK 2.0. Tomando herramientas de ambas metodologías y adaptándolas a fin de obtener la información del dulce típico de leche. También se efectuó Observación Participante con los tres productores para la identificación de la problemática en la cadena de valor. Aplicando las anteriores, se obtuvieron resultados del contexto histórico, de los actores, proceso de producción y del producto, así como la detección de la problemática en tres dulcerías típicas.

Primera etapa metodológica

Siguiendo lo dicho por Van Der Heyden y Camacho (2006) se conformó el equipo de trabajo, se seleccionó el producto que fue objeto de estudio de este análisis y se identificaron las características que posee el dulce típico de leche que son apropiadas para su valorización.

En esta etapa se realizó una revisión bibliográfica referente a los conceptos de valorización, cadena de valor y productos típicos, de los cuales se concluye con un concepto propio con base en lo mencionado por otros autores. Se realizó un análisis histórico del dulce y su llegada a México y al municipio de Toluca. Para la selección del producto se realizó un estudio de mercado que incluye información sobre el segmento de mercado según su situación geográfica, demográfica y de comportamiento y se analizó la demanda y la oferta del producto. Se aplicó un cuestionario a siete gastrónomos para construir una definición del dulce típico de leche y se realizaron entrevistas abiertas con tres productores de dulce típico de leche (Dulcería Guadarrama, Dulcería Hernández Texcoco y Dulcería Hernández Mercadito) del municipio de Toluca para identificar los dulces con mayor oferta y demanda y se obtuvo un perfil de los productores. Estas entrevistas junto con el acercamiento y las

visitas de familiarización y observación participativa, también permitieron conocer el procedimiento técnico para la elaboración del producto, así como identificar a los actores directos e indirectos de la cadena de valor.

Lista de informantes

1. Señora Ma. de la Luz García Tinoco, productora de dulce típico de leche de la Dulcería Guadarrama. Información obtenida en un periodo de tiempo que comprende de Febrero a Junio de 2017.
2. Señor Roberto Hernández, productor de dulce típico de leche de la Dulcería Hernández Texcoco. Información obtenida en un periodo de tiempo que comprende de Febrero a Junio de 2017.
3. Eduardo Mercado Hernández, productor de dulce típico de leche de la Dulcería Hernández Mercadito. Información obtenida en un periodo de tiempo que comprende de Junio a Diciembre de 2017.

Entrevistas realizadas a chef especialistas.

1. Entrevista realizada a la Chef Sinaid Rubio Castillo, con especialidad en Gastrotecnología el día 2 de marzo de 2017 a las 11:00 hrs., en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEM.
2. Entrevista realizada al Chef Alfredo Hernández Cedillo, con especialidad en Cocina francesa, Repostería y Lácteos el día 9 de marzo de 2017 a las 10:00 hrs, en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEM
3. Entrevista realizada al Chef José Iván Ramírez Ortega, con especialidad en Cocina Mexicana el día 15 de marzo de 2017 a las 11:00 hrs., en el Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales de la UAEM.
4. Entrevista realizada a un Chef Anónimo con especialidad en Innovación en la Gastronomía el día 6 de abril de 2017 a las 15:00 hrs en Restaurante Las Ramblas, Toluca, México.

5. Entrevista realizada al Chef Esteban Juárez Ceballos Licenciado en Gastronomía, el día 7 de abril de 2017 a las 18:00 vía Skype.
6. Entrevista realizada al Chef David Adrián Montoya Ayón con especialidad en Cocina de Medio Oriente el día 14 de abril de 2017 a las 11:00 hrs., en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEM.
7. Entrevista Realizada al Chef Claro Adelfo Tinoco Maldonado el día 14 de abril de 2017 a las 18:00 en Grupo ISIMA Toluca.

Segunda etapa metodológica

Comprende lo dicho en LINK 2.0. En la cual se realiza una propuesta del Mapeo de la cadena de valor del dulce típico de leche para identificar a los actores directos e indirectos, así como las fuerzas externas que influyen en la misma y la forma en que se relacionan para generar valor en el producto final.

El modelo de la Cadena tiene las siguientes metas:

- Identificar las relaciones e interconexiones entre los actores de la cadena de valor.
- Entender el flujo de productos, servicios, información y pagos a través de la cadena de valor.
- Mejorar la comunicación entre los distintos actores de la cadena.

Se decidió utilizar esta herramienta metodológica debido a que permite visualizar los distintos roles y conexiones entre los actores que participan en la cadena e identificar fuentes de innovación y mejoramiento. Además de obtener información sobre la situación del contexto desde una perspectiva global; proveer una mirada integral del sistema y reconocer el contexto, trazar los flujos de productos e información, desarrollar un proceso de aprendizaje visual orientado a los actores de la cadena.

El mapeo de LINK, hace el análisis de tres dimensiones: a) actores directos, se encuentran insertos en los procesos productivos; b) actores indirectos, prestan servicios operativos o de

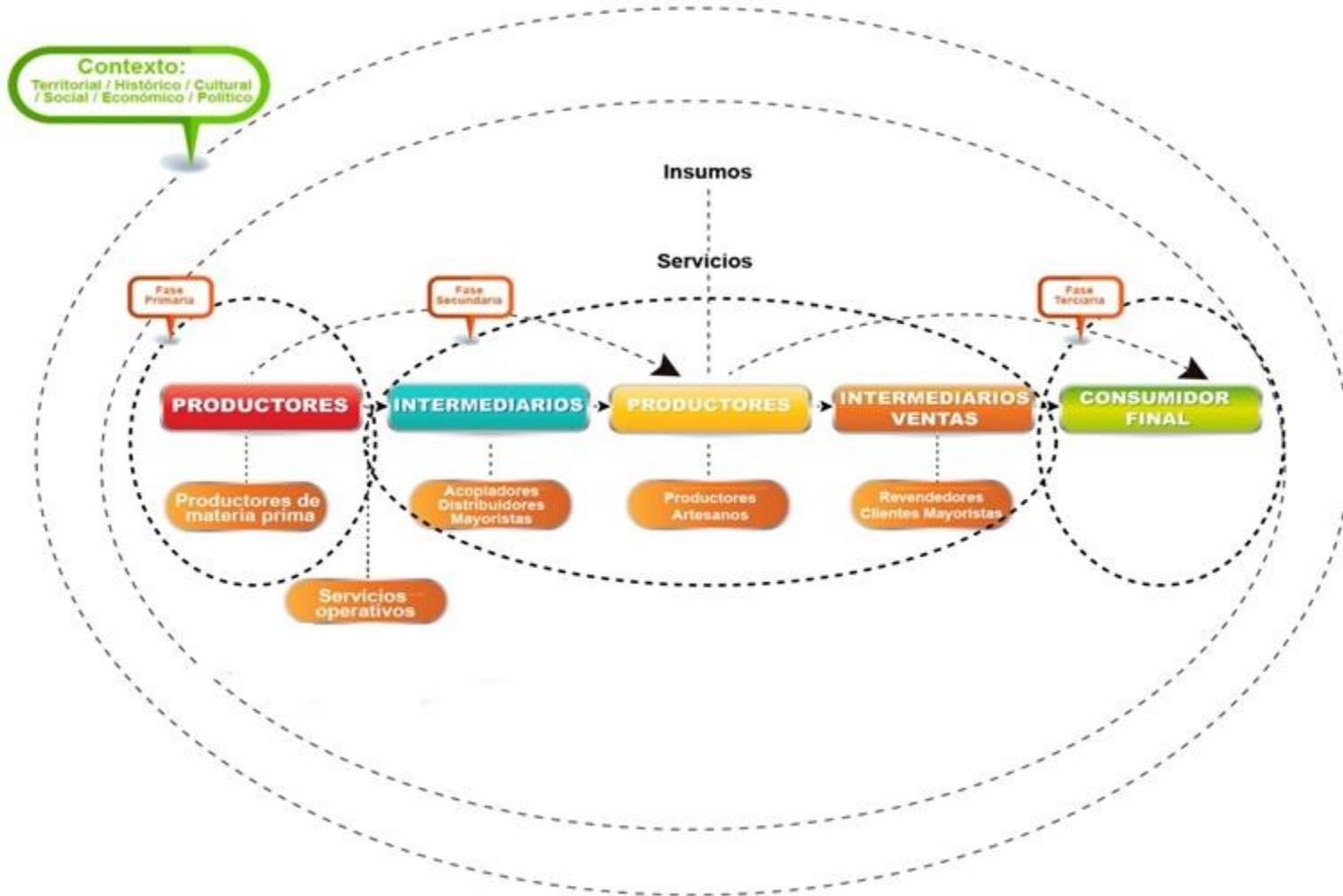
apoyo; y c) influencias del entorno, fuerzas externas de tipo territorial, histórico, cultural, social, económico y político que producen efectos en la cadenas.

Tercera etapa metodológica

Se realizó observación participativa durante todo el análisis y para la redacción de este documento, sin embargo, se le designa la función principal para la identificación de la problemática a la que se ve sometida la cadena de valor. Esta metodología permite identificar la dinámica de las unidades productoras a cada instante, debido a la proximidad que se tiene con el objeto de estudio. Para aplicar esta, se deben realizar cuatro fases: a) Observación primaria, en la que se registran las principales tareas; b) observación con alguna participación, el investigador comienza a interactuar con las personas; c) participación con alguna observación, el investigador participa más en las actividades del objeto de estudio y d) reflexiva, esta posibilita la organización y el análisis de los datos para obtener los resultados de la investigación (Lima, *et al.*2014). A partir de las metodologías explicadas y el análisis de información se propone el siguiente diagrama para el mapeo de la cadena de valor en una realidad aplicada.

En esta etapa metodológica se desarrolla un análisis FODA que es utilizado para reforzar la información recabada en este documento, con la finalidad de presentar la propuesta de acción que permita impulsar el dulce de leche junto con sus elementos de valorización.

Imagen 3. Mapeo de la Cadena de Valor



Fuente: Elaboración propia con base en LINK 2.0

Con la construcción del Diagrama 1. Mapeo de la cadena de valor, en el que se desarticularon cada uno de los eslabones para identificar cual es su función dentro de la cadena, se logro realizar un análisis profundo de las interconexiones de cada uno de los actores involucrados, y hacer énfasis en que deben tener un trabajo en conjunto, sin embargo al encontrarse territorialmente separados, es de vital importancia la comunicación entre ellos, para que los vínculos que los unen y el propósito en común, no se vea afectado; siendo así que, en el diagrama anterior se visualiza donde se encuentra cada uno de ellos facilitando la interpretación del fenómeno en cuestión.

7. RESULTADOS

Para la elaboración de este documento se realizó un acercamiento con tres productores de dulce típico de leche de la Ciudad de Toluca, a) Dulcería Hernández Texcoco, b) Dulcería Hernández Mercadito y c) Dulcería Guadarrama, además del acompañamiento en la estructura el trabajo de dos investigadores pertenecientes al Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales y uno más adscrito a la Facultad de Geografía de la UAEM.

7.1. Trayectoria histórica como elemento de diferenciación para la valorización del dulce típico de leche

El consumo de azúcares apareció desde tiempos muy remotos, cuando el hombre primitivo aprendió a utilizar las frutas y la miel. Según algunos jeroglíficos, los egipcios ya elaboraban algunos panes con harina y miel (2600 a.C.). La caña de azúcar tiene un origen según algunos autores en Tailandia, otros afirman que fue en China, sin embargo la producción de azúcar comenzó en la India desde tiempos bíblicos. En referencia a esto Díaz (1982) comenta que el azúcar se cultivaba y cristalizaba en India, Indonesia y Ceylán.

En el Siglo VIII, con la utilización del azúcar, inició la creación del dulce propiamente dicho. Ya para el Siglo XV, en España comenzó el comercio del azúcar como un producto de alto valor económico. Con la Conquista, Hernán Cortes trajo al continente americano las primeras cañas de azúcar y animales como vacas, cabras y ovejas para producción de leche. Con estos hechos históricos y el mestizaje generado por la mezcla de culturas y de productos europeos y americanos comenzó en México la producción de dulce de leche (Monteagudo, 2014).

Cabe mencionar que en el Imperio Azteca, los Mexicas ya tenían productos endulzantes como la miel de maguey y el mezquite, y en el Valle de Toluca ya se elaboraban golosinas a base de miel (Castro y González, n.d.).

De tal forma que con los productos locales y los nuevos provocaron un mestizaje también en la gastronomía, en el caso específico de los dulces, se comenzaron a preparar dentro de conventos, así que el dulce mexicano nació en la cocina de los claustros elaborado por las monjas que en ellos habitaban y con el paso del tiempo se trasladó a fábricas artesanales hasta convertirse en atributo de la gastronomía particular de cada entidad y en especial en el Estado de México (Monteagudo, 2014)

En otros lugares del país entonces llamado Nueva España, se hacían dulces, un ejemplo de esto es Nueva Galicia, que actualmente es Guadalajara en el año 1586, en el convento de monjas concepcionistas de Santa María de Gracia, en donde poseían una tradición culinaria europea (Ambrosio, 2015). Por su parte Zolla (1988) menciona que en el Siglo XVII había una producción de dulces en los claustros religiosos, estos tenían tres características principales: trabajo artesanal, regionalización y eran consumidos en contextos festivos.

La elaboración de dulce leche emigro de la Ciudad de México, entendiendo esto como un fenómeno que permitió que la producción se ampliara hasta llegar a lugares cercanos que contaban con los recursos necesarios y las características físicas apropiadas para la elaboración del producto, ejemplo de esto es la ciudad de Toluca, en la cual productores comentan que sus generaciones pasadas comenzaron con la producción desde hace más de 120 años por influencia de productores que traían consigo el “saber-hacer” desde lugares fuera de la ciudad.

Para la selección del producto se considera lo descrito anteriormente y se complementa con un estudio de mercado que permite identificar el producto con base en las preferencias del consumidor final, así como la oferta y demanda de los tres productores que participaron en este estudio.

7.2. Selección del producto a analizar mediante el Estudio de Mercado

El dulce típico de leche de la ciudad de Toluca es un producto diferenciado de otras golosinas industrializadas, motivo por el cual, se ha generado una preferencia por parte de

los consumidores, ya que por las características que posee, un segmento de población le tiene gusto y distinción.

En Toluca convergen personas de municipios cercanos como Zinacantepec, Metepec, Lerma, Almoloya de Juárez, entre otros. También se tiene la presencia de personas que vienen de otros estados como la CDMX, Querétaro y Michoacán, y algunos más lejanos de los que se cuenta con menos cantidad de visitantes; por estas razones se identificaron a los clientes o consumidores de dulce típico de leche y su perfil por medio de un cuestionario aplicado en la Dulcería Hernández (Texcoco), Dulcería Hernández Mercadito y Dulcería Guadarrama, quienes colaboraron además con información propia de sus establecimientos.

Se aplicaron 227 cuestionarios mediante una técnica de recolección de datos de manera presencial a una población de consumidores que asistieron a alguna de las tres dulcerías en el momento del levantamiento de la información; de las cuales se descartaron 25 por ser no consumidores de dulce típico de leche. De los 202 cuestionarios restantes, se tomó la información que contenían proporcionada por consumidores de dulce típico de leche y reflejaron la siguiente información respecto a la segmentación de mercado con la que se logró identificar el perfil del consumidor así como los productos adecuados para este trabajo:

7.2.1. Segmentación geográfica

De los 227 cuestionarios que contestaron los consumidores de dulce típico de leche, se detectó que los principales consumidores son locales y un menor número provienen de municipios cercanos como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3. Lugar de Procedencia de consumidores de dulce típico de leche

Municipio	Encuestados
Toluca	102
Metepec	16
Zinacantepec	33
Lerma	14

Otros	25
Total Municipal	190
Estados	Encuestados
CDMX	24
Michoacán	6
Querétaro	2
Otros	5
Total Estatal	37
Total General	227

Fuente: Elaboración propia con datos de campo

En la Tabla 3. Se observa que la mayor frecuencia de consumidores son de la ciudad de Toluca, y en lo que a consumidores de otros estados se refiere, los que provienen de la Ciudad de México generan un mayor consumo de dulce típico de leche en la ciudad a comparación de otros estados. Por tal motivo el ancho de los consumidores según los cuestionarios aplicados, tiene relación con la cercanía al municipio de Toluca. Con esto se demuestra que es de vital importancia la localización, puesto que al existir esta cercanía del producto con el consumidor, se relaciona con la cantidad de consumo de dicho producto.

Por otra parte demuestra también que los consumidores que pertenecen al municipio, consumen el dulce típico de leche y tienen este sentido de pertenencia y arraigo territorial con el producto, ya que en algunos casos los informantes mencionaron (aunque la pregunta no forma parte del cuestionario) que el consumo del producto les trae recuerdos de la infancia o de alguna persona en especial, por lo que les es agradable el consumo del mismo.

7.2.2. Segmentación demográfica

De acuerdo con la encuesta realizada sobre consumo de dulce de leche se observa que de los 227 encuestados el 40% son hombres y el 60% son mujeres. De las características demográficas principales se destaca que el 34% de los encuestados se encuentra en un rango de edad de entre 30 y 40 años, estos son los más frecuentes, seguidos con el 32% quienes se encuentran con más de 40 años, le sigue el 24% con un rango de edad de entre 20 y 30 años y por último el 10% de consumidores más jóvenes de entre 15 a 20 años. El

47% de los encuestados se encuentran en un estado civil casados, mientras que el 53% son solteros.

La escolaridad de los encuestados reveló que el 43% no tienen una formación de licenciatura, lo que refiere que tienen una preparación profesional menor, el 48% cuentan con una licenciatura concluida y el 9% está estudiando o ya terminaron un posgrado.

Los ingresos que se registraron de los encuestados concluyen que el 69% de los encuestados se encuentran en un nivel socioeconómico de la categoría D, que corresponde a un rango de \$2700 a \$6799, continuando con el 11% de la categoría D+ en un rango de \$6800 a \$11559, y por último el 19% de la categoría C, en un rango de \$11600 a \$34999.

De esto se concluye que el ancho del segmento demográfico que consume dulce típico de leche está representado por mujeres de entre 25 y 40 años y en su mayoría solteras. La preparación profesional sobresale el segmento correspondiente a los que tienen una licenciatura concluida y el 69% de encuestados en la categoría económica D.

7.2.3. Segmentación psicográfica y de comportamiento

Para la segmentación psicográfica se consideraron aspectos de consumo de dulce típico de leche, esto en relación a si consumen, por qué consumen y la frecuencia semanal de consumo. En esta parte se descartaron 25 encuestados ya que no acostumbran consumir dicho producto, por lo cual quedaron fuera de esta estadística, dejando la muestra en 202 encuestados y los resultados son los siguientes.

Como ya se menciona del 100% de los encuestados, solo el 89% mencionó que si consumen dulce de leche; considerando ahora que el 89% corresponde a 202 encuestados, se les preguntó el motivo por el cual consumen el producto, el 92% respondieron que es por antojo mientras que el 8% afirman que lo consumen por ser algún día especial.

Se preguntó sobre la frecuencia de consumo semanal y el mayor porcentaje de los encuestados respondió que el consumo es de 1 a 3 dulces por semana, esto lo afirmaron el 60% de los encuestados, y el 24% consumen de 3 a 5 dulces por semana.

7.2.4. Análisis de la demanda

Según lo mencionado por Parkin (2001) en el libro editado por la Universidad Interamericana para el Desarrollo, Fundamentos de Economía, la demanda de un bien o un servicio hace referencia al monto que los consumidores planean comprar en un tiempo determinado a un precio en particular. Mediante la aplicación cuestionarios aplicados en las tres dulcerías que permitieron acceder a su información, se dio respuesta a las siguientes preguntas sobre la demanda de dulce típico de leche en la ciudad de Toluca:

7.2.4.1. ¿Dónde suele comprar dulce típico de leche?

El principal lugar de compra de dulce típico de leche son las dulcerías tradicionales con el 74% de los encuestados, le sigue el 16% quienes afirmaron comprarlo en las llamadas alacenas que se encuentran en el Centro Histórico de la ciudad, y en una menor cantidad con solo el 10% de consumidores en ferias. De las respuestas de los encuestados se descartan puntos de venta como centros y plazas comerciales por no tener respuestas positivas.

7.2.4.2. ¿Cuándo compra dulce típico de leche?

El 49% de los consumidores encuestados de dulce de leche prefieren consumir el producto entre semana, esto lo realizan mediante una compra con la cantidad suficiente para satisfacer su consumo a lo largo del periodo mencionado, continuando con el 33% quienes prefieren consumirlo los fines de semana, esto en función de realizar actividades recreativas en el centro de la ciudad, entre estas se puede identificar la visita a museos, asistencia a restaurantes o en algunos casos que únicamente dan un paseo familiar por el centro histórico de la ciudad, y por último el 18% solamente lo consumen en fechas especiales como fiestas y días festivos.

7.2.4.3. ¿Cómo compra el dulce típico de leche?

El dulce de leche puede ser consumido de distintas maneras, para los e la principal forma de consumo es solo, esto lo afirmaron el 61% de los entrevistados, por su parte el 23% prefieren consumirlo como postre y el 16% con algún alimento.

7.2.4.4. ¿A qué precio compra el dulce típico de leche?

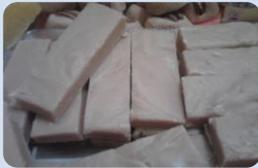
El precio del dulce de leche varía según el lugar donde se compra, como se menciona anteriormente en este documento, en este apartado se menciona que el 47% de los entrevistados han pagado por pieza de dulce de leche un precio de \$5 a \$8, esto se podría decir que es lo más económico que lo encontraron en el mercado. El 43% de los entrevistados pagó entre \$9 a \$12, y por último el 10% afirmaron haber pagado más de \$13 por pieza.

7.2.4.4. ¿Qué productos son los que prefieren?

De la gama de productos típicos que se demandan en la ciudad de Toluca, los encuestados reconocen de mayor manera los siguientes dulces típicos de leche. a) Jamoncillo con una preferencia en los encuestados del 42%, b) macarrón con el 29%, c) hueso de canela con 11%, d) mostachón con un 11% de preferencia y d) bolas de cacahuete y nuez con un 6% de preferencia.

Por lo anterior se generó una tabla considerando los cinco productos que tienen una mayor preferencia por parte de los consumidores, y por ello, son los que forman parte de este trabajo. En la Tabla 4 se puede observar el producto, así como una breve descripción física del mismo.

Tabla 4. Dulces típicos de leche con mayor preferencia en los consumidores

Dulce	Caracterización	Imagen
<i>Jamoncillo o barra de leche</i>	Las barras de leche tienen un tamaño aproximado de 8cm de largo por 3 cm de ancho y con un peso aproximado de 30 gramos, se encuentran los siguientes sabores: Envinado, guayaba, limón, vainilla, higo, frutas y nuez.	
<i>Huesos de canela</i>	Es una bola pequeña de dulce de leche cubierto con canela en polvo y se le da forma de un hueso de durazno con dos piezas de barro.	
<i>Mostachón</i>	Dulce de leche natural acompañado con una nuez y se le da forma con un molde de plástico, cabe resaltar que cada uno de estos dulces está hecho a mano.	
<i>Bolas de cacahuete y nuez</i>	Bolas de dulce de leche natural cubierto con nuez molida o picada y cacahuete tostado.	
<i>Macarrón</i>	Barras circulares de dulce de leche de contorno rayado de sabores vainilla de color blanco y leche quemada de color café.	

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas a consumidores

7.2.5. Análisis de la oferta

De los productos analizados en función al análisis de la demanda en este estudio que son: a) Jamoncillo, b) Hueso de canela, c) Macarrón, d) Mostachón y e) Bolas de cacahuete y nuez se realizó una visita de campo con los tres productores de la ciudad y se encontraron los resultados que se muestran en la Tabla 5 respecto a la oferta de los mencionados productos.

Tabla 5. Oferta de dulce típico de leche de tres dulcerías de Toluca

Capacidad Productiva Semanal						
	Jamoncillo	Hueso	Macarrón	Mostachón	Bolas C/N	Total
Dulcería Hernández Mercadito	170	50	150	80	30	480
Dulcería Hernández Texcoco	400	200	200	100	50	950
Dulcería Guadarrama	100	300	100	50	50	600
Total	670	550	450	230	130	2030

Fuente: Elaboración propia con datos de campo

Así que con los datos obtenidos en campo se pudo observar que la Dulcería Hernández Texcoco es quien actualmente proporciona el mayor porcentaje de producto con un 46.7% de producción, seguido por la Dulcería Guadarrama con el 29.5% y por último la Dulcería Hernández Mercadito con el 23.6% de producción.

La información obtenida del estudio de mercado, permitió identificar los productos que se analizaron en este trabajo, ahora de ellos, se identifican las características como su tipicidad, la trayectoria histórica, el productor y el proceso de producción que son las características que se busca resaltar para valorizar el dulce típico de leche.

Una vez analizada la información anterior obtenida de la Dulcería Guadarrama, Dulcería Hernández Texcoco y Dulcería Hernández Mercadito, localizadas en el municipio de Toluca, se obtuvo un panorama referencial de la llegada del dulce típico de leche al municipio, confirmando que este no fue siempre como se conoce ahora, ya que surge con el mestizaje de la gastronomía europea y de la del México Prehispánico, así como su transformación en claustros (conventos) establecidos en la Nueva España. Lo que matiza el contexto histórico, como uno de los elementos a valorizar del dulce típico de leche.

Por medio de las entrevistas semiestructuradas con los productores, se pudo conocer el proceso técnico llamado por algunos autores, *saber-hacer*; este elemento a valorizar da pauta para hablar del producto en sí mismo y de los productores.

7.3. Descripción del proceso técnico, saber-hacer como elemento de diferenciación para la valorización del dulce típico de leche

En el caso de los productores de dulce típico de leche, se pudo observar que han adquirido los conocimientos técnicos necesarios para la elaboración artesanal del producto de forma generacional. Correa, et al. (2006) mencionan que el saber-hacer se desarrolla en las personas empíricamente, o en su defecto, puede ser adaptado de conocimientos de los que se adueñan dependiendo de la zona en la que se encuentre el individuo o el grupo de personas. Una de las peculiaridades de este producto es que los artesanos adquieren este saber-hacer según lo mencionado anteriormente.

Así mismo, los productores de dulce típico de leche de la ciudad de Toluca, dan veracidad de este hecho, ya que los tres productores con los que se tubo acercamiento, refieren haber aprendido la elaboración en base a observación y al estar en contacto con las generaciones anteriores a ellos, por lo cual queda demostrada la transferencia del saber-hacer al relevo generacional. Ante este fenómeno proporcionaron una descripción del proceso técnico.

7.3.1. Descripción del proceso de producción. Proceso preliminar

Cada mañana alrededor de las 6:00 horas llega el proveedor de leche al lugar de producción respectivamente, el cual deja a cada productor la leche bronca necesaria para la producción que se tiene programada para el día en cuestión (en promedio cada productor compra alrededor de 60 litros de leche al día, ya que la cantidad de leche puede aumentar en función de la cantidad de dulce que se va a producir según la demanda) para entonces comenzar con el proceso de elaboración de dulce típico de leche.

Para comenzar, los 40 litros de leche bronca se reparten en cazos de cobre, ya que en estos es en los que se elabora el producto, posteriormente se agrega azúcar a razón de medio kilo por cada litro de leche. Los artesanos que proporcionaron información para este documento permitieron saber que se trabaja con azúcar refinada, puesto que da una consistencia más

homogénea y suave al dulce, además de que el color es más claro, ya que si se utiliza azúcar estándar, el producto final tiene una consistencia grumosa, una mayor dureza y un color oscuro que no es tan agradable a los sentidos del consumidor final.

Entonces la leche ya repartida en los cazos de cobre y endulzada con azúcar refinada, se pone a fuego en los quemadores que ya están acondicionados al tamaño y a la cantidad de cazos con los que se trabaja en cada una de las dulcerías.

Este procedimiento es el mismo para todo el dulce pero después se hacen diferentes procedimientos dependiendo el tipo de dulce que se va a preparar.

Imagen 4. Llegada de la leche al lugar de producción



Fuente: Fotografía de autoría propia

7.3.2. Proceso de elaboración del jamoncillo o barras de leche

Para elaborar el jamoncillo o barras de leche, la leche previamente endulzada tiene que llegar al punto de ebullición y hervir por aproximadamente una hora, durante este momento se expide mucho vapor del interior del caso, de esta forma el líquido se comienza a hacer menos y más espeso. En esta etapa del proceso para que el dulce no se queme, tiene que estar en movimiento con las cucharas grandes de madera hasta que se hace tan espeso para retirarlo de la lumbre. Este momento lo distinguen los productores por distintas maneras, puede ser el color, al atravesar la cuchara de madera por el cazo de cobre se puede ver el fondo y la más certera es con la cuchara subir un poco del dulce y dejarlo caer sobre el demás y se tiene que ver que se queda arriba. En este momento es fundamental el saber-

hacer, ya que no cuentan los productores con algún otro recurso tecnológico que les ayude a identificar cuando el dulce está listo.

Siguiente paso es darle es color y es sabor con pinturas vegetales y sabores naturales, en el caso del jamoncillo de guayaba se utiliza fruta natural y al mismo tiempo se tiene que seguir moviendo para que el sabor y el color se disuelva en todo el dulce y también se enfríe. Posteriormente se deja enfriar al tiempo que se deja reposar sin movimiento, hasta el momento en que en la parte superficial del dulce, se observa un cierto grado de cristalización.

Imagen 5. Agregado de sabor y/o frutas al dulce



Fuente: Fotografía de autoría propia

Después se vacía en una mesa grande que se encuentra en la cocina se pone una tabla de un metro por 60cm y también ponen un rectángulo de tablas delgadas a la que llaman adobera, aquí el dulce es vaciado y se deja enfriar (Imagen 6) hasta que se puede partir con un cuchillo delgado y dar forma a las barritas.

Imagen 6. Vaciado del dulce en las adoberas



Fuente: Fotografía de autoría propia

En la Imagen 7 se puede observar cómo se agrega la nuez para el jamoncillo, a este también se le puede agregar piñón o pistache.

Imagen 7. Agregado de nuez



Fuente: Fotografía de autoría propia

En la Imagen 8 se observa el resultado después de haber dejado secar el dulce, y es en este momento cuando se puede cortar en pequeñas barritas rectangulares y están listas para la venta.

Imagen 8. Barras listas para cortar



Fuente: Fotografía de autoría propia

7.3.3. Elaboración de huesos de canela

Se les llama huesos de canela por la similitud con el hueso del durazno. Para hacer estos dulces el procedimiento es el siguiente.

- I. El dulce de leche ya frío es amasado hasta que forma una pasta moldeable y suave.
- II. Se hacen pequeñas bolas de dulce cada una hechas a mano y todas por la experiencia que ya tienen los productores, todas tienen el mismo tamaño.
- III. Cada bolita es cubierta con canela en polvo contenida en un recipiente amplio pero no tan profundo para rodar la bola por la canela y así cubrirla en su totalidad.
- IV. El último paso es colocar la bola ya con canela en un pequeño molde de barro que le da la forma de hueso de durazno, y así está listo para su venta.

Imagen 9. Elaboración de huesos de canela



Fuente: Fotografía de autoría propia

7.3.4. Elaboración de macarrón

Otro dulce de mayor venta se llama macarrón de leche quemada, para hacer este dulce de color café oscuro tiene una diferente preparación desde el momento en el que está hirviendo, ya que se le añade en este momento azúcar quemada que le da el color y el sabor deseado para este dulce.

- I. Para hacer el macarrón se utiliza un macarronero que es un tubo de metal, por un lado tiene la forma de una estrella de muchas puntas y por el otro se introduce el dulce que es empujado con un palo que entra en el tubo que al ejercer presión hace salir el dulce con forma de macarrón por el otro extremo.
- II. Así se hacen varias líneas y se deja secar hasta que se corta individualmente para su venta.

Imagen 10. Elaboración del macarrón de leche quemada



Fuente: Fotografía de autoría propia

7.3.5. Elaboración del mostachón

Para elaborar mostachón de dulce típico de leche se requiere tener el la pasta ya fría y amasada, para posteriormente hacer bolas a mano, las cuales los productores ya tienen la experiencia para hacer todas del mismo tamaño o con muy poca variación. Después de hacer dicha bola, otra persona coloca encima la mitad de una nuez.

Ya realizado esto se deja secar un poco y se procede a colocar un molde de plástico para darle la forma con la que se le conoce a este producto.

Imagen 11. Elaboración del mostachón



Fuente: Fotografía de autoría propia

7.3.6. Elaboración de bolas de cacahuete y nuez

Para la elaboración de estos productos, se requiere tener la “pasta” de dulce frío ya masada y con las manos cubiertas con agua, se procede a hacer las bolas que pasan por encima del cacahuete o la nuez hasta que quedan totalmente cubiertas, posteriormente se les da un tiempo de reposo hasta que alcanzan la dureza necesaria para ser exhibidas en anaquel.

Imagen 12. Elaboración de bolas de cacahuete

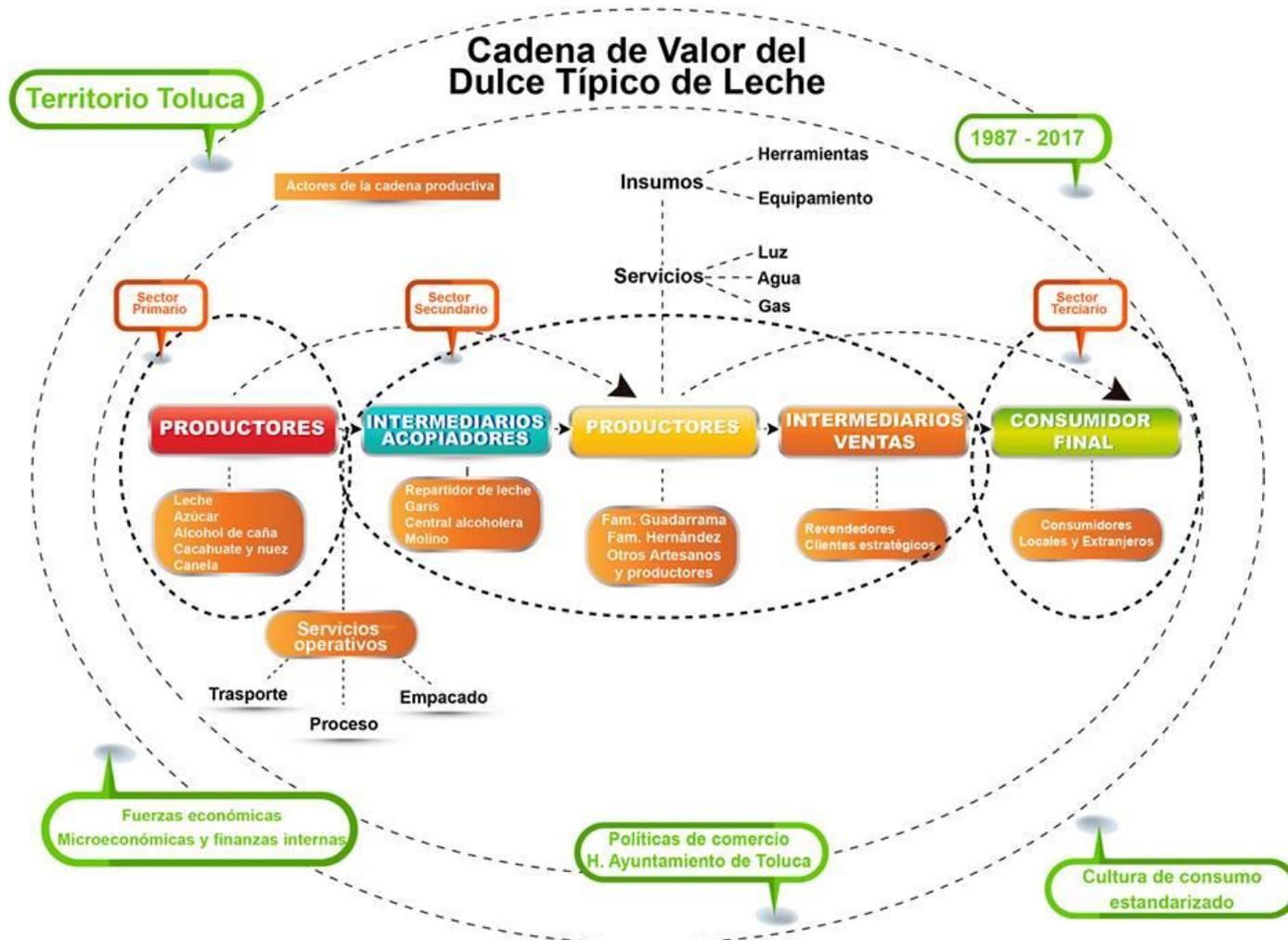


Fuente: Fotografía de autoría propia

7.4. Mapeo de la Cadena de Valor del Dulce Típico de Leche

Con base al mapeo de la cadena de valor aplicando la metodología LINK 2.0 y el diagrama que se muestra en la Imagen 3, se identifican los actores directos, indirectos y los factores externos que influyen en la cadena de valor para el caso de los dulces típicos de leche del municipio de Toluca, en la cual se obtiene la siguiente propuesta:

Imagen 13. Mapeo de la Cadena de Valor de los dulces típicos de leche de Toluca.



Fuente: Elaboración propia con base en LINK 2.0-2014

El mapeo de la cadena de valor sirve para entender cómo se interrelacionan diferentes negocios en un solo sistema, promoviendo que exista un intercambio de información entre los actores de la misma. Toluca cuenta con productores de dulce típico que han pasado de generación en generación, se mencionaron en pláticas con los actores entrevistados, pertenecientes a las tres dulcerías que aceptaron participar en este trabajo, mismos que también comentan la existencia de otros productores fuera del municipio pero ofrecen los productos en Toluca.

De los productores que proporcionaron información, al analizarla se pudo conocer el sistema de producción de dulce típico de leche, en el cual se obtuvo la información mostrada en la Tabla 6 para los actores que están directamente involucrados con la cadena de valor y en la Tabla 7, aquellos que son indirectos.

Tabla 6. Actores directos de la cadena de valor del dulce típico de leche

Actores Directos	
Productores de materias primas	Leche - Establecidos en el municipio de Villa Victoria, Estado de México. Azúcar - Productores de caña de azúcar, provenientes de ingenios de los Estados de Quintana Roo, San Luis Potosí, Jalisco, Colima y Veracruz. Otro productor es Sulka de Culiacán, Sinaloa. Alcohol de caña – Productores de Guadalajara, Jalisco Cacahuete Nuez Canela
Intermediarios y acopiadores	Acopiador y repartidor de leche, está en contacto con los productores y la distribuye entre los productores. Servicio Comercial Garis S.A. de C.V. Central alcoholera. Molino de Chiles San Juan.
Productores artesanales	Familia Guadarrama Familia Hernández
Intermediarios en ventas	Revendedores Clientes estratégicos
Consumidor final	Consumidores locales y extranjeros (turistas)

Fuente: Elaboración propia con base en LINK 2.0

Tabla 7. Actores indirectos de la cadena de valor del dulce típico de leche

Actores indirectos	
Servicios operativos	Distribuidores de azúcar Beta San Miguel (BSM) y Distribuidor Sulkamex, Culiacán, Sinaloa. Envasado de alcohol, Comercializadora Jiquilpan, S.A. DE C.V. de Zapopan, Jalisco.
Insumos de producción	Equipamiento - Infraestructura Herramientas – Herramientas de producción
Servicios de producción	Luz – CFE Gas – Gas Natural FENOSA Agua – H. Ayuntamiento de Toluca Telefonía – Telmex Telefonía celular – Movistar y Telcel

Fuente: Elaboración propia con base en LINK 2.0

Después de construir el mapeo de la cadena de valor del dulce típico de leche y de haber identificado a los actores inmersos en ella, siendo el objeto de estudio de este documento el dulce típico de leche, se describió la relación que existe respecto a este, tomándolo como elemento central se observa lo siguiente:

El dulce típico de leche es un producto que está ligado con un pasado cultural heredado por los españoles en la época de La Conquista, introduciendo productos clave como la leche y el azúcar. Se menciona lo anterior para tomar como punto de partida los actores relacionados con la producción de dichas materias primas utilizadas en la elaboración del dulce típico de leche.

7.4.1. Productores de materias primas

En el primer eslabón identificado en la cadena de valor se encuentran los productores de la materia prima utilizada en la elaboración del dulce típico de leche, moviéndose estos en el sector primario de las actividades económicas. La relación que existe entre estos productores con los artesanos es poco visible, ya que no se conocen entre sí. Con el único proveedor de materia prima que se tiene contacto directo es con el proveedor de leche,

teniendo una relación tanto de negocios como de amistad, lo que genera la confianza mutua entre los productores; a su vez, este funge como acopiador con otros productores con los que no se tiene contacto directo. Esto se ve reflejado en el desconocimiento de los demás productores de materia prima con los artesanos, llámense estos productores de azúcar, alcohol de caña, nuez, cacahuete y canela.

7.4.2. Intermediarios y acopiadores

La relación que existe entre el segundo eslabón de la cadena de valor con los productores de dulce típico de leche cadena que son los intermediarios y acopiadores como actores directos y con actores indirectos como servicios operativos, es donde se tiene la conexión para el intercambio de productos. De aquí en adelante se genera una relación de mayor fuerza entre los actores, ya que se tiene un contacto directo de los productores de dulce típico de leche. Ya que son los artesanos los que se acercan a estos actores para obtener las materias primas para la elaboración del dulce típico.

7.4.3. Productor o artesano

El término de productor comúnmente se centra en personas dedicadas a la explotación primaria y es la persona civil o jurídica que adopta las decisiones sobre la utilización de los recursos disponibles y está a cargo de las funciones administrativas y las responsabilidades técnicas (FAO, 1998).

En este sentido, el productor desempeña su papel dentro de la cadena de valor de dulce típico de leche como un actor directo, ya que es aquí donde se transforman las materias primas en dulce típico de leche. El artesano es quien carga con el “saber-hacer” y está lleno de experiencia y tradición que impregna en cada uno de los productos que elabora.

En los talleres artesanales en los que trabaja el productor invierte largas jornadas para la elaboración de los productos que oferta. Los talleres donde trabajan estas personas en los

casos, se encuentran dentro de sus viviendas, adaptándolas conforme a las necesidades de cada uno de ellos.

El productor en relación con el consumidor final, propicia una relación fuerte y estrechamente, esto permite que crezca la confianza mutua entre los mencionados actores, además, de permitir el trabajo en un Canal Corto de Comercialización (CCC) donde solo existe máximo un intermediario (López, 2011) aumentando la capacidad de decisión del consumidor de que y cuanto consume. Lo que fortalece el proceso de valorización de dulce típico de leche.

Por último, las fuerzas externas que influyen en la cadena de valor, ya que esta actividad económica se desarrollan dentro de un territorio, en donde se tienen que acatar reglas establecidas por las autoridades políticas. En el ámbito económico, se deben considerar las variaciones en los costos que tienen algunas de las materias primas, que se manejan con base al costo del dólar americano, lo que impacta en la economía local, costos de producción, la oferta y la demanda, así como con las finanzas de cada una de las dulcerías.

7.4.3.1. Perfil del productor

Este trabajo se centró en la información proporcionada por los tres productores de dulce típico de leche antes mencionados; para identificar el perfil de ellos se tomaron datos durante la primera etapa metodológica por medio de entrevistas abiertas. Gracias a ello se obtuvieron los siguientes datos.

Productor 1. Dulcería Guadarrama

El productor principal es el señor Luis Guadarrama González quien tiene una edad de 65 años, está casado con la señora Ma. De la Luz García Tinoco, tienen 3 hijos de los cuales actualmente únicamente uno de ellos se dedica a la producción de dulce típico de leche, el nivel de estudios con el que cuenta el artesano es primaria, sin embargo tiene 43 años de trayectoria en la elaboración de este producto.

Productor 2. Dulcería Hernández

En este establecimiento el informante clave y productor principal es el señor Roberto Hernández, actualmente tiene 72 años de edad, en la entrevista abierta afirmó ser casado y tiene 7 hijos, de los cuales 3 de ellos también se dedican a la producción de dulce típico de leche, el señor tiene un nivel de estudios de primaria y su trayectoria en la elaboración del producto es de 50 años.

Productor 3. Dulcería Mercadito

Por su parte, el productor de esta dulcería es el señor Eduardo Mercado de 34 años de edad, su estado civil es soltero y su escolaridad es de secundaria, cuenta con una trayectoria de 16 años en la elaboración de dulce típico de leche.

Como se puede apreciar en los datos proporcionados por los productores, dos de ellos están en una edad avanzada y el porcentaje del relevo generacional es bajo con respecto al número total de hijos que tiene cada uno de los productores. Por otro lado el tercer productor que es el más joven dentro de los informantes aun no tiene hijos. Con esta información se puede resaltar el hecho de uno de los problemas ya mencionados en el que el número de productores de dulce típico de leche en la ciudad de Toluca está disminuyendo con el paso del tiempo, poniendo en riesgo la continuidad de este producto en el mercado.

7.4.4. Intermediarios y acopiadores

Un intermediario es aquella persona u organización que apoya con las actividades referentes a la distribución, facilitando la circulación del producto hasta llegar al consumidor final, su presencia tiene ciertas ventajas como: a) acercar el producto a otros mercados, b) cuentan con contactos y experiencia que facilita el incremento en el volumen de ventas, siendo de gran ayuda para la empresa y evitando que actúe de forma aislada, y c) cumplen con diversas funciones como recolección de información, distribución física de los productos y asunción de riesgos, entre otras. Así mismo, generan ciertas desventajas como

lo son la pérdida del control, las decisiones sobre cómo y a quien se le vende el producto y la influencia que puede llegar a tener sobre el flujo económico dentro de la cadena de valor (Monferrer, 2013).

De esta forma, al contar con intermediarios dentro de la cadena de valor del dulce típico de leche, se entiende que se tienen ventajas y desventajas. Los tres informantes clave de este trabajo, mencionaron tener un intermediario minorista (uno diferente cada productor), del cual coinciden en que es bueno contar con él como parte de la cadena ya que contribuye con las ventas totales puesto que su labor es llegar a consumidores que la empresa por sí misma no podría llegar.

Una de las desventajas que presenta contar con intermediarios, es que los vínculos de confianza que se deben crear del productor con el consumidor se pierden, ya que cuando el cliente visita directamente el lugar de producción y tiene este contacto directo se fortalece el proceso de valorización.

Así que dentro de la cadena de valor del dulce típico de leche, y en contribución a la valorización, es más conveniente no tener intermediarios, ya que al ser un producto típico y artesanal, el vínculo de confianza y trato directo con el consumidor final es de suma importancia.

Dicho lo anterior respecto a los actores directos de la cadena de valor del dulce típico de leche, se continúa describiendo a los actores indirectos y la forma en como logran articularse con los actores directos, fortaleciendo la cadena y logrando un mayor valor y calidad en el producto final.

7.4.5. Servicios operativos

Al realizar el análisis de la cadena de valor del dulce típico de leche y desarticular los eslabones que forman parte de la misma, se encontraron actores indirectos necesarios para el proceso de producción. Uno de ellos es llamado en la metodología LINK 2.0 como “servicios operativos”, el cual Rodríguez, *et. al.* (2002) lo llama recursos operacionales y lo

describe como la función que permite transformar la materia prima un producto final que llegue a manos del consumidor.

En este trabajo los servicios operativos se localizan entre los actores directos uno y dos dentro de la cadena de valor de dulce típico de leche, que son productores de materias primas e intermediarios acopiadores respectivamente. La función que cumple al articular estos eslabones es referente a empaçado y transporte de materias primas, el principal elemento que pasa por esta parte del proceso es el azúcar, ya que es la que su producción primaria proviene de una mayor distancia que los demás recursos de toda la cadena.

Siendo así que los distribuidores de azúcar para la producción de dulce típico de leche en el municipio de Toluca, provienen de estados como Sinaloa y Jalisco, que es donde se encuentran las refineras. La función que ejercen los servicios operativos es el empaçado y transporte de azúcar para hacerla llegar hasta los acopiadores para su posterior venta a los productores. De tal forma que aunque su influencia es indirecta, forma parte del engranaje del sistema de producción.

7.4.6. Insumos de producción

La metodología LINK 2.0 considera los insumos de producción como el equipamiento y las herramientas utilizadas con la función de obtener un bien, en la cadena de valor del dulce típico de leche se requiere que los productores cuenten con ello para la elaboración de su producto final.

En las tres dulcerías que permitieron acceder a sus instalaciones para el desarrollo de este trabajo, se logró observar que tienen una dinámica respecto a la infraestructura muy similar, ya que cuentan en sus propios domicilios con un área adaptada para la producción de dulce típico de leche, en la que se tiene instalado un sistema de estufas o quemadores donde pueden trabajar con 5 hornillas al mismo tiempo, esto además de tener un espacio destinado para la venta de los productos.

En el caso de las herramientas que se utilizan en las tres dulcerías, se identificaron las principales que son las que se muestran en la Tabla 8. Con estos insumos los productores pueden dar la forma y la textura de los dulces que comercializan.

Tabla 8. Herramientas utilizadas en las dulcerías típicas de la ciudad de Toluca

Recurso	Marca	Proveedor	Cantidad
Cazo de cobre	-	Artesanal	5
Estufa industrial 3 hornillas	-	Itztacalco CDMX	1
Estufa industrial 2 hornillas	-	Itztacalco CDMX	1
Mesa grande	-	Mueblería artesanal	1
Mesa chica	-	Mueblería artesanal	1
Vitrina de aluminio y vidrio	-	Herrería Pino Suarez	1
Cucharas de madera	-	Artesanal	5
Pala de plástico para cocina	Eco	Almacenes Ánfora	5
Bolsa de plástico 60cm x 90 cm	-	Plásticos Dany	1Kg (variable)
Adobera de madera	-	Mueblería artesanal	5
Cuchillos de cocina	Eco	Ánfora	3
Bolsas de papel No 2, 3 4	-	Plásticos Dany	3 Paquetes (variable)
Bolsa de camiseta	-	Plásticos Dany	1Kg (variable)

Fuente: Elaboración propia con datos de campo

7.4.7. Servicios de Producción

Es preciso hacer mención de los servicios de producción que están presentes dentro de las dulcerías, ya que son parte de la cadena de valor de la que se hace mención en este trabajo.

Los principales servicios que se utilizan son:

- **Luz** – CFE
- **Gas** – Gas Natural FENOSA
- **Agua** – H. Ayuntamiento de Toluca
- **Telefonía** – Telmex
- **Telefonía celular** – Movistar y Telcel

Estos servicios ayudan a realizar las actividades dentro de cada una de las dulcerías, facilitan los procesos de producción y contribuyen a brindar en servicio más óptimo y de calidad a los consumidores. Por tal motivo se consideran con una parte importante dentro de la cadena de valor de dulce típico de leche.

7.5. Análisis FODA

El dulce típico de leche de la ciudad de Toluca, presenta características únicas dentro de un mercado estandarizado en constante crecimiento, es por ello que, al impulsar este producto de manera profesional, se puede generar un escenario en el cual este posicionado dentro de las preferencias de consumo en una sociedad inclinada a adquirir bienes de calidad.

Para presentar las sugerencias que contribuyan a lograr el posicionamiento del dulce típico de leche y sus elementos de valorización dentro del mercado, es necesario realizar un análisis FODA (Tabla 9) para complementar la identificación de los problemas a los que se enfrenta el producto, además de identificar las fortalezas con las que cuenta y las oportunidades que le permiten sobresalir ante la variedad de competidores que se encuentran actualmente en el mercado.

Tabla 9. Análisis FODA del dulce típico de leche

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1. Son empresas familiares en las que al menos uno de los integrantes tiene el conocimiento y la experiencia para elaborar dulces tradicionales.</p> <p>F2. La ubicación de las dulcerías típicas cuenta con vías de comunicación, cuentan con fácil acceso para los clientes, además ofrece espacio suficiente para estacionar autos.</p> <p>F3. Canales de comunicación. Acceso permanente a teléfono fijo, celular y redes sociales para atender a los clientes mayoristas y minoristas. Además de servicios básicos (luz, agua, drenaje).</p> <p>F4. Instalaciones propias.</p> <p>F5. Oferta de productos elaborados de forma tradicional con materias primas naturales que no causan grandes impactos negativos en la salud</p>	<p>O1. Diversidad de mercados (escuelas, tienditas, restaurantes, cadenas de tiendas, hospitales, cafeterías)</p> <p>O2. Oportunidad en el mercado internacional y de la nostalgia.</p> <p>O3. Comercialización en mercados virtuales.</p> <p>O4. Apoyos gubernamentales como para que los artesanos inviertan en sus talleres en busca de una mejora en sus procesos e instalaciones.</p> <p>O5. Preferencia de consumo por parte de turistas.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1. Falta de personal calificado para elaborar dulces tradicionales.</p> <p>D2. Inexistencia de sistemas internos de control administrativo.</p> <p>D3. Falta de profesionalización del equipo directivo en aspectos administrativos, contables y financieros.</p> <p>D4. Falta de recursos para sostener el crecimiento de la empresa.</p> <p>D5. Falta de procesos estandarizados.</p> <p>D6. Relevo generacional no planificado.</p> <p>D7. Falta de procesos que aseguren la inocuidad del producto.</p>	<p>A1. Entrada de nuevas golosinas al mercado a menor precio.</p> <p>A2. La competencia de otros productores tradicionales dentro del municipio.</p> <p>A3. Aumento de costo de materias primas y servicios que ayudan a la producción.</p> <p>A4. Desinterés de los consumidores ante los productos típicos.</p> <p>A5. Escases de materias primas.</p> <p>A6. Abandono de los productos típicos por parte de instituciones.</p>

Fuente: Elaboración propia con datos de campo

En la tabla anterior se documentaron aspectos identificados en las dulcerías que permitieron el acceso a sus instalaciones, en las cuales por medio de observación participante y entrevistas abiertas con los productores quienes expresaron sus principales puntos de vista respecto las condiciones en las que se puede generar un impacto positivo, minimizando en mayor medida posible los aspectos negativos de la cadena de valor. Esta información permite presentar una propuesta en la que se atienda la mayor cantidad de elementos que repercuten en la cadena de valor, así mismo utilizar las fortalezas y oportunidades para mejorar en todos los eslabones de la misma.

DISCUSIÓN

La elaboración de este documento con uso de fuentes bibliográficas, y aplicando la guía metodológica para el análisis de cadenas productivas y la metodología LINK 2.0 para el análisis de la cadena de valor, permitió conocer aspectos importantes del dulce típico de leche como lo son su historia, sus principales actores, su sistema de producción y su forma de comercialización. Aspectos que son desconocidos por muchos de los consumidores, lo que ocasiona que no le den el valor, tanto económico, como simbólico, y que a su vez genere grandes problemas para el producto, como la falta de interés en nuevos consumidores, poca demanda e incremento en diversas problemáticas (los productores tienen pocas ventas y se disminuye las fuentes económicas de los actores de toda la cadena).

Actualmente, la cadena funciona trayendo beneficios económicos para todos los actores involucrados; sin embargo, es necesario diseñar propuestas para eliminar ciertas debilidades que existen dentro de la misma con la finalidad de optimizarla. La valorización del dulce típico de leche surge de la necesidad de preservar el producto con todos sus elementos y a su vez impulsar a su estudio a partir de las características sensoriales y nutricionales, creando generar nuevas estrategias para agregar valor y posicionar el producto en nuevos mercados donde aún no ha llegado.

Por otra parte, el aumento de enfermedades como la diabetes mellitus ha aumentado en los últimos años, lo que lleva a una reflexión de si este producto típico, que tiene en el mercado alrededor de 120 años, que ha trascendido en el tiempo y en el espacio, y ha perdurado, no ha permeado en dicha enfermedad, lo que llevaría a repensar la forma de alimentación de la población y de los turistas. Es decir, el consumo del dulce típico de leche no trae riesgos a la salud como lo hacen otro tipo de golosinas. Entre otras características, al degustarlo por ser un sabor dulce puede reducir ansiedad y aumentar el buen humor. Algunos de los ingredientes que contiene el dulce, se ha demostrado que contribuyen con el bienestar del cuerpo como la leche que proporciona calcio, o la nuez que trae beneficios para la memoria.

CONCLUSIONES

El aplicar la metodología de Cadena de Valor en este caso de estudio, permitió conocer aspectos únicos e identitarios del dulce típico de leche que hacen posible reconocer su valorización. Para comenzar se tiene el contexto histórico, esto es por el mestizaje que se desarrolló en la cultura con la llegada de los españoles. Desde el Siglo XVII, se fabricaban dulces de leche en los conventos, en especial en la Ciudad de México, poco a poco fue ganando terreno y se comenzó a producir dulce en lugares cercanos, tal es el caso del municipio de Toluca, en donde según productores se cuenta con esta actividad dentro del municipio desde aproximadamente hace 120 años. Por su parte, el arraigo territorial que se ha generado en el municipio de Toluca, en función con el dulce típico de leche, es otro factor a valorizar; tanto productores como consumidores identifican al territorio toluqueño vinculado al producto.

Es por eso que se debe valorizar el dulce de leche desde el contexto histórico pues ha perdurado su producción con el paso del tiempo. Aun con los cambios que han existido con las diferentes generaciones, el dulce típico de leche sigue vigente en el mercado. Tomando en cuenta que con la entrada de otros productos industrializados, tanto nacionales como importados, éstos han tenido una disminución importante, sin embargo prevalecen hasta el tiempo actual.

Otro aspecto a considerar es el conocimiento heredado de generación en generación, ya que si bien, existen recetarios donde se explica el proceso de elaboración, es muy importante preservar estos conocimientos en las personas que los portan de forma generacional, es decir, transmitiendo el saber – hacer en el relevo generacional. Así seguirán existiendo productores artesanales, con procesos tradicionales de elaboración y haciendo uso de materias primas naturales y locales.

El uso de ingredientes naturales es otro factor que permite la valorización, pues se considera que son saludables por contener leche además de otros componentes como la nuez y el cacahuete que contiene grasas naturales buenas para el organismo. Lo que permite su valorización en un mundo actual donde los productos que se consumen son mayormente

industrializados y estandarizados. A diferencia de los dulces típicos de leche que son productos diferenciados por su forma de elaboración artesanal y natural, ausente de químicos que perjudican la salud.

La demanda está conformada por consumidores en su mayoría del propio municipio, sin embargo, el territorio toluqueño recibe turistas tanto nacionales como internacionales. Se observa que la actividad turística genera un impacto económico local y regional, he aquí la relación que existe del territorio al producto, ya que a los turistas se les ofrecen productos únicos, envueltos en contextos que los caracterizan como su historia, el proceso de elaboración, los ingredientes y el territorio en el que se producen y comercializan.

El turismo en el municipio aumenta en el mes de octubre por la Feria del Alfeñique con motivo del “Día de Muertos”, en la que se comercializan los dulces típicos de leche como uno de los productos protagonistas en dicha feria. En este mes la producción y la venta de dulces aumentan, dando como resultado una mejora en la economía de los actores de la cadena de valor de dulce de leche.

En el municipio existen cerca de veinte puntos de venta de dulce de leche, sin embargo hay productores que están fuera del municipio y traen sus productos a Toluca, esto hace crecer la competencia dentro del mercado regional, ayudando así a mantener viva y con arraigo esta actividad que forma parte de la identidad toluqueña.

FUENTES

- Acampora, T. y Fonte, M. (2007). *Productos típicos, estrategias de desarrollo rural y conocimiento local*. Pag. 194
- Agüero, G., Urtubey, L. y Vera, D. (2008). *Conceptos, creencias y racionalidad*. Editorial Brujas. Primera Edición. Pag. 204. Obtenida el 17 de marzo de 2017 de: <https://books.google.com.mx/books?id=RVMrhlvvl60C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Ambrosio, S. (2015). Breve historia de los dulces típicos en México. Obtenida el 8 de mayo de 2017 de: http://www.milenio.com/firmas/universidad_tecnologica_del_valle_del_mezquiteal/Breve-historia-dulces-tipicos-Mexico_18_592320810.html
- Andalucía Emprende. (2015). *Cadena de Valor*. Cadena de valor de McKinsey. Pag 4
- Arévalo, J. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60 (3), 925- 956. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1125260>
- Bernal, R., Rojas M., Vázquez, C., Espinoza, A., Estrada, J., Castelán, Octavio. (2007) *Determinación de la calidad fisicoquímica de la leche cruda producida en sistemas campesinos en dos regiones del Estado de México*. Veterinaria México [en línea] (octubre-diciembre). Obtenida el 19 de febrero de 2018 de: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42338402>> ISSN 0301-5092
- Cartay, R. (1998). *LOS PRODUCTOS TÍPICOS Y SU REGLAMENTACIÓN. Una tentativa de aplicación de la denominación de origen al cacao venezolano*. Agroalimentaria No.6. junio 1998. Pag 13
- Casanova, S. (2016). *El rol transformador de la empresa en el campo*. Revista Forbes. México. Obtenida el martes 28 de marzo de 2017 de: <https://www.forbes.com.mx/rol-transformador-la-empresa-campo/#gs.d69Jofw>
- Castro, J., y Gonzalez, N. (n.d.). *Los dulces regionales, tradición costumbre, e identidad mexiquense*. Pag 1 -5

- Centro Internacional De Agricultura Tropical. (2014). *Metodología LINK. Una guía participativa para diseñar, implementar y evaluar modelos de negocio incluyentes con productores a pequeña escala*. Segunda Edición.
- Champredonde, M. (2011). *¿Qué es un producto típico certificable mediante IG/ DO en el contexto Latinoamericano? Ejemplos a partir de casos argentinos*. Perspectivas Rurales. Nueva Época Año 10. No. 19. Pag 62
- Chávez, V. y Steve, A. (2011). *Productos Agroindustriales*. Agroindustria Definiciones y Realidades. Obtenida el 1 de abril de 2017 de: <http://ingenieriaagroindustrial-unt.blogspot.mx/2011/10/productos-agroindustriales.html>
- Climate-Data. (2018). Clima Toluca de Lerdo. Obtenida el 09 de abril de 2018 de: <https://es.climate-data.org/location/3381/>
- COESPO (2010). *Diagnóstico Sociodemográfico del Municipio de Toluca*. Características Demográficas. Pag 9.
- Contreas, D., Thomé, H., Espinoza, A., Vizcarra, I. (2017). *TURISMO AGROALIMENTARIO Una perspectiva recreativa de los alimentos emblemáticos desde la geografía del gusto*. Pag 556
- Correa, C., Boucher, F., Requier-Desjardins, D. (2006). *¿Cómo activar los sistemas agroalimentarios localizados en América Latina? Un análisis comparativo*. Revista agroalimentaria No. 22. Enero – Jnuiro 2006. Pag 19
- Díaz, R. (1982). *El azúcar en Canarias (S.XVI – XVII)* Colección publicada por Cabildos. Plan cultural y Museo Canario. Pag 7
- Eco-Finanzas, (n.d.). *Agente Económico*. Obtenida el 1 de Abril de 2017 en: http://www.eco-finanzas.com/diccionario/A/AGENTE_ECONOMICO.htm
- Espeitx, E. (1996). *Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra*. Pag 87
- Fabre (1994) y Herrera (2000). En Jensen, H. y Torero, M. (2007). *El impacto de CAFTA en cadenas de valor agropecuarias de pequeños productores en cinco países centroamericanos*.
- FAO. (1998). *Censos Agropecuarios y Genero – Conceptos y Metodología*. Obtenida el 14 de diciembre de 2017 de: <http://www.fao.org/docrep/004/X2919S/x2919s00.htm#Contents>

- González-Laxe, F. (2006). *Diferenciación y valorización de los productos pesqueros. Retos ante las nuevas estrategias alimentarias*. Universidad de A Coruña. Pag 36- 38
- H. Ayuntamiento de Toluca. (2016 – 2018). *Plan de Desarrollo Municipal de Toluca 2016 – 2018*. Pag 53
- Instituto de Estudios Peruanos. (2002). *Consumo, Cultura e Identidad en el Mundo Globalizado*. Editorial IEP 2002. Pag. 10 – 11
- Lima, K., Almeida, A., Dos Santos, C., García, C., Rivero, P. y Mendes, M. (2014). *Hablando de la Observación Participante en la investigación cualitativa en el proceso salud-enfermedad*. Artículos Especiales. Metodología Cualitativa. Index de enfermería/primer-segundo trimestre 2014, vol. 23, n. 1-2. Pag. 76
- López, D. (2011). *Canales cortos de comercialización como elemento dinamizador de las agriculturas ecológicas urbana y Periurbana*. Primer Congreso Estatal de Agricultura Ecológica Urbana y Periurbana. Elx 6 y 7 de mayo de 2011. Pag. 4
- Lozano, K. y Méndez, P. (2015). *Valoración territorial de los productos locales como vía para el desarrollo local: el caso del municipio de Ameca, Jalisco*. 20° Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México. Cuernavaca, Morelos del 17 al 20 de noviembre de 2015. AMECIDER – CRIM, UNAM. Pag. 8
- Mendoza, R., Parra, F. y De Los Ríos, I. (n.d.). *La actividad frutícola en tres municipios de la Sierra Nevada en Puebla: características, organizaciones y estrategia de valorización para su desarrollo*. Obtenida el miércoles 1 de marzo de 2017 de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S187054722010000300003&script=sci_arttext
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos del Marketing*. Editorial Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. ISBN: 978-84-695-7093-7. Pag. 132. Obtenida el 17 de mayo de 2018 de: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Monteagudo, C. (2014). *La dulcería mexicana, historia, ciencia y tecnología*. Editorial Limusa. Pag 15- 20
- Porter, M. (2009). Cadena de Valor. Estrategia Magazine. Año 1. Edición No. 19. Sección Administración. Pag. 1

- Rodríguez, G., Balestrini, S., Balestrini, S., Meleán, R., Rodríguez, B. (2002). *Análisis estratégico del proceso productivo en el sector industrial*. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. VIII, núm. 1, enero -abril, 2002. ISBN 1315-9518. Pag 137.
Obtenida al 27 de mayo de 2018 de: <http://www.redalyc.org/pdf/280/28080109.pdf>
- Ruido, M. y Rowan, J. (2007). *In the Mood for Work: ¿Puede la representación alterar los procesos de valorización del trabajo cultural?* Pag. 2
- Troitiño, M. (1998). *Patrimonio Arquitectónico Cultura y territorio*. Pag. 101
- Shin. (2010). En De Jesús, D. (2014). *La calificación como estrategia de valorización del amaranto (amaranthus spp.) de Santiago Tulyehualco, Xochimilco, D.F.* UAEM. Pag 20
- Van Der Heyden, D. y Camacho, P. (2006). *Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas*. Segunda Edición. Pag. 14
- Velarde, I., Garat, J., Marasas, M. y Seibane, C. (2014). *Sistemas de producción locales en el Río de La Plata, Argentina: concertación de actores, diferenciación y valorización de productos típicos*. Pag. 6.
- Zolla, Carlos. (1988). *Elogio del dulce de leche. Ensayo sobre la dulcería mexicana*. Fondo de Cultura Económica. Primera Edición. Pag. 34

ANEXOS

Foto 1. Actor directo en la producción de dulce típico de leche de la Dulcería Hernández Texcoco



Fuente: Fotografía de autoría propia

Foto 2. Actor directo en la producción de dulce típico de leche de la Dulcería Hernández Texcoco



Fuente: Fotografía de autoría propia

**Foto 3. Actor directo en la producción de dulce típico de leche de la Dulcería Hernández
Mercadito**



Fuente: Fotografía de autoría propia

**Foto 4. Actor directo en la producción de dulce típico de leche de la Dulcería Hernández
Mercadito**



Fuente: Fotografía de autoría propia

Foto 5. Actor directo en la producción de dulce típico de leche de la Dulcería Guadarrama



Fuente: Fotografía de autoría propia

Foto 6. Actores directos en la producción de dulce típico de leche de la Dulcería Guadarrama



Fuente: Fotografía de autoría propia

Foto 7. Variedad de dulce típico de leche de la Dulcería Guadarrama



Fuente: Fotografía de autoría propia



Imagen 3. Índices de la Revista Turismo y Sociedad

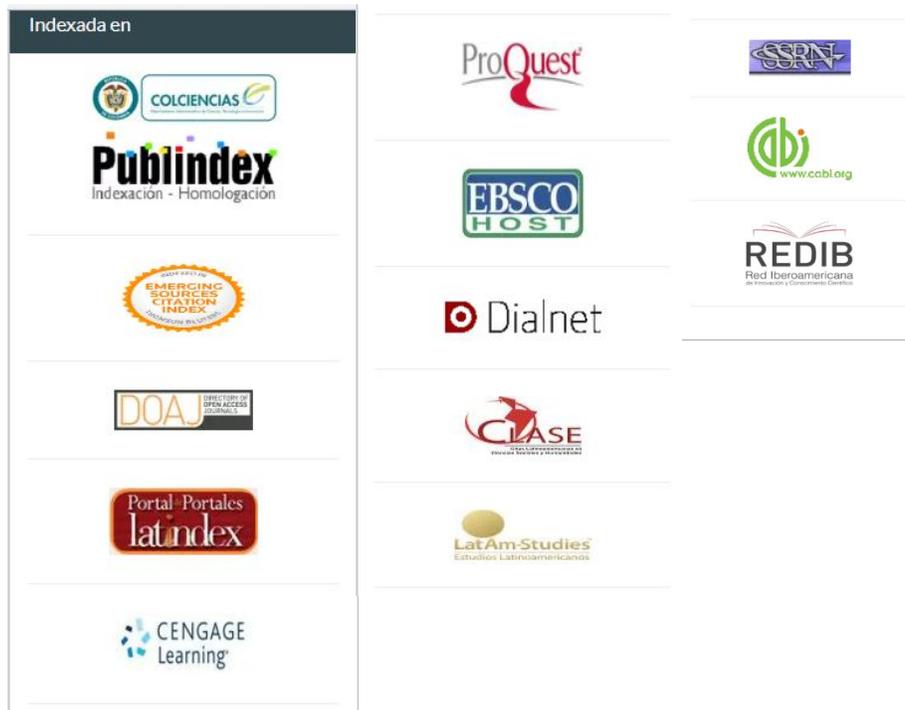


Imagen 4. Primera página del artículo

1

¿PUEDE EL TURISMO AYUDAR A LA VALORIZACIÓN DEL DULCE TÍPICO DE LECHE EN TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO? ANÁLISIS A TRAVÉS DE LA CADENA DE VALOR

¿CAN TOURISM HELP TO VALORIZE THE TYPICAL MILK SWEET IN THE MUNICIPALITY OF TOLUCA, STATE OF MEXICO? ANALYSIS THROUGH THE VALUE CHAIN

Luis Guadarrama García

Candidato a magíster en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario

Profesor de asignatura en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma de México

México
[\[mardtyta@gmail.com\]](mailto:mardtyta@gmail.com)

Yanelli Daniela Palmas Castrejón

Doctora en Estudios Turísticos por la Universidad Autónoma del Estado de México
Subdirectora académica de la Facultad de Turismo y Gastronomía

Universidad Autónoma de México
México

[\[hashir04@hotmail.com\]](mailto:hashir04@hotmail.com)

Francisco Herrera Tapia

Doctor en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales por la Universidad Autónoma del Estado de México

Investigador del Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales (ICAR) de la Universidad Autónoma del Estado de México
México

[\[herreratapia2001@yahoo.com.mx\]](mailto:herreratapia2001@yahoo.com.mx)

Humberto Thome Ortiz

Doctor en Ciencias Agrarias por la Universidad Autónoma de Chapingo
Responsable técnico de proyectos financiados por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología

México

[\[hthomeo@uaemex.mx\]](mailto:hthomeo@uaemex.mx)

Fecha de recepción: 9 de febrero de 2018

Fecha de modificación: 28 de mayo de 2018

Fecha de aceptación: 25 de junio de 2018

Ponencia *“Valorización, problemática y propuesta de acción del dulce típico de leche en el municipio de Toluca, Estado de México. Por medio del análisis de la cadena de valor”*, aceptada en el Congreso internacional de investigación de “Turismo y buen vivir”, realizado de 26 y 27 de octubre de 2017 en Bogotá, Colombia. En coautoría de Lic. Luis Guadarrama García y Dra. Yanelli Daniela Palmas Castrejón. https://www.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/2017/08/Arte_Final_Programa.pdf

Imagen 5. Portada del Congreso internacional de investigación “Turismo y buen vivir”

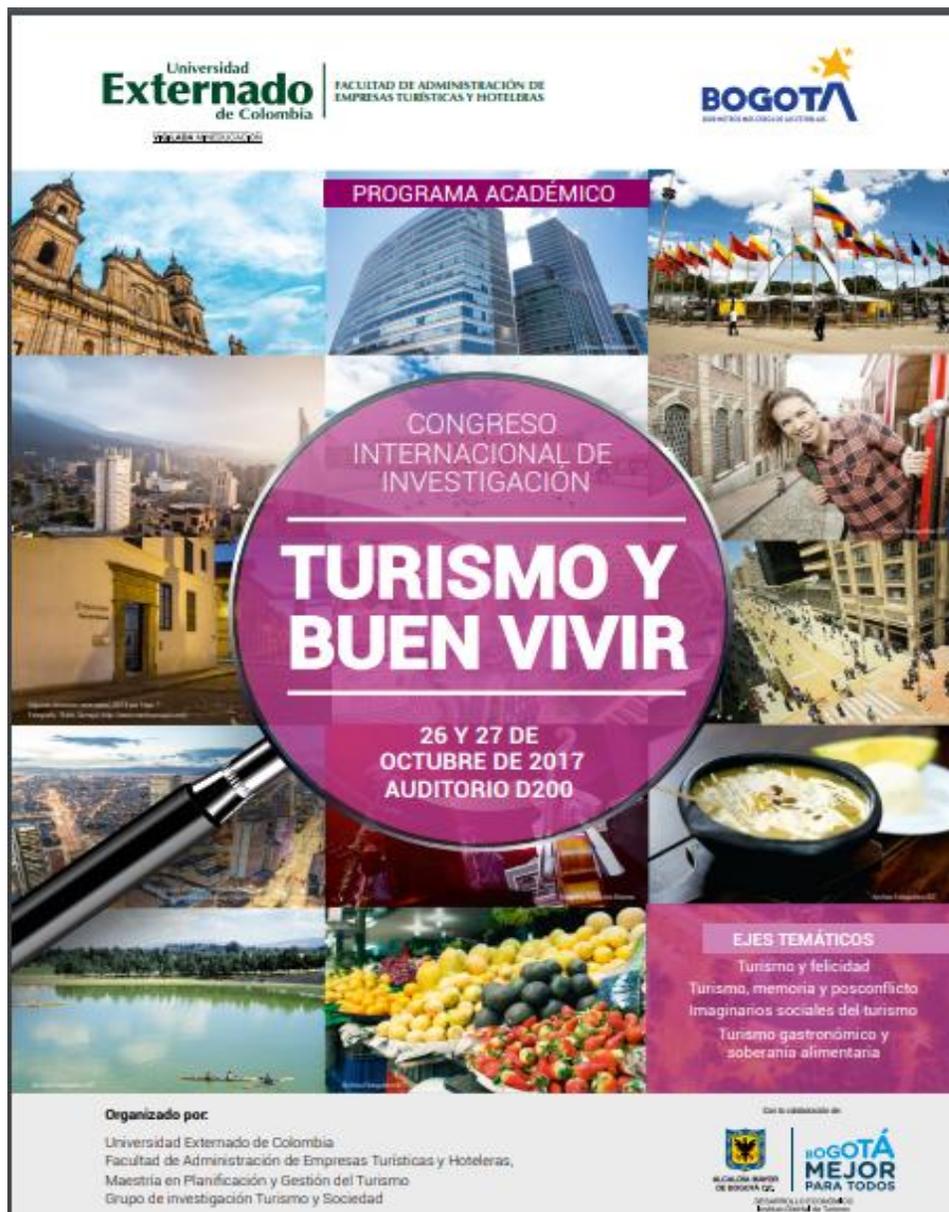


Imagen 6. Cronograma de actividades del Congreso internacional de investigación “Turismo y buen vivir”

JUEVES 26 DE OCTUBRE		Eje temático: Turismo y felicidad I Auditorio D200		Eje temático: Turismo, memoria y posconflicto Salón E307		Eje temático: Imaginarios sociales del turismo Salón E308		Eje temático: Turismo gastronómico y soberanía alimentaria Salón E207				
11:00 a.m. a 11:05 a.m. Instalación de mesas												
11:05 a.m. a 11:20 a.m.	De campesinas a empresarias. Experiencia turística de los ejidos El Jonulú y Benito Juárez en México.	Daniela Giovana Ortiz López, Rosa María Cháver Dagoberto, Simone Fortes, Paul Gutiérrez Reyes	México	El performance de ser migrante indocumentado como recurso de reflexión en la comunidad El Alberto, Hidalgo, México.	Juan Luis Francisco Pérez Orobliz, Ana Lorena Valle Comacava	México	Los planes estratégicos de turismo en la construcción de la imagen turística de Bahía Brasil.	Luz Adriana Itarte López	Brasil	Ingredientes, técnicas e instrumentos ancestrales en la gastronomía actual del Cantón Portoviejo.	Henry Gustavo Valencia Párraga, Juan César Villacreses Viteri	Ecuador
11:20 a.m. a 11:35 a.m.	El turismo como impulsor para reconstruir una identidad territorial integral para el buen vivir en los municipios de Pijao y Ubaque.	Raphael Forbes	Colombia	El enfoque de género y la sostenibilidad en territorios en posconflicto.	María Luisa Galán Otero	Colombia	Imaginario y turismo en “Reserva Itapu, 600 hectáreas”, Puerto Iguazú, Argentina.	Rebeca Ovario González, Patricia Rampello, Fernando Novo La Corte, Silvina Gómez	Argentina	Turismo gastronómico en el noroeste de la Argentina. Experiencias de recuperación de alimentos y preparaciones culinarias locales.	Claudia A. Troncoso Mariana Arzeno	Argentina
11:35 a.m. a 11:50 a.m.	Tres casos de construcciones de novedosas relaciones entre región, lugareños, economía y turistas.	Pierre Raymond	Colombia	Turismo, naturaleza y pasado en comunidades indígenas de Puracé, Cauca.	Diógenes Patiño Castaño	Colombia	Vivir en Grandol. Análisis de los imaginarios sobre la ciudad y el turismo.	Órlando Arturo Sochimilca Socha	Colombia	Valorización, problemática y propuesta de acción del dulce típico de leche en el municipio de Toluca, Estado de México. Por medio del análisis de la cadena de valor.	Luis Guadarrama García, Daniele Palmas Castrejón	México
11:50 a.m. a 12:05 p.m.	Turismo, ambiente y sostenibilidad: una mirada desde la geografía.	Luz Angela Castro Viviana Alejandra Velaza Cárdenas	Colombia	Turismo, pobreza y buen vivir en un contexto de posconflicto: el caso de Cauca.	Carlos Martín Carbonell Higuera	Colombia	Imaginario territorial desde la identidad campesina: turismo rural en Usmé y defensa del territorio.	Leonardo Castellanos Ramírez	Colombia	Análisis del proyecto Medellín Si Sabe y su transición a Medellín Sabores y Saberes, a partir de la percepción de los establecimientos gastronómicos y los residentes de Medellín.	Luisa Fernanda Posada Hincapié, Luisa Lamez David	Colombia
12:05 p.m. a 12:35 p.m.	Sesión de preguntas		Sesión de preguntas		Sesión de preguntas		Sesión de preguntas					