



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**

**MAESTRÍA EN AGROINDUSTRIA RURAL, DESARROLLO  
TERRITORIAL Y TURISMO AGROALIMENTARIO**

**VALORIZACIÓN DE PRODUCTOS CON IDENTIDAD LOCAL: EL  
MAÍZ PALOMERO TOLUQUEÑO (Zea mays everta) DE CHOTEJÉ,  
SAN FELIPE DEL PROGRESO**

**TRABAJO TERMINAL DE GRADO**

Que para obtener el título de:

**MAESTRO EN AGROINDUSTRIA RURAL, DESARROLLO  
TERRITORIAL Y TURISMO AGROALIMENTARIO**

Presenta:

**DANIEL GRANADOS LAUDINO**

Comité tutorial:

**DR. SERGIO MOCTEZUMA PÉREZ  
DRA. ANGÉLICA ESPINOZA ORTEGA  
DRA. MARÍA CRISTINA CHÁVEZ MEJÍA**

## RESUMEN

Si bien México es considerado en el mundo como el origen por excelencia del maíz, durante últimos tiempos ha sido notable el desplazo que ha sufrido por países que, a través de la tecnología, redes de comercialización, grandes inversiones y otros factores han encontrado la manera de ofertar productos de calidad a precios accesibles para el consumo. Como resultado de ello, algunas especies se han dejado de producir, tal es el caso del maíz palomero, en específico el Toluqueño.

Una problemática constante para el campo mexicano es la dificultad para la comercialización, por lo que se propone con este trabajo mirar hacia las nuevas formas de consumo para tratar de captar, en esas estrategias a un mercado objetivo que esté dispuesto a pagar por los productos que cumplan con características diferenciadoras de calidad. Para el presente texto se abordan las rutas alimentarias como lo ideal para acercar a productores y consumidores, que además de buscar generar lazos de venta se puedan tener ingresos complementarios para esta zona rural.

El trabajo se realizó en Chotejé, San Felipe del Progreso, una comunidad Mazahua que sigue produciendo dicho maíz, al que le asignan procesos específicos ya que cuenta con un valor religioso especial que se ha conservado desde la época prehispánica, donde servía como ofrenda para los dioses en agradecimiento por las dádivas que de ellos recibía. Y se cree que puede ser un detonador de desarrollo mediante su producción y comercialización, resaltando además la aceptación del proyecto por parte de los actores locales.

Para lograr dicha propuesta se tuvo acceso a la comunidad, en donde se identificó a la gente que participa en alguna actividad relacionada con el maíz; sea producción, cosecha o transformación. Y son quienes exponen el valor que en la etnia se le asigna. Posterior a ello se analizaron diversas estrategias de valorización y se declinó por la de rutas alimentarias, por lo que se realizó un diagnóstico de la comunidad para conocer el entorno y diseñar una excursión o experiencia gastronómica – cultural denominada “Los hijos del *Mays*”, con el objetivo de valorizar y propiciar el consumo del maíz palomero Toluqueño.

## **ABSTRACT**

Although Mexico is considered in the world as the origin par excellence of corn, during recent times the displacement that has been used by countries, through technology, trade networks, large investments and other factors that have been used, has been notable. found the way to offer quality products at affordable prices for consumption. As a result of this, some species have stopped producing, this is the case of popcorn, in the specific Toluqueño.

One of the constant problems for the Mexican field is the difficulty for commercialization, so it is proposed with this work to look at new forms of consumption to try to capture, in these strategies, an objective market that is willing to pay for the products that meet different quality characteristics. For the present text, food routes are approached as ideal to bring producers and consumers closer together, which, in addition to seeking to generate sales ties, can have additional income for this rural area.

The work was carried out in Chotejé, San Felipe del Progreso, a Mazahua community that continues to produce said corn, which is assigned specific processes since it has a special religious value that has been preserved since pre-Hispanic times, where it served as an offering for the gods in gratitude for the gifts that he received from them. And it is believed that it can be a detonator of development through its production and commercialization, also highlighting the acceptance of the project by local actors.

In order to achieve this proposal, there was access to the community, where people who participate in some activity related to corn were identified; be production, harvest or transformation. And they are the ones who expose the value that the ethnic group is assigned. After that, various valorisation strategies were analyzed and the food routes were declined, so a diagnosis was made of the community to know the environment and design a cultural excursion or experience called "Los hijos del Mays", with the objective of valuing and promoting the consumption of Toluqueño popcorn.

## CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>REVISIÓN DE LA LITERATURA</b> .....	<b>5</b>
<i>Valorización</i> .....	5
<i>Estrategias de valorización</i> .....	6
Ferias agroalimentarias .....	7
Grupos de compra.....	8
Cooperativas de productores .....	10
Indicación geográfica.....	11
Agroindustria de agricultura familiar .....	12
Rutas alimentarias.....	13
<i>El enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) y la activación de recursos de un territorio</i> .....	<b>18</b>
La activación de recursos mediante el enfoque SIAL.....	20
<i>Maíz palomero Toluqueño</i> .....	<b>20</b>
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>24</b>
<b>OBJETIVOS</b> .....	<b>25</b>
<b>ACERCAMIENTO METODOLÓGICO</b> .....	<b>26</b>
<b>RESULTADOS</b> .....	<b>29</b>
<i>Diagnóstico territorial</i> .....	<b>29</b>
Zona de estudio.....	29
San Felipe del Progreso .....	29
Chotejé, la comunidad del maíz palomero .....	39
<i>Canasta territorial de bienes y servicios</i> .....	<b>48</b>
<i>Guía para la elaboración de plan de desarrollo turístico de un territorio</i> .....	<b>49</b>
Identificación y establecimiento de mecanismos de concentración con actores principales (gobiernos locales, empresas rurales, gremios, cámaras de comercio, instituciones de apoyo, otros).....	49
Conformación de un grupo de trabajo que lidere y se apropie del proyecto. ....	50
Identificación de recursos turísticos de la zona .....	52
Análisis de la oferta y demanda de servicios turísticos, perfil del turista, oferta de productos turísticos locales y otros servicios de apoyo.....	56
Análisis institucional del sector turismo: reglamentación legal, funciones de instituciones, gremios empresariales. ....	58
Diseño de productos turísticos.....	58
Construcción del plan de desarrollo: priorización de turistas, selección de segmentos de mercado, eslabonamiento con otros destinos turísticos, formación de recursos locales (guías, promotores empresariales, servicios de alimentación y alojamiento, seguridad), diseño de código de ética, estimativos de inversiones (pública y privadas). ....	60
Diseño de estrategia de promoción, difusión y comercialización de la oferta desarrollada. ....	60
Diseño de un sistema de monitoreo y evaluación del impacto (económico, social y ecológico) .....	62
Validación de la estrategia en taller participativo.....	67
Elaboración de proyectos específicos (perfiles). ....	67
Definición y aplicación de una estrategia de financiamiento. ....	68
Implementación del plan.....	69
<b>DISCUSIÓN</b> .....	<b>77</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>81</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>88</b>

## ÍNDICE DE IMÁGENES

<i>Imagen 1. Mapa de ubicación de San Felipe del Progreso</i>	30
<i>Imagen 2. Portada del libramiento a la entrada del municipio</i>	31
<i>Imagen 3. Escudo del municipio de San Felipe del Progreso</i>	32
<i>Imagen 4. Mujeres Mazahua portando la vestimenta tradicional</i>	35
<i>Imagen 5. La señora Manuela portando un quexquémil de lana bordado por ella</i>	36
<i>Imagen 6. Mujer Mazahua bordando durante las reuniones de grupo</i>	37
<i>Imagen 7. Servilleta bordada a mano con diseños Mazahua</i>	37
<i>Imagen 8. Mapa de ubicación de Chotejé</i>	39
<i>Imagen 9. Señalización hacia la comunidad</i>	40
<i>Imagen 10. Selección de palomitas reventadas</i>	44
<i>Imagen 11. Mujeres confeccionando collares y guías para decorar la iglesia en la fiesta patronal</i>	45
<i>Imagen 12. Mujeres adornando con los collares de palomitas</i>	46
<i>Imagen 13. Guía de palomitas que adornan el templo</i>	46
<i>Imagen 14. Nicho de San Miguel Arcángel decorado con collares de palomitas</i>	46
<i>Imagen 15. Danza de Santiagueros</i>	47
<i>Imagen 16. Danza de Pastoras</i>	47
<i>Imagen 17. Grupo que conforma "Los hijos del Mays"</i>	51
<i>Imagen 18. Mazorcas de maíz palomero toluqueño</i>	52
<i>Imagen 19. Maíz rosa, negro y blanco</i>	53
<i>Imagen 20. Recorrido por los invernaderos con plantaciones de jitomate</i>	54
<i>Imagen 21. La señora Manuela cosechando maíz palomero</i>	54
<i>Imagen 22. Una cruz decorada con palomitas</i>	55
<i>Imagen 23. Logo "Los hijos del Mays"</i>	59
<i>Imagen 24. Itinerario propuesto para la experiencia gastro-cultural "Los hijos del Mays"</i>	59
<i>Imagen 25. La señora Manuela sirviendo atole agrio para desayuno de los visitantes</i>	70
<i>Imagen 26. Don Federico compartiendo sus historias de vida</i>	70
<i>Imagen 27. Cosecha dentro de la milpa por parte de los visitantes</i>	71
<i>Imagen 28. Algunos de los visitantes con los maíces cosechados</i>	71
<i>Imagen 29. Recepción del señor Juan a los visitantes</i>	72
<i>Imagen 30. Selección de hortalizas por parte de los visitantes dentro del invernadero</i>	72
<i>Imagen 31. . Inicia el taller de reventado de palomitas con arena blanca</i>	73
<i>Imagen 32. Tere, quien nombró la "fiesta loca de palomitas" al reventado de maíz</i>	74
<i>Imagen 33. Los visitantes compartiendo la comida con el grupo receptor</i>	74
<i>Imagen 34. Doña Manuela poniendo los collares de palomitas como agradecimiento por la visita</i>	75
<i>Imagen 35. Visitantes en la presa que capta agua para el riego</i>	76

## ÍNDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 1. Guía para la elaboración de plan de desarrollo turístico de un territorio</i>	27
<i>Cuadro 2. Tipología de recursos turísticos</i>	49
<i>Cuadro 3. Servicios turísticos cercanos a la zona de trabajo</i>	57
<i>Cuadro 4. Horarios y responsables de las actividades</i>	60
<i>Cuadro 5. Evaluación interna para la experiencia</i>	63
<i>Cuadro 6. Indicadores para la experiencia</i>	64
<i>Cuadro 7. Necesidades de la comunidad que atiende la experiencia</i>	66
<i>Cuadro 8. Perfil de puesto encargado de alimentos</i>	88
<i>Cuadro 9. Perfil de puesto responsable de taller gastronómico</i>	88
<i>Cuadro 10. Perfil de puesto responsable de recorridos por milpas</i>	88
<i>Cuadro 11. Perfil de puesto responsable de recorridos en invernaderos</i>	89
<i>Cuadro 12. Perfil de puesto responsable de taller cultural</i>	89
<i>Cuadro 13. Perfil de puesto responsable de exposición para venta</i>	89
<i>Cuadro 14. Modelo de negocio CANVAS de "Los hijos del Mays"</i>	90

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo terminal de grado contiene la propuesta considerada idónea para motivar el conocimiento y consumo de maíz palomero Toluqueño de la comunidad de Chotejé, San Felipe del Progreso, lo cual puede incentivar el aumento de producción en búsqueda de su rescate o conservación. El resultado que aquí se presenta se obtuvo gracias al trabajo de campo realizado a partir de octubre de 2017 y la participación por parte del autor en actividades dentro de la comunidad, por lo que la propuesta se gestó de forma consensuada entre la comunidad y el investigador.

Como es sabido, México se considera la cuna del maíz, y es el lugar donde mayor cantidad de razas nativas se han contabilizado. Sin embargo, durante las últimas décadas la situación del campo mexicano ha encontrado un escenario poco favorable, y la producción de maíz ha sido acaparada por países como Estados Unidos; por otro lado, el desarrollo tecnológico ha desplazado a los conocimientos ancestrales de los pequeños productores y a los insumos que usan en la milpa. Para el caso del presente texto se aborda el maíz palomero toluqueño, una de las siete razas nativas, que tiene capacidad de reventar para transformarse en palomitas de maíz, y que se encuentra en peligro de extinción, por lo que es necesario la búsqueda de alternativas que contribuyan a su conservación.

En ese sentido, el turismo rural permite visualizar una nueva área de oportunidad, entre las alternativas se encuentran: eco turismo, turismo agroalimentario, paisajismo, rutas alimentarias entre otras, que ofrecen ingresos complementarios a quienes se involucran en dichos procesos. Si bien es una alternativa poco regulada, se torna importante por el creciente interés que algunos excursionistas muestran por actividades diferentes a su cotidianidad, como es la vida en el campo, la cultura, alimentación o las expresiones artísticas; y en la búsqueda de experiencias de esparcimiento alternativas a lo convencional.

Por otro lado, hablar de desarrollo resulta en ocasiones una paradoja, puesto que la acepción de conceptos o malversación de los mismos conduce al error de enfatizar algún rubro (sobre todo económico), sin tomar en cuenta las diferentes aristas posibles. Como referencia cercana se ha de mencionar el desarrollo

sustentable, que engloba economía, sociedad y ambiente como ejes rectores, y es en ese sentido lo que guía el presente trabajo.

La estrategia que se presenta se encuentra dentro de las rutas alimentarias, y que se ha denominado como “Los hijos del *Mays*: los meros meros palomeros”, que si bien por las características que presenta no se clasifica como ruta, cumple con ofertar un itinerario definido donde se podrá observar de forma directa la producción de alimentos, ya sea en la milpa o invernaderos. Además, conlleva la oportunidad de degustar la cocina local, resaltando los sabores locales, como el agrio del atole y tamales, o bien participar en las actividades como la elaboración de tortillas de color a partir de la nixtamalización, el descubrimiento de procesos tradicionales como resultado del saber-hacer, el contacto con expresiones culturales como las artesanías, el lenguaje, vestimentas y otros elementos. Estos recursos se articulan para tratar de detonar el desarrollo.

Para generar el producto que rige el trabajo, se proponen cuatro objetivos específicos; identificar a la gente involucrada en alguna etapa del proceso productivo para determinar a los informantes clave; documentar los usos y costumbres que le son conferidos al maíz palomero durante las fiestas patronales; elaborar un diagnóstico comunitario que permitiera conocer el entorno, sus recursos y las condiciones de producción del maíz; y finalmente desarrollar una estrategia de valorización. Lo anterior se presenta como un antecedente que en futuros trabajos se pueda desarrollar.

Con la finalidad de cumplir los objetivos planteados se utilizó una metodología participativa, que permitió el involucramiento con los habitantes de la comunidad, siendo partícipes en las festividades en que el maíz palomero se hacía presente y otras actividades que fortalecieron el vínculo y confianza necesaria. Es un trabajo de enfoque cualitativo que permitió, a partir del ingreso a la comunidad; identificar los recursos que conforman la canasta territorial de bienes y servicios, para después implementar la guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio y así conformar el producto. Es importante recalcar que, durante el diseño de las estrategias y elección de la idónea, se tuvo el acompañamiento de la comunidad a través del grupo que formó y que se denominó como “Los Hijos del



*Mays*”, respetando así su ideología, usos y costumbres en búsqueda del desarrollo endógeno.

El documento se divide en cinco apartados. El primero se centra en la revisión de la literatura que le da soporte, donde se abordan conceptos como la valorización y condiciones necesarias para que se lleve a cabo, además de las ventajas que representa, complementando con algunas de las estrategias que implica valorizar y se ahonda en las rutas alimentarias, ¿qué son? ¿por qué resultan atractivas? Así como las condiciones necesarias y motivaciones de un turista para realizar dichos viajes. Además, se utiliza el concepto de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL), un breve repaso en la cronología para la construcción del concepto y su acepción como enfoque, así como el impacto que tiene en la activación de recursos de un territorio. Se aborda el tema del maíz palomero Toluqueño, en cuanto a la clasificación, historia y cifras que resaltan la importancia de trabajos en torno a dicho producto.

A continuación, se presenta la justificación, objetivos y acercamiento metodológico que guiaron el desarrollo del trabajo. El tercer apartado incluye los resultados del trabajo de campo. Iniciando con un diagnóstico territorial que se construyó a partir del trabajo de campo realizado y triangulando con fuentes oficiales para conocer la situación económica, infraestructura, social y recursos de la localidad, además de la conformación de una canasta territorial de bienes y servicios, concluyendo con la aplicación de una guía para la elaboración de plan de desarrollo turístico, que consta de 13 momentos. Lo atractivo del presente proyecto es que la metodología requiere la implementación del plan, con la finalidad de verificar el cumplimiento de las actividades planteadas, la capacidad de respuesta de los actores involucrados y el interés que el mercado objetivo presenta ante el producto. Por ello en este apartado se presenta el producto diseñado y los resultados de un sondeo hecho en el primer pilotaje realizado con clientes.

El apartado cuatro se compone por la discusión realizada en cuanto a marco teórico, metodologías e implementación de la estrategia, finalizando con las conclusiones del trabajo en el capítulo cinco.

El desarrollo del trabajo terminal de grado permitió inferir la viabilidad para realizar turismo en las comunidades rurales, incluso con las condiciones poco favorables que cuenta en cuanto a infraestructura y servicios, pero que teniendo una canasta territorial de bienes y servicios bien definida podrá despertar el interés entre los excursionistas para hacer la visita.

La actividad turística a través de las rutas alimentarias representa para el área rural una oportunidad de desarrollo, por lo que además de tener un producto identitario, es fundamental describir su cualidad diferenciadora. Para efectos del presente trabajo y algunos de características similares, lo que diferencia a nuestro producto es el simbolismo, manifestado en los usos que se le asigna al maíz más allá de lo alimentario, además; la condición de estar en peligro de extinción permite generar un producto cargado de emotividad: aspecto importante para el turismo alternativo.

Es también importante mencionar el vínculo que se puede generar entre academia e instituciones oficiales, tal es el caso del proyecto logrado y la coordinación con la administración 2019-2021 del ayuntamiento de San Felipe del Progreso, que tiene como propósito posicionar al municipio como un destino turístico, donde además de los recursos aquí planteados cuentan con algunos otros que no se han explorado, como la presa de Tepetitlán que cuenta ya con una temporada de recepción de visitantes, la zona de Plateros, el Centro Ceremonial Mazahua, el parque ecoturístico Boca de Ranas, diversos ranchos o espacios, que con proyectos bien definidos pueden ser detonadores de desarrollo.

## REVISIÓN DE LA LITERATURA

Para el desarrollo del presente trabajo terminal de grado se retomaron diversos conceptos, definiciones y perspectivas teóricas, que dan soporte a la estrategia propuesta para comercialización y conservación del maíz palomero Toluqueño. Se inicia con la revisión de qué es la valorización y cuáles son las condiciones para que se dé; a continuación, se mencionan algunas de las estrategias y se ahonda en la de rutas alimentarias, pues se considera ideal para el contexto del producto de interés. Posteriormente, se refiere el concepto de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) y la importancia del enfoque en la activación de recursos. Por último, se analiza la situación del maíz palomero Toluqueño según las estadísticas oficiales.

### *Valorización*

Ante el inminente escenario negativo que enfrentan los productos tradicionales por no encajar en las nuevas formas de consumo, la dificultad para alcanzar los cada vez más elevados estándares de calidad, la escasa ventana de promoción, limitantes de producción, entre otros factores, surge la (re) valorización como una respuesta tentativa para su comercialización, que sirva además como estrategia para el desarrollo rural. Se considera necesario primero definir la valorización para evitar conflictos con conceptos que pueden ser similares, ejemplo de ello la diferenciación, Champredonde y Silva (2015) mencionan que la diferenciación es un proceso para generar señales que permitan al consumidor identificar las diferencias entre productos, de esta forma, se tiene la certeza de consumir productos genuinos; mientras que en la valorización se desarrollan procesos más amplios que contribuye a la atribución de valores positivos a un determinado recurso o producto, sean nutricionales, culturales, económicos o de otra índole pero que sean perceptibles sobre algún producto similar.

Como se puede notar se hizo referencia no sólo a valorizar, sino que también se puede dar una (re) valorización. Para poder diferenciar, Verducolo, Thomé da Cruz, y Schneider (2016), retoman planteamientos de María Fonte y Apostolos Papadopoulo, quienes argumentan que para discutir la valorización es necesario

reconocer, valorizar y legitimar prácticas y modos de producción, conocimientos y relaciones de proximidad espontáneamente existentes en países o regiones donde se han mantenido formas de producción o transformación de alimentos de manera pasiva, alejado de procesos intensivos que pongan en riesgo conocimientos culturales o tradicionales; como el caso de Chotejé y el maíz palomero Toluqueño.

Mientras que la (re) valorización se refiere a la reconexión o relocalización de los alimentos que se aprecian en países que han pasado por procesos intensivos de producción y procesamiento de alimentos, lo que tiene como resultado una erosión de las relaciones locales y desestructuración en la alimentación o anomia, de lo cual, Fischler ha hecho “el desarrollo teórico del juego lingüístico entre gastronomía y gastro-anomía (artículo publicado en Francia en 1979) que muestra la falta de normas en la alimentación contemporánea” (Díaz, 2005, p. 54), como resultado en gran medida por los factores antes mencionados. En este caso se puede hacer referencia a la alimentación tradicional mexicana sustentada en la milpa, que ha tenido un auge reciente ante la búsqueda de alternativas para una alimentación de calidad, como un antecedente para algunos casos de alimentación vegana.

Es importante mencionar que para que sea posible una valorización, deben interactuar un par de subjetividades; en primer lugar “la subjetividad de los actores locales, a partir del reconocimiento y apropiación del recurso local en términos de elemento que puede valorizarse. Por otro lado, la subjetividad de los actores externos, mediante el reconocimiento del recurso en términos de valor” (Champredonde y Silva, 2015, p. 11), buscando así la activación de recursos territoriales, a la que más adelante se hará referencia.

### *Estrategias de valorización*

Como ya se ha mencionado, se puede hablar de una (re) valorización o valorización según sea el caso, además de ello, la estrategia que se proponga para valorizar tendrá que ser elegida con base en el contexto del producto con el que se desea trabajar. Verduscolo *et al.* (2016), mencionan que en Brasil durante las últimas décadas se han adoptado algunas estrategias que están siendo promovidas por los organismos de financiamiento y por las políticas públicas, influenciado por las

acciones europeas, entre las que destacan: comercializar por medio de ferias, grupos de compra, cooperativas de productores, indicaciones geográficas, agroindustria de agricultura familiar. Además, Blanco y Riveros (2006) proponen las rutas alimentarias como una estrategia de valorización. Algunas de las características de las estrategias de valorización son:

#### Ferias agroalimentarias

Se denominan ferias agroalimentarias a los “eventos turísticos, comerciales y culturales que toman como eje de su organización productos agrícolas o agroindustriales con identidad territorial y reconocidos en el ámbito nacional por su calidad y tradición de consumo” (Blanco y Masís, 2010, p.36). Cabe resaltar, como lo mencionan los autores referidos, que dichos eventos tienen su antecedente en las ferias dedicadas a los patronos religiosos de las diferentes comunidades. En ellas se comercializan o exponen productos agrícolas, ganado, alimentos, artesanías o algún otro tipo de expresiones que se relacionan con la finalidad de dinamizar los mercados locales a través de la promoción de sus productos, éstas ferias se realizan de forma anual y están organizadas por alguna institución local.

Una de las ventajas que representan las ferias, es la difusión de actividades que permitan un conocimiento mayor de las señales de calidad del producto central, evitando así la competencia desleal de productos homólogos obtenidos en procesos industrializados, como es el caso de la feria del quesillo de Reyes ETLA, del que Bendaña, Espinoza, y Velarde (2015), describen como un tipo de queso de pasta hilada que se elabora de forma artesanal en pequeñas queserías artesanales en los Valles Centrales de Oaxaca, y comunmente llamado de manera errónea como queso Oaxaca, producido en regiones distintas a las de su origen, y que por obvias razones no cumple con los estándares de calidad en referencia al auténtico quesillo. Además, se tiene la ventaja de competir a través del precio establecido, propiciando así un escenario poco favorable.

Bendaña *et al.* (2015), mencionan que dicha feria se propone como una estrategia para enfrentar la invasión de homólogos en el mercado, y que su “objetivo fue rescatar y preservar esta actividad quesera artesanal tradicional, considerada una fuente de desarrollo para la comunidad” (p. 15), buscando la comercialización

directa a los consumidores que buscan productos locales, reconocen su valor simbólico y están dispuestos a pagar un precio justo.

Otros ejemplos son la feria del Mole de San Pedro Actopan, la Feria del Alfeñique en Toluca, la feria del pulque en diversas comunidades del Estado de México y algunas incipientes, como la feria del chorizo en la ciudad de Toluca. Para que dichas estrategias subsistan debe existir la figura de una institución, no sólo gubernamental para difundir o tener apoyo económico, sino también la institucionalidad fortalecida de productores; Lacroix y Cheng (2014) dicen que la institucionalidad de productores a partir de asociaciones, cooperativas o alguna otra persona jurídica, otorga visibilidad y la facilidad de tomar decisiones autónomas. Lo que permite a dichos productores decidir a quien, dónde, cuánto y cómo vender, por lo que facilita además los mecanismos de control que conduzcan al buen funcionamiento de las ferias. Por ejemplo, asegurar la calidad de los productos, evitar los intermediarios, las reglas para la participación, entre otras que garanticen no deformar la esencia de dichas actividades.

#### Grupos de compra

Durante tiempos recientes se ha dado una notable expansión de diversos grupos de compra, entre los que se cuentan mercados alternativos, tianguis orgánicos, de consumo local, tiendas especializadas o naturistas y otros. Para el presente texto se ha de englobar dichos espacios como Mercados de Productores (MP), los cuales están dirigidos hacia un segmento en específico, entre las que Escobar, Vizcarra, Thomé, y Espinoza (2016) destacan: la preocupación por el ambiente, con productos que no afecten el equilibrio de la naturaleza desde su proceso hasta el envase, al hacer lo correcto con su consumo, la calidad nutricional, la disponibilidad de productos naturales, que sean de temporada, fáciles de conseguir, que sensorialmente se perciban mejor, que tengan certificaciones o una etiqueta que respalde su proceso de producción; que con el consumo ayuden a prevenir enfermedades como el cáncer; sin importar el precio que se tenga que pagar por ellos. Podemos decir entonces que, los mercados de productores son:

*espacios de comercialización y encuentro, ubicados en zonas urbanas donde productores y transformadores de alimentos de pequeña escala, ofrecen productos diferenciados de la producción industrial mediante atributos de calidad, identidad y tradición bajo los principios del comercio justo, a consumidores urbanos comprometidos con su salud, la protección del medio ambiente y el fortalecimiento de las economías locales. (García de la Cadena, Saltijeral, y Sosa, 2017, p. 1).*

Si bien en los mercados de productores se encuentran una gran cantidad de productos agroalimentarios, no son los únicos disponibles, en algunos se da un espacio a las artesanías, ecotecnologías, productos de higiene y belleza alternativos, entre otros que se producen en pequeña escala por productores de la región, favoreciendo así la diversidad de productos ofrecidos bajo esquemas de circuitos o cadenas cortas de comercialización (CCC), de los que (Villalobos, 2015) dice que:

*Se refieren a la articulación de cadenas de productos (o servicios) locales diversos a mercados cercanos en la que los intermediarios son eliminados o representan una intermediación muy corta entre productores y consumidores. Son vistos como el acercamiento físico o virtual de los consumidores y de los productores.*

Como se puede notar, los circuitos cortos de comercialización no hacen referencia exclusivamente a las formas de comerciar en una proximidad geográfica, su esencia es más bien eliminar o reducir al mínimo la intermediación en los procesos de compra-venta de los productos, favoreciendo en algunos casos la venta por internet entre vendedor y consumidor de diferentes ciudades, estados e incluso países.

García de la Cadena *et al.*, (2017), hace un conteo de los principales mercados de productores existentes en la Ciudad de México hasta el 2016, entre los que se enlista: Mercado el 100, foro tianguis alternativo, Mercado Alternativo de Tlalpan, Tianguis Alternativo Bosque de Agua, Mercado Alternativo del Pequeño Productor y el Tianguis de Productores Chinamperos Tiankisquilitl, como los más representativos. Se tiene que entender que se contabilizan sólo aquellos que son constantes o tienen una mejor estructura en cuanto a la organización y logística

para el desarrollo de los mismos, a los cuáles se deben sumar además las tiendas especializadas y diferentes medios de comercialización.

### Cooperativas de productores

Ha sido evidente a través del tiempo las carencias y problemáticas comunes que enfrentan los productores agrícolas, desde las etapas de obtención de insumos y equipo, producción de alimentos, recolección y transformación; por lo que integrarse en una cooperativa puede ser una alternativa favorable en lo individual. Rojas (2013) define a la cooperativa como “una empresa que pertenece a las personas que usan sus servicios, quienes la controlan con métodos democráticos y cuyos riesgos, costos y beneficios se distribuyen o comparten entre todos sus miembros en proporción al uso que hacen de sus servicios” (p.121), generando así un panorama de certidumbre al productor, quién se siente respaldado ante las condiciones adversas de producción.

Una aclaración importante que hace Rojas (2013), es que las cooperativas son constituidas sin fines lucrativos, es decir, no se busca acumular utilidades. El beneficio económico que se busca es a través del uso de los servicios que se ofrecen, algunos de los que Monteza (2012) enlista son: “ahorro y crédito oportuno; asistencia técnica agro-productiva (transferencia de tecnologías de producción); insumos de producción; educación y capacitación; mercadeo de la producción; procesamiento o industrialización de la materia prima que producen los asociados y transporte”(p. 4).

A través de las citas mencionadas se puede concluir la importancia de generar una cooperativa de productores, añadiendo además que la constitución de las mismas puede derivar en la aplicación de alguna otra estrategia de valorización, tal es el caso de una feria, agroindustria, creación de un mercado de productores, participar, impulsar una ruta alimentaria o buscar una indicación geográfica, según el contexto del producto con el que se trabaje.



## Indicación geográfica

Si bien es cierto que la obtención de una indicación geográfica permite la protección de los productos con reputación local y puede convertirse en un potenciador de desarrollo, en la mayoría de ocasiones genera exclusión de los productores que no llegan a cumplir con los estándares propuestos, ampliando así las desventajas en relación con aquellos que cuentan con la solvencia económica necesaria para hacer dichas adaptaciones. En México es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), la institución que se encarga de normar y otorgar dichos reconocimientos, ya sea mediante Denominación de Origen o Indicación Geográfica. A continuación se hace referencia a las características de cada una para entender a qué se refieren:

- ✓ Denominación de Origen: se utiliza dicho nombramiento para la diferenciación de productos que deban su reputación a las características de un determinado territorio, sean éstas climáticas, en el saber hacer, la exclusividad de la materia prima, entre otros factores. Definiéndose entonces la Denominación de Origen como:

*el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra denominación conocida por hacer referencia a la citada zona, que sirva para designar un producto como originario de la misma, cuando la calidad o las características del producto se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos, y que haya dado al producto su reputación (IMPI, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, 2018)*

México actualmente posee 16 productos con denominación de origen, a los que el IMPI (2018) enlista: Tequila, Mezcal, Olinalá, Talavera, Bacanora, Ámbar de Chiapas, Café de Veracruz, Sotol, Café Chiapas, Charanda, Mango Ataúlfo del Soconusco de Chiapas, Vainilla de Papantla, Chile Habanero de la Península de Yucatán, Arroz del estado de Morelos, Cacao de Grijalba y Chile Yahuatl.

Analizar los beneficios y desventajas que ha representado para cada producto, es sin duda una tarea obligada que se debe realizar, de tal forma que permita hacer un análisis para la toma de decisiones previo a la búsqueda de dicho reconocimiento.

- ✓ Indicación Geográfica: ésta distinción, se otorga a los productos que al menos en alguna de las etapas de producción sea determinante la influencia del territorio en la calidad de las mismas. IMPI (2018), define a la Indicación Geográfica como:

*el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico*

Como se puede entender, la diferencia entre dichas propuestas se centra en la fuerza del vínculo que representa el producto y la zona donde se elabora, origen de la materia prima, forma de elaboración y otros factores, siendo más marcado para la denominación de Origen.

#### Agroindustria de agricultura familiar

Sin duda alguna, la aplicación de procesos agroindustriales representa para la agricultura familiar una alternativa para la agregación de valor en sus productos y retención del mismo en la zona de producción. En la agricultura familiar o pequeña agricultura, la entonces Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA, 2012) englobaba a todos los productores agrícolas o pecuarios, pescadores, acuicultores, que en general tienen dificultad para acceder a recursos económicos, tecnológicos y productivos, tienen un escenario adverso para su desarrollo. Dichas unidades, las clasifican como Agricultura Familiar de Subsistencia (donde se produce exclusivamente para el autoconsumo); la Familiar en Transición (las cuáles deciden su producción entre la venta y autoconsumo); y la Familiar Consolidada (quienes producen exclusivamente con fines lucrativos). Por lo que generar estrategias específicas que permitan la promoción y conocimiento de sus productos se considera crucial para la venta y permanencia de los mismos.

## Rutas alimentarias

El campo mexicano encuentra dificultades para el desarrollo, sus ventas se caracterizan por precios muy bajos a causa de las limitaciones en la distribución de sus productos y otros factores. Por lo anterior, es importante diseñar estrategias que ofrezcan un panorama diferente y favorable para la venta, entre las que destaca el turismo rural, el cual

*despliega una serie de servicios y productos generadores de ingresos adicionales o ingresos rurales no agrícolas (IRNA), por lo que se presenta como opción complementaria de la actividad agrícola, que gana competitividad cuando es la familia rural la emprendedora, trayendo de la mano valores territoriales materiales e inmateriales (Pérez, 2010, p. 508).*

Entre las diferentes alternativas que ofrece el turismo rural, Barrera y Muñoz (2003), enlistan al Agroturismo, Ecoturismo, Turismo Cultural, de Aventura, Deportivo, Técnico Científico, Educativo, de Salud, Etnico, Religioso, Esotérico, Comunidades de Recreación y Retiro, y Gastronómico, de donde se derivan las rutas, concursos, ferias, muestras y otras actividades.

Gracias a la declaratoria a la cocina mexicana como patrimonio intangible de la humanidad, por parte de la UNESCO en 2010 , se ha visto un creciente interés por realizar estrategias que permitan salvaguardar su identidad, propiciando se conserven los elementos que se consideraron importantes para dicho reconocimiento.

Conocer la cocina local se considera como un atractivo social, histórico y cultural, al hablar de gastronomía nos referimos no solo al conjunto de platillos que conforman una culinaria determinada, incluye también ingredientes, técnicas, utensilios, elementos cosmogónicos, tradiciones y estilos de vida que se definen a su alrededor, y que son atractivos para quien es ajeno a dichas comunidades, dando cabida así a las rutas alimentarias, definidas por Millán y Agudo (2010) como “un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, expresiones de la identidad cultural de la zona”(p. 92).

Dicho itinerario se diseña “en torno a un producto clave que las caracteriza y otorga su nombre, y se complementan con actividades relacionadas con los recursos específicos del territorio: comida, producción agroindustrial, entretenimientos de naturaleza y otras manifestaciones de la cultura regional” (Blanco y Riveros, 2004, p. 88). Por lo que se considera importante la oportunidad de integrar diversidad de productos y servicios en pro de estrategias de desarrollo.

De forma general, la actividad turística está ligada sólo a los restaurantes o expresiones culinarias que ofertan un producto determinado, sin embargo, se considera importante revisar el planteamiento de Barrera (2006), que en las rutas alimentarias se “valoriza los alimentos y consecuentemente el trabajo de los actores de la cadena gastronómica, comenzando por el de los agricultores. Esa valorización es una vía más para aumentar la biodiversidad y la oferta manducatoria de los pueblos” (p. 3) y por lo tanto de la seguridad alimentaria.

Sin duda alguna, las rutas alimentarias se consideran atractivas por la riqueza que presentan, Barrera (2006) menciona tres características a las que las rutas recurren para su proyección: en primera, la tradicional manera de hacer, donde se reflejan el saber hacer de una familia o región y el orgullo por las tradiciones; la segunda es el ámbito rural como un espacio tradicional que hace remontar a las tradiciones y naturaleza de lo rústico. Por último, a las diferencias de tradiciones, donde la cercanía entre el área de producción, transformación y consumo propia del medio rural y ausente en el medio urbano despiertan la sensación de deseo por conocer y experimentar, como parte de una reconexión o re descubrimiento de lo que en las ciudades es sólo parte de la nostalgia. Pero, ¿son estas características a las que se apela suficientes para atraer al turismo en áreas rurales?

### **Perfil y motivaciones del excursionista para realizar los recorridos en las rutas:**

Hasta ahora se ha discutido las rutas, el concepto, sus componentes y ventajas; sin embargo, poco se ha abordado de quienes son los interesados en realizar dichos recorridos.

Como parte inicial, se retoman algunas características de los clientes potenciales que darán pauta para definir el perfil de quien se ha de denominar

excursionista. Royo (2006) menciona que puede tratarse tanto de un hombre o mujer de entre 25 a 54 años, con formación universitaria, quienes buscan desconectar de sus actividades cotidianas, conocer nuevos lugares o descansar y relajarse. Éste excursionista “desde su residencia habitual se desplaza a realizar una visita de corta duración de un solo día o unas horas, a un destino rural-cultural, pudiendo ser la motivación cultural, rural, ambas o de otro tipo” (Royo, 2006, p. 58), sin importar la proximidad geográfica que exista entre el lugar de residencia y el destino.

Respecto a las motivaciones que le originan el deseo de realizar actividades de rutas alimentarias de corta duración, Daniel Hiernaux (2002) realiza una detallada revisión de los idearios e imaginarios turísticos que se toman en cuenta previo a la toma de decisiones. Inicia detallando el imaginario, como una noción que se forma a partir de las representaciones percibidas en una realidad exterior, en relación a una actividad, espacio, periodo o persona en algún momento dado. Añade además que estos imaginarios son un constructo social, que se forma a partir de individualidades y colectividades, lo que hace sea una construcción en constante remodelación. Por lo que se puede hablar entonces de un imaginario turístico, que es “aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico, es decir a las numerosas manifestaciones del proceso societario de viajar” (Hiernaux-Nicolas, 2002, p. 8), el cuál, se ve modificado por la constante transferencia de información a través de los medios de comunicación o la información que se recibe de quien ha visitado el destino turístico y las experiencias que se han tenido, por mencionar algunos ejemplos.

Los idearios a los que Hiernaux-Nicolas (2002) hace referencia como motivadores para el turismo son cuatro, de los que se menciona:

- ✓ La conquista de la felicidad, como una forma de buscar salir de la monotonía de la vida diaria y las desgracias [*sic*] que ello representa. Dicha felicidad se alcanza sólo si se da la movilidad que motivada por el hedonismo, el derroche y gasto sin límites; producen en el turista la sensación de haber conquistado la felicidad.

- ✓ El deseo de evasión, que tiene que ver no sólo con la disposición económica, sino también con el tiempo necesario (sean vacaciones, días feriados, entre otros), se considera como una importante ventana de escape a la ruptura de la cotidianidad del mundo moderno, incluso cuando el viaje turístico se realice de forma incompleta, efímera y pagando un precio alto por dicha actividad. Siempre y cuando viajar permita hacer frente al mal vivir que el mundo moderno somete a los individuos.
- ✓ El descubrimiento del otro: que no hace referencia exclusivamente al encuentro con territorios o situaciones exóticas, sino que se encuentra también en un territorio próximo, con la finalidad de reencontrar lo que por falta de tiempo o conocimiento se ha vuelto ajeno. Un ejemplo claro la cocina tradicional mexicana, sus ingredientes, preparaciones, usos y otros componentes que han despertado el interés por conocer entre los habitantes, investigadores o cocineros del país.
- ✓ El regreso a la naturaleza: cada vez más buscada entre las sociedades modernas, donde la industrialización, la calidad ambiental y el ajetreo constante de la vida cotidiana la posiciona como el escenario ideal para pasar sus vacaciones. Complementado esto por comer más natural, vestir despreocupado y percibir mejoras en la salud que se genera por respirar aire puro y ver paisajes fuera de lo común.

Si bien existe similitud entre los diversos idearios, cada uno tiene características específicas y la relación que exista al menos entre dos de ellos generarán un imaginario turístico, tal como menciona Hiernaux-Nicolas (2002), “la combinación diferencial de los idearios de base es lo que determina la existencia de imaginarios turísticos diferentes entre sí y, finalmente, la posibilidad de que se creen modelos turísticos óptimos para distintos grupos sociales”(p. 26). En ese sentido, Barrera (2006) refiere que:

*en el imaginario del consumidor los productos alimenticios consumidos en el mundo rural están cargados de nostalgia, de las cosas buenas que se han perdido, por eso la ruralidad es el ámbito y el continente más adecuado para implantar las rutas alimentarias (p. 3)*

Se puede inferir que para las rutas alimentarias, el descubrimiento del otro, es el principal motivo para que los visitantes tomen la decisión de adquirir los productos; aunado a esto, las rutas se desarrollan en áreas rurales, por lo que el paisaje, la forma de vida, calidad ambiental, autenticidad de la oferta entre otros factores, se deben tomar en cuenta para ofrecer un producto diferenciado por el que se esté dispuesto a pagar.

Las rutas alimentarias son una opción viable para detonar el desarrollo de una comunidad, promover los productos de agroindustria, conservar o recuperar algún producto en peligro de extinción o la difusión de elementos diferenciados. Para que dichas estrategias sean exitosas, se deben de tomar en cuenta los factores como: el papel del gobierno en el impulso y desarrollo de la ruta, la especificidad de la oferta, desarrollar atractivos que aseguren la llegada y gasto de los visitantes, la promoción de redes y fortalecimiento de relaciones entre empresas y actores locales, desarrollo de capital social, el realismo de la ruta respecto al desarrollo económico regional. Ya que deben ser consideradas dentro de una estrategia de desarrollo y no una estrategia aislada, entre otros factores. (Barrera, 2013).

Además, es importante mencionar las ventajas que representa valorizar, autores como Grass y Aguilar mencionan que la implementación de éstas estrategias, impactan de manera favorable en la calidad de vida de los habitantes de las zonas que poseen recursos con capacidad de convertirse en activos territoriales. Dichos autores mencionan que:

*La valorización de los alimentos locales mediante el enfoque SIAL, no sólo conservar el patrimonio alimenticio de los pueblos, sino también representa una alternativa para garantizarles la seguridad y soberanía alimentaria, además de ser una propuesta que permite mejorar la calidad de vida de las poblaciones rurales, y en tal sentido reducir los índices de pobreza, desempleo y migración (Grass y Aguilar, 2012, p. 56)*

Sin duda alguna, el desarrollo sea éste rural, regional, local o de cualquier índole debe estar guiado en gran parte por la gestión interna de los recursos endógenos, mediante un uso razonable y en un esquema de justicia para todos los involucrados.

### *El enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) y la activación de recursos de un territorio*

Con la finalidad de impulsar el desarrollo para las pequeñas unidades de producción del área rural, se han desarrollado diversos estudios y propuestas, entre las que se encuentra el enfoque SIAL.

Para entender la conceptualización de un SIAL, Fournier y Muchnik, (2012) hacen un recuento de diferentes corrientes de la economía industrial. Comienzan citando a Marshall, quien de los Distritos Industriales (DI) menciona que la innovación colectiva y las economías de escala tienen una ventaja comparativa y que la proximidad geográfica es indispensable para ejecutar la idea del cara a cara planteada por Marshall.

Después aparece Porter y el conjunto de empresas e industrias que aprovechan la gran concentración de proveedores y prestadores de servicios para hacerse visibles ante las oportunidades existentes, al que denominó como clúster. Una última noción previa a los SIAL son los Sistemas de Producción Localizada (SPL), que toman la territorialidad a la que Pequer refiere y que a partir de ella se pueden generar relaciones de confianza. Buscando así que haya interacciones constantes y fuertes que conduzca a la eficacia de la red planteada en el sistema, pues de ésta manera se podrán emprender acciones colectivas en búsqueda del desarrollo local.

Posterior a los SPL y las ventajas de contar con una organización a partir de redes empresariales, encuentran una opción los sectores de transformación agroalimentaria, que cuentan con un fuerte vínculo territorial que permite generar un vínculo entre alimentación y territorio, a los que se les conoce como Sistemas Agroalimentarios Localizados. Boucher y Reyes (2011) lo definen como el sistema que “integra organizaciones diversas de producción y de servicio, vinculadas por sus características y funcionamiento a un territorio específico, de tal forma que los



componentes (productos, personas, instituciones, sus relaciones, etc.) se combinan en una organización agroalimentaria bien definida y reconocida)” (p. 13).

Debido a la naturaleza de la evolución y conceptualización del SIAL, se puede percibir la orientación existente hacia el conjunto de empresas concentradas en un espacio determinado. Sin embargo, Boucher y Reyes (2013), mencionan que se puede ver un SIAL no solo como una organización de producción en zonas rurales, donde los actores, productores, territorio y saber-hacer determinan su especificidad; sino también como Enfoque SIAL, donde se destaca que hay una “nueva visión sobre el <desarrollo territorial> de la AIR”, lo cual permite convertir ciertas oportunidades (ligadas a recursos territoriales que se pueden cualificar, a nuevas formas de consumo de tipo <global>, a nuevos circuitos de distribución comercial) en realidades” (Boucher, 2014, p. 48), teniendo como eje principal el empoderamiento de los actores en la gestión de iniciativas de desarrollo a través de los recursos endógenos. Es la última acepción la que guiará el desarrollo del presente trabajo.

En torno a los SIAL se han realizado investigaciones sobre: canastas de productos y servicios territoriales, turismo rural, patrimonialización, políticas públicas y gobernanza, innovación y tecnología, entre otros (Boucher y Reyes, 2016, p. 20), con lo que se demuestra la amplia gama de oportunidades que representa utilizar el enfoque SIAL. Llama la atención de manera particular lo concerniente a la canasta de productos y servicios territoriales propuesta por Pecqueur, que Flores, (s.f.), retoma y menciona que “la hipótesis central consiste en que cuando un consumidor compra un producto de calidad territorial, descubre la especificidad de otros productos provenientes de la producción local y determina su utilización en el conjunto de productos ofertados” (p.42). En una canasta de bienes y servicios, se identifica el que se considera con mayor importancia y diferenciación local, se resaltan las características que lo hacen único y se complementa con algunos recursos de menor peso pero que de igual forma cuentan con características dadas por el territorio, es decir “los bienes rurales locales asociados al producto líder del territorio también son susceptibles de gozar dicha renta de calidad territorial” (Del Roble y Martínez, 2015, p. 218).

## La activación de recursos mediante el enfoque SIAL

Como se ha mencionado, el Enfoque SIAL tiene como finalidad que los recursos territoriales (para efectos del presente texto son los que conforman la canasta de bienes y servicios territoriales) se conviertan en valores territoriales. Champredonde y Silva (2015) mencionan que los recursos son los elementos (naturales o culturales) de un territorio que pueden ser movilizados para lograr un objetivo. De tal suerte que se conviertan en valor territorial, gracias a la calificación positiva de un producto, servicio, saber-hacer, entre otros. Para que se dé dicha calificación, se debe de contemplar la interacción de dos subjetividades: por parte de los actores locales, quienes se apropian y conservan dichos valores; y la de los actores externos, quienes otorgan la calificación positiva.

A partir del proceso de llevar un recurso a ser valor territorial, se podrá hablar entonces de una activación territorial, a la que Boucher y Reyes (2013) definen como el:

*Proceso que respalda la Gestión Territorial, mediante la articulación horizontal y vertical de actores de distintas concentraciones de Agroindustrias Rurales (AIR) y otros agentes en un territorio específico. La articulación se basa en una acción colectiva (estructural y funcional) en torno a: i) la identificación y valorización de recursos específicos territoriales, ii) un objetivo común, iii) líneas de acción estratégicas y iv) compromisos pactados entre los actores. (p. 25)*

Como se puede inferir, para que se dé la activación territorial debe haber estrategias de acción bien definidas para lograr objetivos comunes donde destaquen los recursos del territorio (que conforman la canasta territorial de bienes y servicios), dado en gran medida por la colectividad de los actores y los compromisos que de ello devengan. Una vez que se de esta activación se podrá aspirar entonces a conceptos de desarrollo basado en los recursos endógenos de la comunidad, tal como se propone con el maíz palomero.

### *Maíz palomero Toluqueño*

El presente trabajo se sustenta en uno de los productos que mayor arraigo tiene con el territorio nacional, el maíz. Hellin y Bellon, (2007) refieren que “México es el centro

del origen y diversidad del maíz. Según la evidencia arqueológica, su cultivo en Mesoamérica es de aproximadamente 6.000 años, pero los datos genéticos indican cerca de 9.000” (p. 9); incluso desde hace unos años se ha venido celebrando el 29 de septiembre como el Día Nacional del Maíz. Por consiguiente, la historia en torno al uso, simbolismo y apropiación del maíz es extensa.

Aunque el maíz es el cultivo más importante en México, “tanto desde el punto de vista alimentario, como del industrial, político y social” (Cruz, Gómez, Ortiz, Entzana, y Santillán, s. f.), se ha observado de manera preocupante la creciente importación para cubrir la demanda de países como Estados Unidos o Argentina. Para combatir dicha carencia, el gobierno mexicano ha tratado de revitalizar al campo mexicano, tarea que ha sido un tanto desvirtuada debido a la introducción de semillas mejoradas y paquetes tecnológicos, que al presentar mejores rendimientos desplazan a las variedades locales; por otro lado el incremento constante de precios, el cambio climático y la poca rentabilidad que representan los productos agrícolas, hace que los productores opten por cambiar a otros cultivos o que abandonen de manera definitiva las labores agrícolas (Hellin y Bellon, 2007). Es entonces, cuando hacer estudios con enfoques como el de SIAL, ofrecen una oportunidad de movilización y desarrollo rural.

Para tener un panorama real del maíz, se han realizado clasificaciones según su raza, término que según la Conabio (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de La Biodiversidad), (2012) “se ha utilizado en el maíz y en las plantas cultivadas para agrupar individuos o poblaciones que comparten características en común, de orden morfológico, ecológico, genético y de historia del cultivo, que permiten diferenciarlas como grupo”

En América Latina se han contabilizado 220 razas de maíz, de las cuales 64 se han descrito en México, siendo 59 las que se consideran nativas. (Conabio, 2012). Diferentes autores recurren a estudios como los realizados por Wellhausen para agrupar las distintas razas de maíz, de los que se ha de mencionar a Romero, González y Reyes (2006), quienes dividen al maíz en cinco grupos: 1) indígenas antiguas (a la que pertenece el maíz palomero toluqueño), 2) exóticas

precolombinas, 3) mestizas prehistóricas, 4) modernas incipientes, y 5) variedades no bien definidas.

Caracterizado por su pequeña mazorca, de numerosas hileras entrecruzadas, grano puntiagudo y de cierto brillo cristalino; el maíz palomero Toluqueño, “tiene aparentemente su centro de distribución en el Valle de Toluca (2,600 m), aunque se han colectado formas similares en otras regiones aisladas de la Mesa Central (Michoacán, Puebla), en altitudes que varían de 2,000 a 2,800 m” (Conabio, 2012). Se encuentra declarado en peligro de extinción, siendo incluso omitido en las estadísticas que instituciones oficiales realizan para conocer el panorama agrícola nacional, como se puede observar en el reporte elaborado por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), (2008), y que en años posteriores el escenario resultó igual de desalentador como lo menciona Rojas, (2016), pues fue hasta 2015 cuando se contabilizaron 787.7 hectáreas cosechadas mientras que para 2016 el registro se redujo a sólo 425.

En años subsecuentes la situación no presenta cambios favorables. Rojas, (2016) menciona que para el año 2015 el SIAVI (Sistema de Información Comercial Via Internet) reporta que las importaciones de maíz palomero llegaron a las 79,107 toneladas, por las que se erogó un total de \$48,469,972 USD para cubrir una demanda de casi 66, 000 toneladas. Dicha importación se realiza para cubrir el déficit nacional, donde sólo se llegan a producir 3,000 toneladas, siendo Tamaulipas el principal productor.

Como se ha mencionado el palomero Toluqueño se ha declarado en peligro de desaparecer, diversos factores son los que se consideran como la causa de ésta situación, de los más importantes son “la baja productividad y los caracteres indeseables que manifiesta en la nixtamalización” (Gámez, De la O, Santacruz, y López, 2014, pág. 1529), o el precio bajo que se paga en comercio directo como lo comenta la señora Manuela, informante clave para el desarrollo del trabajo, “aquí como todos tienen maíz llegan a pagar a 3.50 o 4 pesos el cuartillo (que equivale aproximadamente a 1.5 kg), por eso mejor lo usamos para nuestras palomas o darle de comer a los animales”.

Ante la situación de la poca rentabilidad que el palomero representa, se considera importante proponer estrategias diversas de comercialización, que permitan, como mencionan Gámez *et, al.* (2014) “llevarse a cabo de manera controlada a través de la conservación in situ, para evitar la pérdida o poner en riesgo la identidad nacional de materiales genéticos correspondientes a diversos ecosistemas del ámbito” (p. 1529). Es el objetivo del presente trabajo formular esas estrategias de valorización, donde los usos que se le confieren al maíz, los simbolismos y señales de diferenciación son los que guiarán la propuesta.

## JUSTIFICACIÓN

Si bien el origen del maíz se ubica en México, durante los últimos años, prácticas desleales, las pocas oportunidades de inversión en el campo, dependencia de la estacionalidad para cultivar los alimentos, entre otras causas; han originado que el maíz palomero se aleje cada vez más de su zona de producción original, siendo desplazado por Estados Unidos en la producción y venta de dicho grano que ha ganado popularidad y se ha posicionado como una de las botanas predilectas dentro de los cines, shows y actividades de ocio en general.

La producción de maíz palomero en territorio nacional está cada vez más desarraigada entre las comunidades con las condiciones ideales para su producción, y aunque se ha hecho mención de las dificultades que los productores encuentran, un factor fundamental que agrava la situación del campo mexicano, es el nulo acceso a canales de comercialización que los precios poco atractivos para continuar con la producción.

Los productores mencionan que “Aquí el maíz amarillo (que se ha mezclado con el palomero) lo producimos muy poco, es que nadie lo compra porque todos lo tienen, a veces se tira o preferimos dárselo a los animales, porque es el que más pone gordos a los animales y los llena mejor. No todos saben que se usa para hacer palomitas. Además, cuando lo compran lo pagan como a \$4.50 por cuartillo, entonces preferimos ya no sembrarlo” comenta doña Manuela, habitante de Chotejé e informante clave en el desarrollo del trabajo. Situación por la que se percató que antes de buscar incrementar la producción total del maíz palomero Toluqueño (semilla que aún existe en la comunidad), es necesario buscar clientes potenciales, diseñar estrategias que permitan su difusión y definir signos de diferenciación que motiven al cliente a preferir éste tipo de maíz sobre los comerciales.

## OBJETIVOS

### *Objetivo general*

Proponer una estrategia de valorización y consumo para el maíz palomero toluqueño de la zona Mazahua de Chotejé, San Felipe del Progreso, Estado de México.

### *Objetivos específicos*

- Identificar a los habitantes de la comunidad de Chotejé ligados a la producción de maíz palomero toluqueño.
- Documentar el valor simbólico e identitarios que se le asigna al maíz palomero toluqueño, entre los habitantes de Chotejé.
- Realizar un diagnóstico de la comunidad a partir de los recursos específicos del territorio.
- Generar estrategias de valorización que encaminen al consumo y conservación del maíz palomero toluqueño.

## ACERCAMIENTO METODOLÓGICO

Para el presente trabajo, la metodología participativa fue la que mejor se adaptó para recabar los datos y la generación de la propuesta final. Dicho método se dividió en dos etapas. La primera es referente a la conformación de la canasta territorial de bienes y servicios, propuesta por Pequer (2001) que permitió conocer el contexto de la comunidad en cuanto a los recursos capaces de convertirse en activos territoriales. Para la segunda etapa, se retomó la guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio, propuesta por Blanco y Riveros (2006), con la que se definieron las etapas que conforman a la experiencia gastro-cultural propuesta.

Se entiende por canasta territorial de bienes y servicios, propuesta por Pequer (2001), como un grupo de productos específicos vinculados entre sí, cuya especificidad es el resultado de una producción local. Para el caso del maíz palomero Toluqueño es la identificación de la forma de producción, el proceso de reventado y el uso que se le da.

Sin embargo, dicho recurso por sí solo no sería suficiente para diseñar una ruta alimentaria, por lo que se recurre a elementos gastronómicos y culturales locales ligados al maíz, además de las actividades culturales que se realizan en la comunidad.

Para dar forma a un producto turístico, se debe contemplar los servicios, infraestructura y recursos, que, en conjunto serán el atractivo para que los visitantes tomen la decisión de comprar o recomendar el producto que se ha ofertado. Para el caso de la presente propuesta, por ser un caso de turismo rural, se ha de tomar especial atención en los recursos, ya que de éstos depende la especificidad del producto y el atractivo principal para los excursionistas. Cabe resaltar que además de los recursos naturales y culturales, Bigné, Font y Andreu (2010), proponen sumar los eventos, actividades que se pueden realizar y los residentes como tipos de recursos que dan forma al producto.

Generar la propuesta de la canasta territorial de bienes y servicios puede facilitar el acceso a los mercados, aprovechando la “diversificación de la oferta de un territorio particular. Así es como cada producto aprovecha el renombre de los



otros productos que componen la canasta y genera a su vez externalidades positivas para los recursos complementarios” (Boucher y Reyes, 2011). Aprovechando así el potencial turístico, gastronómico o cultural, según sea el caso de cada territorio, del cual, ha de nacer la activación de recursos.

Como estrategia para la activación en el caso del maíz palomero toluqueño de Chotejé, se ha decidido por la tipología de rutas turísticas, siguiendo la guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio, que a continuación se presenta:

**Cuadro 1. Guía para la elaboración de plan de desarrollo turístico de un territorio**

- |   |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Identificación y establecimiento de mecanismos de concentración con actores principales (gobiernos locales, empresas rurales, cámaras de comercio, instituciones de apoyo y otros.</li><li>2. Conformación de un grupo de trabajo que lidere y se apropie del proyecto.</li><li>3. Identificación de recursos turísticos de la zona: naturales y artificiales.</li><li>4. Análisis de la oferta y demanda de servicios turísticos: perfil del turista, oferta de productos turísticos locales y servicios de apoyo.</li><li>5. Análisis institucional del sector turismo: reglamentación legal, funciones de las instituciones, gremios empresariales.</li><li>6. Diseño de productos turísticos.</li><li>7. Construcción del plan de desarrollo: priorización de rutas, selección de segmentos de mercado, eslabonamiento con otros destinos, formación de recursos locales. Diseño de código de ética, estimativos de inversiones (públicas y privadas).</li><li>8. Diseño de estrategia de promoción, difusión y comercialización de la oferta desarrollada.</li><li>9. Diseño de un sistema de monitoreo y evaluación del impacto (social, económico y ecológico).</li><li>10. Validación de la estrategia en taller participativo.</li><li>11. Elaboración de proyectos específicos (perfiles).</li><li>12. Definición y aplicación de una estrategia de financiamiento.</li><li>13. Implementación del plan.</li></ol> |
|---|

**Fuente:** Blanco y Riveros (2006)

En primera instancia, se definieron algunas estrategias de valorización, entre las que se destacó: diseñar productos alimentarios con maíz palomero, para venta en cafeterías y tiendas escolares; implementar una feria regional donde se tuvieran talleres de reventado tradicional, elaboración de alimentos tradicionales y novedosos con palomitas (atole de palomitas, galletas, salsas, aderezos, entre otros); transformación en harina de palomitas para el uso en repostería; obtención de una indicación geográfica; y el diseño de una ruta turística. Todas las estrategias se presentaron ante el grupo con el que trabajó, y por decisión consensuada se optó por la ruta turística, ya que las cantidades de producción, conjunto de productos (canasta territorial de bienes y servicios), generación de redes para comercialización y otros factores encontraron en dicha estrategia las condiciones ideales para la valorización del maíz palomero Toluqueño.

A través de distintas etapas del proyecto se hará mención de la participación que ha tenido el grupo de la comunidad en la toma de decisiones, pues como Boucher y Riveros (2017) mencionan, la “inclusión es parte intrínseca de la autonomía ciudadana, del empoderamiento, de la valorización, de la diversidad del patrimonio cultural, de la dinamización económica de los territorios, de la democracia y la justicia social bajo nuevas lógicas de vinculación e integración” (p.42). Es solo a través de la participación de los agentes endógenos cuando se podrá encaminar hacia el desarrollo.

## RESULTADOS

### *Diagnóstico territorial*

Conocer la situación de una zona en donde se pretende realizar un proyecto es de vital importancia, de ello dependerán los objetivos que se han de definir y su viabilidad, por ello se considera fundamental hacer un diagnóstico territorial. Boucher y Reyes (2013) lo definen como “una síntesis de la condición del territorio, las AIR, los actores y sus articulaciones (o relaciones) y el contexto que los afecta, los saber-hacer. Esto abarca factores endógenos y exógenos desde el punto de vista del territorio” (p. 46).

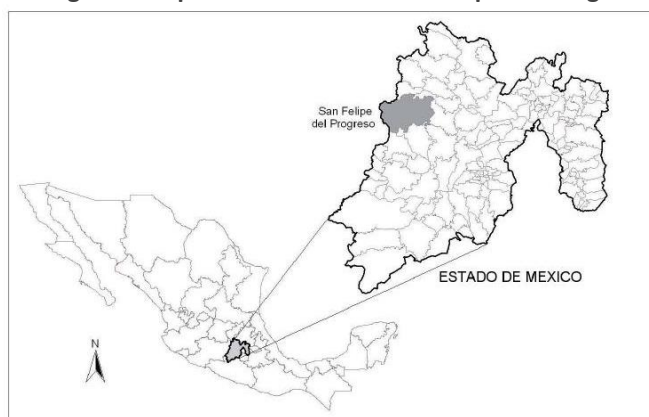
El diagnóstico que a continuación se presenta incluye información general del municipio de San Felipe del Progreso, en referencia a la comunidad de Chotejé, dada la limitada disponibilidad de información presente en bases de datos oficiales, referencias bibliográficas. La información en la que se sustenta el trabajo proviene de organismos oficiales como INEGI, CONAPO y el Plan Municipal de Desarrollo 2016-2018, la cual se complementa con información obtenida en el trabajo de campo desarrollado en la comunidad a partir de octubre de 2017.

### Zona de estudio

#### San Felipe del Progreso

El municipio de San Felipe del Progreso integrado por la Cabecera Municipal, cien delegaciones y 29 subdelegaciones” (H. Ayuntamiento de San Felipe del Progreso, 2016), se ubica al occidente del Estado de México, se localiza a 19° 42'21'' Latitud Norte y 99°57'02''. Tiene un total de 361 km<sup>2</sup>, limita al Norte con El Oro y Jocotitlán, al sur con Villa Victoria, al este con Ixtlahuaca y al Oeste con Michoacán (Gobierno del Estado de México, 1973). Tiene una importante presencia de la etnia Mazahua, caracterizada por llamativos vestidos, maíces de colores y un enorme respeto por la tradición alimentaria.

**Imagen 1. Mapa de ubicación de San Felipe del Progreso**



**Fuente:** CNDI (2006)

### **Características geográficas, físicas y ecológicas del territorio.**

La presente sección es el resultado de una revisión de fuentes como CNDI, (2006) y H. Ayuntamiento de San Felipe del Progreso, (2016), y que permiten tener un panorama de las condiciones geográficas del territorio. Se inicia haciendo mención de que predomina el clima templado con una temperatura promedio de entre 12 y 18°C. durante los meses de julio, agosto y septiembre. Las lluvias son abundantes y la precipitación se establece en 842.2 mm al año. Durante diciembre y enero se registran fuertes heladas que en ocasiones se extienden a febrero y marzo. En la región se encuentran diversos lomeríos, sierras y llanuras. Por ejemplo, los cerros de San Pablo Tlalchichilpa, el Fandango, el Cedral, el Molcajete de la Ciénega y Jaltepec. Así como las Sierras de Jaltepec y La Ciénega. El municipio se beneficia de la cuenca Río Lerma – Toluca, la corriente principal es el Río San José, mismo que atraviesa el Municipio de San José del Rincón, y que con el Río La Peña, desembocan en la Presa Tepetitlán, cuyo destino es el riego de tierras de San Felipe del Progreso, Ixtlahuaca, Jocotitlán y Atlacomulco. Para el consumo humano se cuentan con plantas potabilizadoras en Estutempan y San Miguel la Labor.

Es común observar la jara, escobilla y zacatón; en los bosques se contemplan oyamel, cedro, pino, encino y ocote, especies que se utilizan como leña para cocinar. Se cultivan manzanas, peras y nopales. Dentro de las milpas los quelites, hierbas comestibles como los quintoniles, chivatitos, cenizos, corazones, entre otros. Sin olvidar el enorme conocimiento de las plantas medicinales y usos que se

asignan a especies como árnica, yerba del burro, té de perro, epazote de perro, ruda, por mencionar solo algunas. En cuanto a la fauna lo más importante es el venado (en especial venado cola blanca), que aún se ha podido observar en espacios como el Centro Ceremonial Mazahua, y las especies domesticadas como caballos, burros, cerdos, gallinas, vacas y borregos. Se cuenta también con diversas especies de pájaros como los gorriones, golondrinas, chupamirtos, pájaras viejas y tzentzontles.

Los lomeríos, vallecitos y laderas, hacen del municipio un territorio de pastizales. En su mayoría la extensión municipal es de agricultura de temporal (40,976 hectáreas), siendo una mínima parte destinada para el regadío. Existen 32 hectáreas. de uso pecuario intensivo y 8,209 de uso pecuario extensivo. Se contempla un total de 203 has. de área urbanizada y 1,182 hectáreas de territorio erosionado.

### **Antecedentes históricos**

De acuerdo con información de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los pueblos Indígenas (CNDI), los primeros habitantes que se asentaron en el territorio de San Felipe fueron de origen Mazahua, estableciéndose en el siglo XIII, sin escapar a las diferentes etapas históricas que aquejaron al país, pues en el año de 1379 el pueblo fue sometido por la Triple Alianza para quedar bajo las órdenes de los mexicas, y para 1521 con la conquista el pueblo quedó bajo el dominio de los españoles.

Imagen 2. Portada del libramiento a la entrada del municipio



Fuente: Obtención propia durante trabajo de campo.

Es derivado de éstas diferentes etapas que el pueblo de San Felipe se haya conocido con diferentes nombres, como son: San Felipe Ixtlahuaca, San Felipe el Grande y San Felipe del Obraje. Es el 13 de octubre de 1877 cuando deja de reconocerse como pueblo elevando su categoría a villa bajo el nombre de San Felipe del Progreso con el que actualmente se le conoce. (CNDI, 2006).

Imagen 3. Escudo del municipio de San Felipe del Progreso



Fuente: Gobierno del Estado de México, (1973).

El escudo del municipio lo conforman tres elementos importantes. En la parte superior destaca una mano que sostiene un huso (una pieza de madera o hierro de forma cilíndrica que se usa para retorcer o devanar el hilo durante el hilado a mano, actividad fundamental en el desarrollo de la comunidad y que incluso hace alusión al nombre de San Felipe del Obraje), del que se desprende un pedazo de tela adornada. En la parte central, debajo de una bandera de tres franjas aparece la imagen de Miguel Hidalgo, quien pasó por el municipio proclamando la Independencia de México. Ambos elementos se encierran por un *Tépetl*, un glifo que hace alusión a una montaña (INAFED, s, f.)

### **Características socioeconómicas**

Con datos obtenidos de la encuesta intercensal 2015 realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), se reporta en el Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social (2017), que el municipio cuenta con un total de 113,143 habitantes, de los cuales 70,310 son mujeres y 63,833 son hombres,

que ocupan las 28 552 viviendas particulares que se registran, 6% encabezadas por jefas de familia. El municipio está clasificado con alto grado de rezago social y como una zona de atención prioritaria rural.

En lo que refiere a temas de educación, el grado promedio de escolaridad en habitantes de 15 o más años fue de 6.1 años, mucho menor al promedio del Estado que es de 9.1 años, siendo notorio el rezago educativo que el municipio en general presenta, pero que se va acrecentando hacía las comunidades del interior (INEGI, 2010).

En lo referente a disposición de instituciones educativas en el Plan de Desarrollo Municipal (2016) se contempla un total de 317 escuelas de todos los niveles. De las cuales, el 87% pertenecen a la educación básica, sólo el 4.7% son instituciones de nivel medio superior y apenas un 1% de instituciones de nivel superior. Destacan además diferentes instituciones que se especializan en la capacitación para el trabajo como son las Escuelas de Artes y Oficios (EDAyO), dependientes de los Institutos de Capacitación y Adiestramiento para el Trabajo Industrial (ICATI).

El nulo acceso a la educación hace que la economía de las comunidades Mazahuas esté basada en la agricultura, al respecto Ramírez (2009) menciona que “los pueblos indígenas aportan a las actividades agrícolas el 70% de su población ocupada” (p. 41), el 30% restante migran o se dedican a actividades del sector secundario o terciario en la comunidad o cabecera del municipio.

En lo que respecta al tema de la migración, a través del trabajo de campo se ha visto que dicha movilidad se realiza principalmente por hombres a zonas cercanas como la Ciudad de México o Toluca, esto se debe a la cercanía con el municipio y la facilidad de regresar para las fiestas patronales, las cuales son de suma importancia entre los Mazahuas, la época de cosechas o cumplir con algún trabajo eventual como es el formar parte de grupos musicales.

### **Asentamiento Mazahua**

Cinco son los pueblos originarios que habitan el Estado de México; Mazahua, Otomí, Nahua, Matlazinca y Tlahuica. Los primeros tres son los que en importancia

demográfica dominan sobre el pueblo Matlazinca y Tlahuica, que desafortunadamente se encuentra en grave riesgo de desaparecer (Lizcano, 2017).

En tierras mexiquenses se cuenta con 13 municipios que registran habitantes de la etnia Mazahua, que sufren de carencias de infraestructura para el desarrollo, entre los que se enlistan: Almoloya de Juárez, Atlacomulco, Donato Guerra, El Oro, Ixtapan del Oro, Ixtlahuaca, Jocotitlán, San José del Rincón, Temascalcingo, Valle de Bravo, Villa de Allende, Villa Victoria y San Felipe del Progreso, éste último registra un total de 117 287 (Ramírez, 2009), como Lizcano, (2017) lo refiere lo convierte en “el único municipio del estado con presencia indígena mayoritaria” (p. 96), siendo así el responsable de conservar las tradiciones y costumbres distintivas de la etnia.

CNDI, (2006) menciona que la palabra Mazahua es referida por algunos autores como “gente de venado” en alusión a uno de los representantes de la fauna regional, y que según testigos se ha podido visualizar algunas especies en el centro ceremonial Mazahua. A continuación, se presentan los rasgos culturales, que de forma general caracterizan a dicho pueblo.

### ***Vestimenta***

En primer lugar, se debe abordar el tema de la vestimenta, símbolo de identidad Mazahua y que llaman la atención conforme se va adentrando en los municipios con presencia de la etnia, cautivan el colorido y detallados bordados fruto de la herencia cultural que se ha conservado (Ramírez, 2009) menciona:

*La ropa nativa opera como uno de los signos diacríticos de la identidad cultural en el sentido de que la ropa viste al cuerpo, pero a la vez refleja lo que la sociedad piensa de él, y agrega que además a indumentaria femenina hace de cada mujer india la portadora del código secreto de su cultura (p.31)*

Y es que son justamente las mujeres Mazahua quienes aún conservan con orgullo la indumentaria típica, que consta de un fondo (falda de manta blanca que se remata con bordados florales) sobre la que se usa una falda tableada de satín de colores fuertes, verde, rosa, blanco, azul, naranja o de alguna otra tonalidad



intensa; el atuendo lo complementa la blusa que en la mayoría de los casos es acorde al tono de la falda. Ambas piezas se unen por una faja de lana hecha a mano que da varias vueltas a la cintura. Para ocasiones especiales, el vestido se adorna aún más con collares de cuentas de papelillo o de numerosos hilos, cuyos colores contrastan con el del vestido (CEDIPIEM, 2018).

Gracias a los recorridos en campo se pudo observar que la vestimenta Mazahua se utiliza en su mayoría por mujeres adultas, en el caso de los hombres es común ver pantalones de mezclilla, camisas y playeras de algodón que reemplazan a la vestimenta tradicional (pantalón, camisa de manta y huaraches), se cree que es debido a la migración. Se considera importante mencionar la labor de las escuelas de educación bilingüe (español y Mazahua) en la conservación de la cultura, pues se solicita que las niñas asistan con vestimenta tradicional dos veces por semana.

Imagen 4. Mujeres Mazahua portando la vestimenta tradicional



Fuente: obtención propia durante trabajo de campo

Para conservar las expresiones culturales la tradición oral es fundamental. En el municipio de San Felipe aún se habla la lengua Mazahua a la que también se denomina *jñatio* y que pertenece al grupo lingüístico Oto-pame, el cual deriva de la familia del oto-mangué, considerada como la familia lingüística más grande y diversificada del país, cuyas variantes se hablan desde San Luis Potosí hasta Oaxaca (INALI, 2009). Fue notorio en el trabajo de campo el bilingüismo de los habitantes de la comunidad, específicamente en gente adulta. En algunas sesiones

las mujeres asistentes a las reuniones de trabajo platicaban entre ellas en Mazahua de los temas referentes a las tomas de decisiones o en sentido de broma hacia los visitantes de la comunidad. Por su parte los hombres en su mayoría se expresan en español, pero no desconocen el Mazahua.

### ***Artesanía Mazahua***

El colorido notable y distintivo del pueblo Mazahua se plasma también en las artesanías, diseños que comunican la riqueza cultural y en determinado momento se convierten en fuente de recursos económicos por lo atractivo de las piezas que se generan. Es común ver en la plaza de la cabecera municipal las cobijas, fajas, tapetes, morrales, manteles, quexquémiltl, gabanes o chalecos de lana que se ofertan a quienes visitan el municipio.

Imagen 5. La señora Manuela portando un quexquémiltl de lana bordado por ella



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo

El bordado es también una de las técnicas empleadas por los artesanos Mazahuas, quienes con el afán de aprovechar el tiempo (mientras se pastorean a los animales o la comida está a fuego), realizan para dar forma a las servilletas que visten de gala las mesas durante la comida, las blusas que se han de lucir en las fiestas con el fondo característico de la etnia.

Imagen 6. Mujer Mazahua bordando durante las reuniones de grupo



Fuente: obtención propia durante trabajo de campo

Morales, (2000) analiza el origen de los elementos distintivos del pueblo Mazahua. Refiere que se caracterizan por ser un pueblo agrícola, cuya religión es comúnmente lunar, terrestre con atención hacia los fenómenos naturales que se relacionan con los ciclos agrícolas; a diferencia de los pueblos cazadores, que son solares, astrales y dan poca importancia a la tierra, es entonces por dichas evocaciones que en los pueblos depredadores se utilizan animales de esa naturaleza como símbolos, mientras que los pueblos sedentarios (recolectores o pescadores) se emplean como símbolos animales herbívoros o no depredadores. En las diferentes visitas a la comunidad se han podido ver ejemplos de dichos elementos planteados por el autor mencionado.

Imagen 7. Servilleta bordada a mano con diseños Mazahua



Fuente: obtención propia durante trabajo de campo

### ***Usos y costumbres***

De forma general las comunidades indígenas se rigen por la organización religiosa o política, fungiendo como representantes los fiscales y mayordomos en el caso de la gestión religiosa, quienes se encargan de organizar y sufragar las festividades religiosas, mientras que en la gestión política los delegados son quienes se encargan de mantener el orden, ejecutan los programas que se aplican en la comunidad y vigilan el cumplimiento de los mismos (Ramírez, 2009). Ambos cargos se obtienen mediante elección consensuada, por lo que es fundamental tener solvencia moral, participación constante en las actividades de la comunidad y radicar en la comunidad. En Chotejé el cargo de fiscal se asume por cuatro años mientras el cargo de delegado tiene vigencia de tres.

Otra característica importante la constituye “la faena”, es una forma de organización social para realizar trabajos de beneficio comunitario, que se ve fortalecida por el enorme sentido de empatía que se percibe al entrar en contacto con la comunidad; pues se reconocen como gente de trabajo, preocupada por los demás, saben que, si le va bien a uno, les puede ir bien a todos; es lo que expresa la gente cuando se tiene contacto con sus diversas comunidades. En el caso particular de la comunidad en estudio, se conoce que a partir de la colectividad se han podido obtener recursos de programas sociales que buscan garantizar la seguridad alimentaria para la construcción de una presa de captación de agua pluvial y un micro túnel, que gracias al trabajo de cuatro personas de distintas familias ha traído mejoras en el acceso a alimentos y productos para su comercialización.

### ***Fiestas Mazahua***

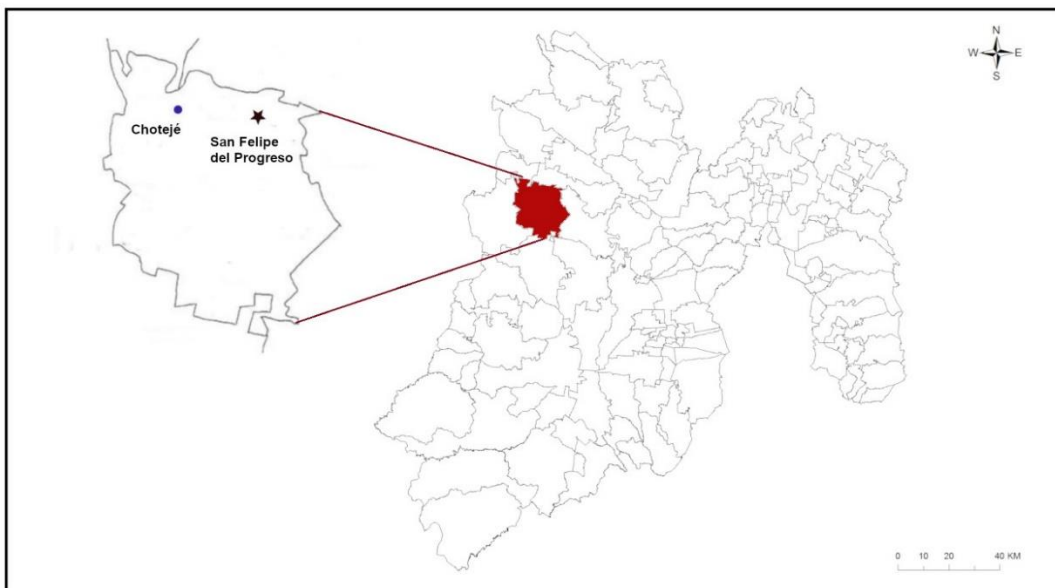
La cultura Mazahua tiene varias festividades que manifiestan sus tradiciones y costumbres, donde se conjugan las creencias ancestrales con las prácticas de la religión católica, fe que la mayor parte de la población Mazahua profesa. De las fiestas más importantes destacan el ritual del fuego nuevo, que se realiza cada 19 de marzo; y el culto del agua celebrado el 15 y 16 de agosto. Ambos con fines de agradecimiento a la naturaleza y de plegaria por buenas cosechas. Además de las celebradas casi de forma general en el resto de la entidad y país, como son día de

mueritos o el día en honor a la virgen de Guadalupe, a las que se agregan las fiestas patronales que cada región determine según el calendario religioso por el que se ve regido el común de la población.

### Chotejé, la comunidad del maíz palomero

La comunidad de Chotejé se localiza al Noreste del municipio de San Felipe del Progreso, cuyo origen está ligado al otomí que significa Agua en el bosque. Es en la actualidad una variante de la palabra Chotege (Gobierno del Estado de México, 1973, pág. 16). Colinda con municipios como San José del Rincón y el Oro.

Imagen 8. Mapa de ubicación de Chotejé



Fuente: elaboró Darinel Sandoval.

Para llegar a Chotejé desde la ciudad de Toluca, se recorren 73 km, en un tiempo aproximado de 1 hora y 20 minutos, pasando por la caseta “el Dorado” hasta llegar a Ixtlahuaca centro, para después incorporarse a la carretera Ixtlahuaca-San Felipe del Progreso. El acceso a la comunidad es por una vía única, la cual está pavimentada y en condiciones aceptables para el desplazamiento. Dicha vialidad se toma en el entronque de la carretera Ixtlahuaca - San Felipe del Progreso. Si bien es constante la señal de telefonía móvil, el servicio de internet es casi nulo, se

cuenta con la renta de internet en casa de la señora Manuela, donde se pagan 7 pesos por el acceso a la red por espacio de 1 hora.

Imagen 9. Señalización hacia la comunidad



Fuente: obtención propia durante trabajo de campo

Según el Plan Municipal de Desarrollo con datos de INEGI, la comunidad tiene una población total de 1,454 habitantes, de los cuales 683 son hombres y 771 mujeres, quienes habitan las 310 viviendas que se contabilizan en la comunidad. La mayor parte de la población es conformada por menores de edad, (58%), el 36% lo conforman adultos y sólo un 6% personas de 60 o más años de edad. En la comunidad existe aún un fuerte predominio de población indígena, siendo la etnia Mazahua la que predomina con un 85.9% de la población, no obstante sólo el 40.96% habla una lengua (H. Ayuntamiento de San Felipe del Progreso, 2016).

Gracias a los recorridos en campo se han podido conocer las instituciones educativas que se encuentran en la comunidad, entre las que se encuentran el colegio José Ma. Morelos y Pavón, una escuela de preescolar que imparte educación básica (preescolar indígena), el colegio Prof. Carlos Hank González, una escuela de primaria que imparte educación básica (primaria general) y el Colegio OFTV NO 0414 "Justo Sierra", una escuela secundaria que imparte educación básica (telesecundaria). Los habitantes de la comunidad refieren que, si desean realizar estudios de nivel medio superior y superior, la opción más cercana es acudir a San Felipe del Progreso, donde se encuentra la Universidad Intercultural y algunos bachilleratos.

De acuerdo con el IGECEM (2015), en la comunidad hay 130 analfabetas de 15 y más años y 27 jóvenes entre 6 y 14 años no asisten a la escuela. De la población mayor de 15 años, 132 no tienen ninguna escolaridad, 332 tienen una escolaridad incompleta, 55 escolaridad básica y 11 cuentan con una educación post-básica. El promedio de escolaridad entre la población es de 4 años.

En general, Chotejé cuenta con servicios limitados. En lo referente a salud hay una clínica que se encuentra atrás de la iglesia y atiende de lunes a viernes en un horario de 7:00 a 15:00 horas, atendiendo sólo consultas externas. En caso de una situación mayor los habitantes necesitan desplazarse a la cabecera municipal.

Se pueden ver algunos elementos de seguridad estatal patrullando calles de la localidad, aunque a decir de los vecinos el ambiente aún se percibe seguro, debido a que se conocen cada uno de los habitantes de Chotejé, el único problema que se percibe es el robo de ganado que de forma esporádica se ha dado, pero que no pone en riesgo a los visitantes o gente externa a la comunidad.

Por la forma de vida de la comunidad, la generación de basura es un tema que no preocupa, cada semana se tiene el servicio de recolección para evitar que los desechos sean quemados o arrojados a los diversos ductos de agua. En temas de protección civil, en general el municipio no cuenta con servicios de emergencias médicas ni bomberos, en caso de alguna contingencia se solicita apoyo a las unidades de Atlacomulco.

### **El maíz palomero en la cultura Mazahua de Chotejé**

Se dice que la forma de actuar de la sociedad es el resultado de la historia y las prácticas que con el paso del tiempo se han transmitido de generación en generación, convirtiéndose así en actos normales y que a la vista de todos es lo correcto e innegociable si se pertenece a un grupo de cualquier índole. Para la etnia Mazahua, el trabajo de la milpa y los productos que de ella se originan, ha constituido su forma de concebir la vida, mediante apropiación, uso y reproducción de acciones que conforman la riqueza de su patrimonio biocultural.

El maíz, como elemento fundamental de la milpa, es un objeto de estudio interesante; las razas, los procesos de producción, el uso y significados que se le asignan hacen que se conviertan en específicos de la comunidad, y que a pesar de

que en comunidades aledañas o en diferentes puntos del país posean productos similares, se conviertan en productos o proceso diferenciados.

En la comunidad de Chotejé, de notable presencia Mazahua se acostumbra cultivar cinco variedades específicas de maíz: el blanco, pinto, rosa y azul, que han de nixtamalizarse para transformarse en tortillas, servir como espesante para atoles o dar forma a los tamales para el desayuno; y además el maíz amarillo, que aparte de los usos antes mencionados, alberga entre sus espacios de cultivo al palomero toluqueño, de forma pequeña, con granos transparentes y terminación en pico, con gran contenido de grasa y muy poco de almidones, lo que permite que al entrar en contacto con altas temperaturas el grano se reviente, dando forma a las palomitas de maíz.

Imagen 10. Maíz blanco, rosa, pinto, negro y amarillo (palomero Toluqueño)



**Fuente:** Obtención propia durante trabajo de campo.

La importancia del maíz inicia en el proceso de producción, pues refieren habitantes de la comunidad que el maíz que se produce en la comunidad se obtiene a partir de la semilla “criolla”, que ha permanecido con el paso del tiempo negándole la entrada a semillas híbridas o con alteraciones, lo que ha permitido que persistan las variedades mencionadas con las características que a cada una de ella definen.

Cada marzo (posterior al inicio de la primavera) comienzan los trabajos de arado y preparación de la tierra, dirigidas las labores en la mayoría de los casos por los esposos o hijos varones que han vuelto a casa de la Ciudad de México, Toluca u otros estados, donde trabajan en ramo de la construcción, como cargadores en



las centrales de abasto y en menor número como obreros en las fábricas. Preparar la tierra es fundamental, si no tiene la humedad necesaria, no es lo suficientemente blanda o no se trabajó de manera adecuada la semilla, no germinará.

El valor que representa el trabajo del maíz en la milpa es el pretexto ideal para que las familias se reúnan de nuevo, tomando el cauce normal en las actividades que cada uno tiene asignadas. Una vez que las milpas han sido sembradas, el jefe de familia regresa a las ciudades donde ha migrado para retomar sus actividades laborales, quedando las milpas bajo el resguardo de las mujeres, quienes se encargan de coordinar las actividades de limpieza y mantenimiento acompañadas por sus hijos.

El trabajo de la milpa es constante a lo largo del ciclo agrícola, pero es hasta el mes de septiembre cuando se inicia la cosecha de los elotes, que, si bien no es el producto final, si es un indicador de cómo resultará la cosecha de maíz, pilar fundamental de la alimentación a través de su transformación con la nixtamalización. Es justo en éste momento dónde la importancia del maíz se vuelve interesante, pues los campesinos de México y especialmente los habitantes de Chotejé acostumbran festejar a San Miguel Arcángel cada 29 de septiembre según el calendario religioso, dando inicio el principio de las cosechas, o por lo menos la cosecha de elotes. Por ello la campaña Sin Maíz no hay País propuso en el 2009, al 29 de septiembre para celebrar como el día nacional del maíz.

La fiesta del santo patrono de la comunidad inicia desde una semana antes, pues en la comunidad se ha utilizado desde tiempos ancestrales palomitas de maíz en forma de collares como el adorno principal en los templos religiosos. Por lo que un grupo de mujeres, lideradas por el mayordomo en turno o como voluntarias, revientan las palomitas. El maíz (que se obtiene de la cosecha del año anterior) se coloca dentro de una olla de barro, que al calor de la leña se ha puesto a calentar previamente arena blanca de la comunidad. La arena se recolecta con 15 días de anticipación se coloca al sol para retirar la humedad y sea un buen difusor de temperatura para lograr el reventado adecuado del maíz.

**Imagen 11. Arena blanca de la comunidad**



**Fuente:** Obtención propia durante trabajo de campo.

**Imagen 12. Mujer agregando maíz palomero a la olla con arena blanca**



**Fuente:** Obtención propia durante trabajo de campo.

**Imagen 10. Selección de palomitas reventadas**



**Fuente:** Obtención propia durante trabajo de campo.

Una vez que se han reventado las palomitas de maíz, se selecciona, separando la arena, las palomitas de reventadas y los granos de maíz que han quedado sin reventar. El maíz que no ha reventado no se desperdicia, se tritura en el metate para obtener un tipo de pinole. Si bien las palomitas seleccionadas se pueden consumir, su uso es ornamental; se pasan a través de un hilo para formar los collares que han de decorar las imágenes religiosas y el templo de la comunidad. Es interesante observar la delicada labor realizada por las mujeres Mazahua, quienes cuidan que cada pieza permanezca íntegra para tener un adorno bien definido y agradable a la vista.

La tradición de las culturas precolombinas de formar collares, fue documentada por Fray Bernardino de Sahagún, quien menciona se acostumbraba decorar con collares y diademas de palomitas de maíz a las imágenes de madera o

roca que representaban a Opochtli, Tláloc y sus ayudantes tlaloques (Romero, González, y Reyes, 2006).

**Imagen 11. Mujeres confeccionando collares y guías para decorar la iglesia en la fiesta patronal**



**Fuente:** Obtención propia durante trabajo de campo

Cuando ya están listos los collares, es momento de esperar la víspera de la fiesta, momento en que los diferentes mayordomos se dan cita en el templo para decorar con flores, veladoras, servilletas, carpetas o prendas que han de estar bordadas con los distintivos característicos de la cultura Mazahua en los que destacan animales herbívoros o no depredadores como ya se ha referido lo descrito por Morales (2000). Se observa la participación de mujeres adultas, jóvenes e incluso niñas, quienes con el fin de agradar al santo patrono se integran de manera temprana a alguna una actividad referente a la fiesta.

**Imagen 12. Mujeres adornando con los collares de palomitas**



**Fuente:** Obtención propia durante trabajo de campo.

**Imagen 13. Guía de palomitas que adornan el templo**



**Fuente:** Obtención propia durante trabajo de campo.

**Imagen 14. Nicho de San Miguel Arcángel decorado con collares de palomitas**



**Fuente:** Obtención propia durante trabajo de campo.

Ya colocados los adornos y conforme llegan los días de fiesta, diferentes grupos de danza se hacen presentes en el templo. Independientemente de la

comunidad, para la etnia Mazahua la danza de Pastoras y la danza de Santiagueros son las que mayor presencia registran y se ejecutan en todas las celebraciones religiosas. Cada danza cuenta con especificidades.

La danza de Las Pastoras es exclusivamente femenina, las mujeres portan la vestimenta tradicional Mazahua, y los cantos se definen entre el español y Mazahua. Por su parte los Santiagueros tratan de parodiar lo que en un momento fue la danza de moros y cristianos, por lo que la vestimenta se ha distorsionado y se adornan simplemente con una capa y mandil de colores llamativos; los líderes del grupo utilizan machetes y ejecutan bailes al ritmo de una flauta dulce y un tambor; en ésta danza sólo participan varones. En ambos casos, la presencia de jóvenes y niños es notoria, es evidente que son las tradiciones el escenario ideal para la conservación de elementos distintivos de la cultura.

Imagen 15. Danza de Santiagueros



Imagen 16. Danza de Pastoras



Fuente: obtención propia durante trabajo de campo

Al caer la noche el sacerdote de la iglesia central llega a la comunidad para celebrar la misa en honor del santo patrono, una vez concluida la celebración y a pesar del notable cansancio, fluyen las ollas con atole de masa, tamales dulces y salados, que se convierten en el alimento ideal no solo para mitigar el hambre, además ofrecen calor al cuerpo en respuesta al frío que las características lluvias de la época traen consigo. Entre alimentos, danzas, carreras de caballos, toritos y fuegos artificiales corre el festejo de la comunidad. En dicha festividad se observó

además el agradecimiento de la maestra (líder de la danza) de Pastoras a su grupo por haber participado de manera activa en las diversas actividades de la festividad.

En dicho agradecimiento se observó un elemento específico de la etnia Mazahua, el gusto por lo agrio. Morales (2000) menciona como un hábito alimentario regional, que más allá de ser resultado de un error o descuido en la elaboración de los alimentos, se hace con la finalidad de mostrar el dominio que se tiene sobre el maíz para elaborar tamales o frijoles agrios, además del *zeendè*, cerveza que se obtiene de la fermentación del maíz y que se usa para acompañar la comida de las festividades Mazahua.

En el trabajo de campo se pudo constatar que en la comunidad de Chotejé se preparan el atole y tamales agrios. El maíz negro se nixtamaliza, se muele y posteriormente la masa se deja reposar en una olla cubierta con una tapa por al menos una noche; de esta manera se ha de obtener la fermentación que resulta en el sabor agrio. Comentan los habitantes de la comunidad que “al agriarse la masa se vuelve de color rosita, pasados dos días se bate con azúcar, se envuelven y forman los tamales que en el caso de estudio se ofrecen a la gente de las danzas como parte del agradecimiento”. También se disuelve masa en agua para preparar atole.

Sin duda alguna, la alimentación y los productos que conforman dicho proceso es un objeto de estudio interesante, al ser una expresión tangible de la cultura y sus saberes inherentes. El caso del maíz para la comunidad Mazahua es parte no sólo de la alimentación, sino de las tradiciones y saberes que han pasado de generación en generación, y que a decir de los habitantes de la zona desean que se conserven y repliquen, de esto depende la permanencia de su cultura a través del tiempo.

### *Canasta territorial de bienes y servicios*

A continuación, se presentan los recursos que se han identificado a partir de los recorridos de campo en la comunidad y entrevistas que se han realizado, los cuales conforman lo que el enfoque SIAL determina como la canasta territorial de bienes y

servicios, esto es, los elementos con potencial de tener activación territorial que detone en el desarrollo local. Los recursos que conforman dicha canasta son:

Cuadro 2. Tipología de recursos turísticos

TIPOLOGÍA DE RECURSOS TURÍSTICOS (Canasta territorial de bienes y servicios)	
Naturales	Ingredientes locales Maíz palomero Maíz rosa, azul y blanco Milpa Invernaderos
Culturales	Procesos agronómicos tradicionales y adopción de nuevas tecnologías. Etnia Mazahua Reventado tradicional de maíz palomero Gastronomía (atole de palomitas, tamales agrios, tortillas blancas, rosas, azules o mosaico, cocina estacional) Artesanías Tradiciones locales
Residentes	Amabilidad Integración con los turistas Actitud de la comunidad

Fuente: elaboración propia con base en: Bigné, Font y Andreu (2010)

Una vez que se han identificado los recursos que forman la canasta de bienes y servicios territoriales debe proponerse la manera en que han de articularse, con el fin de que se inicie la activación territorial, por lo tanto, detonar el desarrollo local. La articulación de los recursos de la canasta de bienes y servicios de Chotejé se presenta dentro de la estrategia que se propone para la valorización del maíz palomero toluqueño, que se trata de una tipología de rutas turísticas alimentarias, cuya metodología ha sido presentada previamente, dando como resultado los puntos que a continuación se plantean.

### *Guía para la elaboración de plan de desarrollo turístico de un territorio*

Identificación y establecimiento de mecanismos de concentración con actores principales (gobiernos locales, empresas rurales, gremios, cámaras de comercio, instituciones de apoyo, otros).

Generar alianzas es siempre una estrategia recomendada y válida para aterrizar pequeños proyectos y darle visibilidad. Para el caso del presente trabajo se ha visto

que el principal problema es la difusión para llegar a los clientes potenciales, por lo que se estableció contacto con la fundación Tortilla de Maíz Mexicana, dirigida por Rafael Mier, cuyo objetivo es salvaguardar las semillas nativas en pro de la biodiversidad. El trabajo realizado por la fundación y su reconocimiento por agentes de iniciativa pública y privada, se consideran como un área de oportunidad para distribuir la información. Además, la experiencia está dirigida en un primer momento a estudiantes de diferentes áreas, por lo que estar en contacto con instituciones educativas de nivel licenciatura es también importante para el cumplimiento del presente punto.

Conformación de un grupo de trabajo que lidere y se apropie del proyecto.

Como experiencia personal del autor, que en años anteriores emprendió un negocio donde se ofertaban palomitas de sabores, se pudo percatar de la inexistencia de proveedores de maíz palomero mexicano, acaparados por diferentes marcas estadounidenses que son quienes distribuye de manera generalizada los diferentes establecimientos que se encargan de transformar y aprovechar dicho producto. Por lo que se decidió iniciar con la búsqueda de algún actor que condujera con productores o distribuidores de maíz nacional. Como resultado de la búsqueda se contactó con Rafael Mier, quien en meses previos publicó en la página de su fundación un video en la comunidad donde se mostraba el proceso de reventado con arena, lo que motivó al autor a movilizarse en busca de dicha comunidad y las personas que se mostraban.

Es el siete de octubre de 2017 cuando se tiene el primer acercamiento a la comunidad, sin saber la localización de Chotejé o domicilio de las protagonistas del video, pero con la convicción de encontrar la comunidad del maíz palomero. Con indicaciones recibidas por transeúntes de la cabecera municipal se arribó a la comunidad, siendo la iglesia de la comunidad el primer punto en visitar<sup>1</sup>. A partir de ahí se inició el regreso hacia la escuela en búsqueda de algún informante, fue entonces cuando se contactó con la señora Cristina, participante en dicho video, a

---

<sup>1</sup> A partir de ese momento, doña Manuela refirió que el autor pidió permiso a San Miguel patrono de la comunidad para llegar con la gente indicada y hacer el proyecto que se requería. De otro modo se hubieran encontrado dificultades para la integración con los habitantes de la comunidad.



quien se mostró (ya que no habían tenido la oportunidad de verlo) y platicó de lo realizado durante la grabación, y fue quien indicó la ubicación de la vivienda de doña “Mela”, quien refirió podría proporcionar la información solicitada.

Desde el primer contacto con la comunidad, se tuvo un referente que se convirtió en una pieza clave para concretar la propuesta. Se trata de la señora Manuela Flores Alberto, quien ha liderado desde hace más de 20 años las actividades que Fundación Pro Mazahua realiza en la comunidad; se complementa por José Trinidad Flores González como responsable del recorrido en invernaderos, Juan Flores García, quien está a cargo de las actividades de la milpa y reconocimiento de maíces.

La señora Maximina Cruz Lucio colabora con el acompañamiento en el taller de reventado de maíz y elaboración de collares, Cristina Ramírez Juan imparte el taller gastronómico y elabora los alimentos para la comida del día, en conjunto con la señora Manuela, quien además está a cargo de la elaboración de tamales y atole acompañada de Maximina Flores Alberto. Ellas son las encargadas de recibir y dar la bienvenida a la comunidad a los grupos visitantes. Como actividad final, María de Lourdes Velásquez Flores dispone artesanías, tortillas y otros productos elaborados en la comunidad con la intención de tener una venta y generar recursos económicos para quienes no estén integradas en la experiencia propuesta.

Imagen 17. Grupo que conforma "Los hijos del Mays"



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo.

## Identificación de recursos turísticos de la zona

A continuación, se presentan los recursos naturales y culturales que a partir del trabajo de campo se han identificado como atractivos. Se presenta el recurso, una breve descripción referente a su especificidad, imagen y las actividades que de ellos se proponen.

### ***Recursos naturales***

#### **Maíz palomero**

Chotejé, es de las pocas comunidades donde aún se sigue produciendo de manera tradicional el maíz palomero, denominado toluqueño, variedad que se cree tuvo su origen en la cuenca del Lerma. Actualmente, en México las cantidades de producción de palomero son muy bajas, casi al grado de extinción, es por eso que realizar procesos que lleven a su valorización se cree importante para propiciar la conservación del maíz palomero toluqueño.

Resulta atractivo el proceso de reventado de palomitas de maíz, que históricamente se ha elaborado utilizando arena de la comunidad calentada en una olla de barro a la leña, sin necesidad de aceite, y que además de ser alimento, se usa en la confección de collares, rosarios o estandartes que han de utilizarse en las festividades religiosas.

**Imagen 18. Mazorcas de maíz palomero toluqueño**



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo.

Actividad:

- identificación y selección de maíz palomero
- reventado de maíz de manera tradicional
- talleres gastronómicos con maíz palomero / palomitas de maíz

- elaboración de collares (artesanías) con palomitas de maíz

**Maíz rosa, maíz azul, maíz blanco, maíz pinto**

La zona Mazahua del Estado de México, comparte algunos productos específicos en general, algunos de esos son los maíces de color blanco, amarillo y azul, ingredientes ideales para el proceso de nixtamalización y elaboración de tortillas y las variedades de “antojitos” de comida rápida. A esta gama se suma el maíz de color rosa, que ofrece una variante poco conocida y que resulta atractiva a la gente ajena a dicho grupo, resulta interesante la reacción y asombro que genera el ofrecer una tortilla rosa.

Imagen 19. Maíz rosa, negro y blanco



Fuente: obtención propia durante trabajo de campo

Actividad:

- identificación, selección y desgrane de maíz
- lavado y proceso de nixtamalización
- elaboración de tortillas de maíz / antojitos

**Invernaderos comunitarios**

La introducción de nuevas tecnologías en el ámbito rural es notoria en la comunidad. Si bien no todas las familias cuentan con un invernadero si es evidente la expansión de los mismos. Resulta atractivo el manejo que se da dentro de los invernaderos, pues en la mayoría la práctica se realiza de manera agroecológica, el uso de agroquímicos es limitado y casi escaso. Los invernaderos han venido a enriquecer la dieta de los comuneros propiciando la seguridad alimentaria. Muchos de los productos que se encuentran en los invernaderos son especies introducidas, lo que da una nueva visión a la cocina tradicional, de tal suerte que se pueda degustar un plato de deliciosas tortitas de cilantro en salsa verde molcajetada con tortillas recién salidas del comal, por citar un ejemplo.

Imagen 20. Recorrido por los invernaderos con plantaciones de jitomate



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo

Actividad:

- recorrido por los invernaderos (manejo de prácticas agroecológicas, agroquímicos y su impacto)
- cosecha de materia prima
- talleres gastronómicos

#### **La milpa**

A la par de la introducción de nuevas tecnologías, en la comunidad se siguen produciendo alimentos bajo el sistema milpa, donde la combinación de maíz, frijol, haba y calabaza son los elementos centrales y base de la alimentación. Enriquecido con los diferentes quelites y alimentos que de manera silvestre se desarrollan gracias al sistema antes planteado. Es bajo este sistema el escenario donde se desarrollan las variedades de maíz antes señaladas.

Imagen 21. La señora Manuela cosechando maíz palomero



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo

Actividad:

- recorrido por la milpa y características específicas (conformación, manejo, temporalidades)
- recolección de insumos
- talleres gastronómicos

### ***Recursos culturales***

#### **Tradiciones y costumbres**

Festividades en honor a San Miguel Arcángel, santo patrono de la comunidad, que se llevan a cabo el 6 de febrero, 8 de mayo y el 29 de septiembre<sup>2</sup>, la cual es la más importante. En el desarrollo de dichas fiestas se observan adornos realizados hilando rosarios con palomitas de maíz, reventadas de forma tradicional en una olla de barro calentada a la leña. Se agrega arena blanca típica de la comunidad y por último los granos de maíz para que se calienten y puedan reventar, dando origen a las palomitas. Resalta además la participación de algunos grupos que ejecutan danzas como los moros contra los cristianos, los concheros o la danza de pastoras, rescatada en gran parte por acción de la señora Manuela.

Imagen 22. Una cruz decorada con palomitas



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo

---

<sup>2</sup> Se han identificado festejos similares en zonas aledañas a la comunidad, como es el 12 de diciembre en Santa Ana Nichi y el paseo de Atlacomulco realizado en el mes de Julio, por mencionar algunos.

Actividad:

- comparativo de maíz palomero extranjero y nativo
- reventado de maíz en forma tradicional y confección de collares

### **Gastronomía local**

Con la declaratoria por parte de la UNESCO hacia la cocina tradicional mexicana como patrimonio de la humanidad, el interés por aprender las técnicas de cocción, el uso y rescate de ingredientes y manejo de utensilios se ha incrementado de manera favorable. La experiencia “Los Hijos del Mays” ofrece a los visitantes la oportunidad de aprender la cocina mexicana en su entorno, bajo sus costumbres y condiciones que hacen de ésta, un auténtico atractivo para mirar y replicar.

Imagen 26. Una cruz decorada con palomitas



Fuente: obtención propia durante trabajo de campo (noviembre de 2018)

Actividad:

- talleres gastronómicos
- charlas referentes al patrimonio gastronómico / biocultural
- lluvia de ideas para propuestas de nuevos productos

### **Análisis de la oferta y demanda de servicios turísticos, perfil del turista, oferta de productos turísticos locales y otros servicios de apoyo.**

Si bien en el municipio de San Felipe del Progreso el turismo es una actividad inexistente, se encuentran recursos culturales que se cree son capaces de atraer excursiones de estancias cortas, llegando a ser incluso de sólo unas cuantas horas, encontrando en el Centro Ceremonial Mazahua su atractivo más importante, visitado por excursionistas que habitan en el Estado de México con fines de esparcimiento cultural.

Para el caso que nos ocupa, contar con servicios turísticos complementarios no se considera importante, pues la transportación y alimentación se cubre dentro del recorrido, además por la naturaleza de la propuesta no se considera el tema del hospedaje. Sin embargo, a mediano plazo se pretende ampliar la oferta de la actividad, en cuanto a duración y recepción de grupos, por lo que cuando sea pertinente se considerará contar con los servicios necesarios. A continuación, se presenta un listado de las empresas de servicios identificados podrían beneficiar o complementar el desarrollo de la experiencia.

**Cuadro 3. Servicios turísticos cercanos a la zona de trabajo**

TRANSPORTE	HOSPEDAJE	ALIMENTACIÓN	TURISMO ALTERNATIVO
-Transportadora Álamo -Transportes Medina	-Hotel (cabecera Municipal) de 10 cuartos sin categoría.  -En el Centro Ceremonial Mazahua existe un área para acampar con servicios.  -La demanda en este sector es atendida principalmente en Atlacomulco.	-Fondas localizadas en San Felipe del Progreso.	-Parque ecoturístico boca de ranas  - Centro Ceremonial Mazahua (artesanías, museo, turismo de naturaleza)

Fuente: obtención propia a partir de trabajo de campo

Aunque la comunidad cuenta con oferta limitada de servicios turísticos, la presencia de elementos culturales vuelve atractivos los productos ofertados por el turismo rural, es por ello que se considerará fundamental conocer las características del público objetivo al que se dirige el producto. Para el presente proyecto más que buscar llegar a un turista, se propone recibir a los excursionistas descritos por Royo (2005) como:

*un adulto, de edad comprendida entre los 25 y 55 años. Los más numerosos son los jóvenes adultos entre los 25 y 35 años, de sexo masculino o femenino indistintamente y de nivel educativo medio y alto – los más numerosos responden a niveles de estudios universitarios, ya sean de primer o segundo ciclo. Está motivado por desconectar, descansar o relajarse por la curiosidad de conocer lugares nuevos,*

*pintorescos o con riqueza histórica y por disfrutar de la compañía de amigos y de la naturaleza.*

Por lo que se considera como clientes potenciales a la gente que es asidua a visitar los diferentes tianguis alternativos de la ciudad de Toluca, Metepec e incluso la ciudad de México. Sin embargo, no se pierde de vista el mercado inicial, que está integrado por los estudiantes de la licenciatura en Gastronomía, Turismo, Antropología, Agronomía, entre otras, que por la diversidad de recursos pueden abonar a los temas de interés que conforman a la experiencia

**Análisis institucional del sector turismo: reglamentación legal, funciones de instituciones, gremios empresariales.**

Como ya se ha hecho referencia, Barrera (2013) menciona que el papel del gobierno en el impulso del turismo rural es vital para el éxito de los productos, sin embargo, este tipo de actividad turística aún es incipiente en México y nula en las reglamentaciones legales. Las rutas o experiencias que el autor ha tenido oportunidad de realizar son diseñadas y promovidas por emprendedores, dueños de ranchos o haciendas, comunidades organizadas o alguna otra organización civil. Por lo que se recomienda iniciar el discurso para que autoridades oficiales se involucren en el turismo rural y convertirse en entidades impulsoras, que sepan adaptarse a las necesidades y entornos de los espacios rurales.

**Diseño de productos turísticos.**

Se oferta una experiencia gastro-cultural basada en diferentes tipos de maíz representativos de una comunidad y que por sus características es difícil de encontrar en el medio urbano. Además, el uso que se le da más allá de lo alimenticio propicia motivación para conocerlo en el medio tradicional. Al producto se le ha denominado “Los hijos del *Mays*”, considerando la palabra *mays* ya que al hacer el juego de palabras en la pronunciación se cree tener un nombre atractivo, espontáneo y fácil de recordar. Se ha diseñado un logo que a futuro forme parte de la imagen del producto.



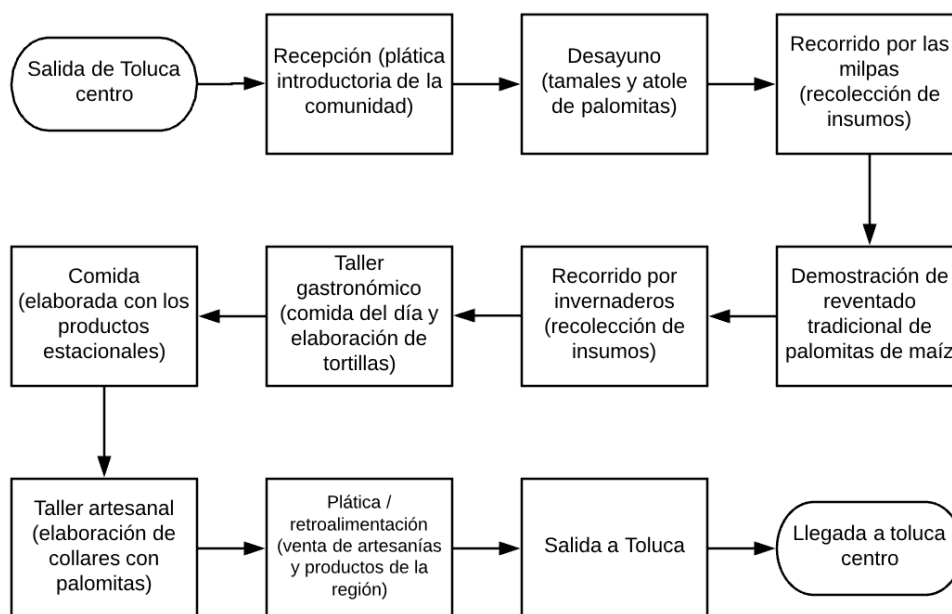
Imagen 23. Logo "Los hijos del Mays"



Fuente: elaboración propia con participación de Paloma Cerrillo

La actividad propuesta tiene como objetivo acercar a los visitantes a los procesos culturales que se les asignan a los alimentos, más allá de la satisfacción de una necesidad fisiológica, fortalecida a través del trabajo en equipo. Por lo que se cree indispensable que todo el grupo realice las mismas actividades en un solo momento y así fortalecer los conocimientos adquiridos, además de tener una experiencia completa y totalmente satisfactoria. El itinerario que "Los hijos del Mays" propone es el siguiente:

Imagen 24. Itinerario propuesto para la experiencia gastro-cultural "Los hijos del Mays"



Fuente: elaboración propia.

Se muestra además la duración de cada actividad propuesta y sus responsables, con la finalidad de tener previsión que facilite la dirección de la experiencia y toma de decisiones para situaciones extraordinarias.

**Cuadro 4. Horarios y responsables de las actividades**

<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>DURACIÓN</b>
7:00 hrs.	Salida	Daniel	2 hrs.
9:00-9:10 hrs.	Recepción	Sra. Manuela Sra. Maximina	10 min.
9:10-9:30 hrs.	Desayuno	Sra. Manuela Sra. Maximina	20 min.
9:30-11:00hrs.	Recorrido por la milpa	Sr. José	1:30 hrs.
11:00-11:30 hrs.	Demostración de reventado de maíz	Sra. Paulina	30 min.
11:30-13:00 hrs	Recorrido en invernaderos	Sr. Juan	1:30 hrs.
13:00-14:30 hrs.	Taller gastronómico	Sra. Manuela Sra. Maximina	1:30 hrs.
14:30-15:30 hrs.	Comida	Sra. Manuela Sra. Maximina	1 hr.
15:30-hrs-16:00 hrs.	Taller artesanal	Sra. Paulina	30 min.
16:00-16:45 hrs.	Retroalimentación/venta de productos	Sra. Manuela Sra. Maximina Sra. Cristina	45 min.
16:45-18:30 hrs	Regreso a Toluca	Daniel	1:30 hrs.
18:30 hrs.	Llegada a Toluca	Daniel	

**Fuente:** elaboración propia

Construcción del plan de desarrollo: priorización de turistas, selección de segmentos de mercado, eslabonamiento con otros destinos turísticos, formación de recursos locales (guías, promotores empresariales, servicios de alimentación y alojamiento, seguridad), diseño de código de ética, estimativos de inversiones (pública y privadas). Para tener mayor claridad de éste punto se ha diseñado un modelo de negocio Canvas que se incluye en los anexos, donde se define el segmento de mercado, a quienes se prioriza, el eslabonamiento con diversas organizaciones y otros puntos, se abordan también puntos referentes a la inversión para el proyecto.

Diseño de estrategia de promoción, difusión y comercialización de la oferta desarrollada.

Si bien no se hace referencia como tal, el punto aquí propuesto encamina a lo que Medrano (2008) refiere como *marketing mix*, también conocido como las 4 P's, que se refiere a las variables operativas o controlables necesarias para que un producto pueda posicionarse en el mercado, y se conforma por: precio, distribución, promoción y producto. Respecto a "Los hijos del Mays", el *marketing mix* se plantea de la siguiente forma:

### ***Distribución (plaza)***

Como se ha planteado, “Los hijos del *Mays*” está diseñado para los estudiantes de diversas licenciaturas, por lo que su venta se realiza de manera directa con el cliente. El gestor es el encargado de ligar la disposición por parte de la comunidad receptora para captar a los grupos con los visitantes y la cantidad en que podrían hacer el recorrido propuesto. Se contempla estar en contacto directo con las instituciones educativas con la finalidad de tener un mercado cautivo, lo que permitirá adaptar la experiencia según las necesidades de las unidades de aprendizaje.

### ***Promoción***

Royo (2005) menciona que los visitantes de los destinos rurales-culturales se apoyan en las guías turísticas y reportajes en los medios de comunicación para la elección de su destino, por lo que se propone diseñar una página web con información y un video del reventado<sup>3</sup>, uso e importancia del maíz palomero obtenido durante los festejos en honor al santo patrono, además de las actividades complementarias que se han identificado como atractivos para fortalecer la propuesta, importante también es gestionar la presencia en redes sociales con la finalidad de atraer al mercado potencial. Como se ha mencionado la venta se hará de forma directa, por lo que realizar talleres o pláticas para presentar el proyecto ante los alumnos se considera pertinente para despertar el deseo de compra.

### ***Precio***

Una pregunta obligada hecha por los clientes antes de adquirir cualquier producto o servicio es el monto que se debe pagar para la adquisición, por lo tanto, el precio se considera como una herramienta que permite establecer estrategias de competencia y posicionamiento del producto, las políticas que se podrán tomar y las estrategias a implementar. En la determinación del precio se debe contemplar los costos y gastos totales, la competencia, utilidad deseada, entre otros.

A través del análisis de los costos, competencia y clientes potenciales se determina el precio de \$650 pesos por cada visitante, contemplando que la

---

<sup>3</sup> El video se encontrará alojado en la página web del grupo, sin embargo, por el momento puede encontrarse en la página de YouTube con el link: <https://www.youtube.com/watch?v=FB4BWuCOu84> o haciendo búsqueda con el título “Los hijos del *Mays*”

experiencia incluye transporte ida y vuelta a la comunidad, desayuno, comida y la aportación para los habitantes involucrados que fungen como agentes de turismo. El último punto ya se ha presentado, se ha hecho mención del producto “Los hijos del *Mays*” que es el rubro que complementa las 4 P’s del *marketing mix*.

Diseño de un sistema de monitoreo y evaluación del impacto (económico, social y ecológico)

Ofertar un producto o servicio de calidad es de vital importancia para asegurar que tendrá éxito en su vida útil, y con la finalidad de garantizar la sostenibilidad y sustentabilidad del proyecto, es necesario poner atención en tres ejes fundamentales respecto a la calidad, de los que la OMT (2015) menciona:

- ✓ **la calidad para las empresas:** a quienes se les considera también como clientes de los destinos turísticos, y que al cumplir con elementos de calidad podrán incrementar sus ventas, por consiguiente, los ingresos económicos, podrán también diseñar mejores productos, que se adapten a las necesidades y demandas, con esto, se podrá dar una diferenciación de los productos respecto a la competencia y la fidelización de los clientes.

En apartado previos se ha hecho mención de las empresas que se consideran para complementar la propuesta realizada. La importancia de tener una planeación para el turista es que se pretende ofertar un programa de calidad en todas las etapas de la actividad realizada, la cual se contempla desde el momento de la búsqueda, selección, compra, ejecución y seguimiento posterior. Es por eso que se propone una lista de evaluación para chequeo de las condiciones que se tienen antes de la llegada de los excursionistas

Si bien la experiencia propuesta cuenta con limitaciones, el valor cultural es lo que ha de hacer atractivo el producto a los visitantes, por lo que resulta indispensable iniciar con la cultura de la evaluación, partiendo desde un nivel interno. La tabla antes propuesta es un primer acercamiento para adquirir esta habilidad; la lista está diseñada con el objetivo de tener a tiempo y en condiciones deseadas la materia prima, equipo de trabajo, instalaciones e información en relación a la actividad propuesta.

- ✓ **la calidad para el destino:** es sin duda un punto crucial en la gestión de calidad, debido a que no sólo se trata de la conservación de atractivos naturales y culturales, sino que se ve involucrada también la sociedad local, quienes deberán percibir incremento en los trabajos e ingresos económicos, involucrar agentes en la gestión y organización de políticas públicas que les beneficien, y en general mejorar la imagen del destino.

Cuadro 5. Evaluación interna para la experiencia

Aspecto	Cumple		Acción correctiva
	Si	No	
Instalaciones adecuadas (limpias y seguras)			
Conocimiento del itinerario			
Botiquín completo de primeros auxilios			
Plantilla de prestadores de servicios completa			
Material y equipo limpio y en buen estado			
Materia prima completa y con estándares solicitados			
Senderos transitables para la visita a invernaderos y milpas			
Información completa(actividades, itinerario, temas, etc.)			
Condiciones del entorno recomendadas			
Señalización necesaria para el desplazamiento de los excursionistas.			
Gestión de buzón de quejas y sugerencias adecuado.			

Fuente: elaboración propia con adaptación de la Federación Suiza de Turismo, Programa de Calidad, Catálogo de Criterios 2013-2015. Adaptación y traducción del original. (FAO, 2015)

### **Indicadores de calidad**

Los indicadores son medidas de la existencia de dificultades o de la gravedad de las ya conocidas, indicios de situaciones o problemas por venir, medidas del riesgo y de la necesidad potencial de acción, y medios para identificar y evaluar los resultados de nuestras acciones. Los indicadores son conjuntos de información formalmente seleccionada que se utiliza con carácter regular en la medición de los cambios pertinentes para el desarrollo de la gestión del turismo.

**Cuadro 6. Indicadores para la experiencia**

<b>Tipo de indicador</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
<b>INDICADORES GENÉRICOS DE DESTINO</b>		
De gestión del destino	Número de excursionistas	14-20 personas
	Estancia media	8 hrs.
	Capacidad de acogida	30 personas
	Puestos o número de empleos generados	7
	Ejecución del plan de turismo	85 %
	Número de recursos declarados como de interés turístico	4
Indicadores comerciales	Adecuación, visibilidad y eficacia de la información y señalización	
	Visitantes que recomendaría en la experiencia	85%
	Índice de satisfacción	
	Apreciación de la relación calidad/precio	
Indicadores de sostenibilidad	Índices de satisfacción (residentes)	85%
Indicadores intersectoriales	Limpieza y mantenimiento: valor por apreciación del cliente	
	Accesibilidad: equipamientos adecuados	80%
	Hospitalidad y amabilidad: valor por apreciación del cliente	
<b>INDICADORES ESPECÍFICOS POR TIPOLOGÍA DE DESTINO</b>		
Espacios naturales / rurales	Contribución financiera del turismo a la conservación	15%
	Recursos humanos para la administración y el mantenimiento	2 personas
Áreas urbanas patrimoniales	Armonía del conjuntos: valor por apreciación del cliente	
<b>INDICADORES ESPECÍFICOS DE LA OFERTA EN DESTINO</b>		
Transporte	Ocupación, frecuencia	Mínimo disponible 1 Van.
	Calidad: apreciación	
	Puntualidad: retraso medio (minutos)	Máximo de espera 15 min
Oferta complementaria	Adecuación (encuesta)	
	Número de productos tradicionales	4

Fuente: elaboración propia con adaptación del Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos (2015).

- ✓ **La calidad para el turista:** ya que implementar la calidad en el producto disminuye la incertidumbre, asegura la adecuación a las necesidades y

expectativas del cliente, y genera confianza en la capacidad de respuesta del proveedor como sinónimo de garantía de profesionalidad y postventa.

La calidad para el turista se debe expresar en las diversas etapas de vida del producto, debido a que las decisiones que se tomen estarán enfocadas a la satisfacción del cliente. La experiencia gastronómica aquí propuesta se basa en un elemento fundamental, las actividades que se proponen están diseñadas a partir de productos endémicos, con usos tradicionales y formas de producción y consumo únicas respecto a otros productos; se trata entonces de la autenticidad como nuestra ventaja competitiva, que nos permite diferenciarnos respecto a otros productos.

Como parte de un ejercicio para conocer la aceptabilidad del producto por parte del mercado meta (estudiantes de licenciatura en Gastronomía), se aplicó cuestionario piloto a 60 individuos que cursan entre 2° y 8° semestre que realizan sus estudios en la UAEMex y la Universidad de Ixtlahuaca, teniendo como resultado lo siguiente: del total de los encuestados, son jóvenes de entre 20 y 24 años de edad, el 90% dice saber que es una experiencia gastronómica, y el 42% refiere haber realizado éste tipo de recorridos en alguna ocasión, siendo la ruta del queso y el vino la más mencionada.

Como parte importante son los recursos que integra la experiencia, siendo el principal el maíz palomero. Sólo el 35% mencionó conocerlo, y aunque ninguno conoce Chotejé el 93.3% estaría interesado en participar en la experiencia “Los hijos del *Mays*”, siendo su interés en conocer un producto auténtico, el valor simbólico y los usos que se le asignan los principales factores que motivarían a comprar la experiencia.

Se mencionaron también las actividades propuestas para la experiencia, resultando el proceso de reventado tradicional, la nixtamalización y elaboración de tortillas de colores y taller de innovación gastronómica para el uso de palomitas de maíz las que más interés generarían a los visitantes. Añadiendo también el interés en los procesos de producción agrícola y la historia del maíz como parte fundamental para el producto.

Se cuestionó también acerca del precio que estarían dispuestos a pagar, donde se propuso un rango de \$450 a 600, de \$650 a 800 y \$850 a 900, teniendo una aceptación del 16.7, 53.3 y 33.3 % respectivamente. Siendo el precio ideal el rango de \$650 a 800 pesos, que se utilizará como precio inicial y que cubre los costos y gastos de operación.

Se presentó también el logo que se ha diseñado para que inicie a crearse la imagen del producto, teniendo una aceptación entre el 88.3% del total de encuestados, quienes refirieron que, al ser un logotipo sencillo, con colores referentes al maíz y el juego de palabras que se logra es capaz de identificarse el propósito de la experiencia, además de ser creativo y auténtico. El desarrollo de un negocio genera diversos efectos negativos que se tienen que cubrir si es que se desea posicionar en el mercado. Sin embargo, genera también algunos impactos positivos que propician la continuación de la propuesta.

Una de las ventajas que representa la actividad turística en el medio rural es que para las comunidades se considera como una herramienta potenciadora del desarrollo local, por lo que resulta fundamental indagar en las necesidades de las comunidades receptoras, para que a partir de ellas se realice un análisis de cuales serían aquellas que podrían atacarse para mejorar la calidad de vida de los habitantes involucrados en dicho producto. Las necesidades que atiende la propuesta se enlistan en tres diferentes ámbitos, las cuales son económicos, sociales y culturales como a continuación se presentan.

**Cuadro 7. Necesidades de la comunidad que atiende la experiencia**

<b>Económicas</b>	<b>Sociales</b>	<b>Culturales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la calidad de vida de los habitantes de Chotejé, mediante la generación de trabajos</li> <li>- Activar la economía del grupo de trabajo a través de un producto turístico</li> <li>- Generar un fondo de ahorro, que sirva para subsanar actividades educativas, de salud, alimentación emergentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proponer una alternativa de empleo para evitar la migración y abandono del campo en Chotejé</li> <li>- Fomentar en los niños de la comunidad una alternativa para la educación y desarrollo futuro</li> <li>- Resaltar la importancia del trabajo en equipo y complementario en aras del desarrollo local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propiciar la valorización del maíz palomero toluqueño que deriven en su conservación.</li> <li>- Ofrecer a los estudiantes de gastronomía y excursionistas, la oportunidad de vivir <i>in situ</i> la complejidad de la cocina mexicana (ingredientes, técnicas e insumos)</li> <li>- Difundir el valor del maíz palomero para la comunidad de Chotejé</li> </ul>

**Fuente:** elaboración propia



### Validación de la estrategia en taller participativo

Para verificar la viabilidad del proyecto, se ha planeado en diversas ocasiones un taller participativo con el grupo seleccionado, sin embargo, las diversas actividades laborales que realizan han sido el principal motivo para que dicho taller no se realice. Se ha de comentar también que la propuesta se ha presentado de forma individual a los participantes quienes han mostrado su aprobación y respaldo. Comentan de manera puntual que consideran una estrategia interesante que no requiere todo el día, permite la continuación de sus labores y costumbres, además de que les permite generar un ingreso complementario a partir de lo que ya saben hacer dentro de su rutina de vida.

Dicho grupo mostró el interés percibido, a partir del momento en que se habló de retribuciones económicas, pues desde la entrada del autor en la comunidad y la integración con los habitantes, sus expectativas era la de percibir en dinero, aportaciones en especie o algún otro tipo de beneficio por parte de alguna institución oficial. Cabe señalar que la participación de la señora Manuela fue fundamental para la permanencia en la zona, quien siempre manifestó que primero se debe analizar el caso para generar estrategias y por lo tanto ganancias. Se cree que dicha ideología ha sido generada a través de los más de 20 años en lo que se ha visto involucrada en la participación con instituciones privadas y ONG que promueven el desarrollo rural.

### Elaboración de proyectos específicos (perfiles).

Para ofrecer un servicio es necesario saber cuáles son las características deseadas que deben tener los actores involucrados, en cuanto a habilidades y actividades que desempeñará, la duración de las mismas, además de la retribución que obtendrá. Con base en el itinerario propuesto para la actividad, se han elaborado las fichas de descripción de puesto necesarios para el cumplimiento del recorrido que se presentan en los anexos, donde se incluye la actividad que guiarán, las habilidades y conocimientos para cada función y la remuneración que percibirán por visita.

### Definición y aplicación de una estrategia de financiamiento.

Para que la propuesta se lleve a cabo se considera que por ahora no es necesario financiar alguna cantidad mayor para la adquisición de herramientas o infraestructura, ya que la propuesta se ha diseñado con base en los recursos e infraestructura existente en la comunidad. Por lo que se ha determinado que el financiamiento sea interno y en su mayoría en especie, aportando mano de obra e insumos por parte de los involucrados para el desarrollo de las actividades. Esta medida fue aceptada desde que se planteó al grupo, y se cree que no hubo queja alguna debido a que gracias al trabajo anterior realizado por fundaciones el acceder a programas o beneficios de desarrollo les implicaba inversión de tiempo o recursos, incluso en algunas ocasiones económico.

La estructura de costos, fuente de ingresos y otros rubros se presentan en un modelo de negocio CANVAS que se incluye en los anexos. Cabe señalar que dicho documento formó parte del concurso universitario emprendedor 2019, y que fue seleccionado como uno de los nueve proyectos finalistas en la categoría de proyectos sociales a nivel superior, en la que se solicita que las propuestas de negocios sean capaces de satisfacer necesidades sociales para modificar las condiciones de vida de las personas, mejorando la cotidianidad en el estilo de vida, trabajo y entorno en general para las sociedad en su conjunto o al menos de los grupos más desfavorecidos. Entre las posibilidades que se solicitan deben satisfacer dichos proyectos se enlista:

- ✓ Desarrollar y fortalecer capacidades para el autoempleo y/o educación para comunidades poco favorecidas
- ✓ Crear proyectos artísticos y culturales que representen oportunidad de negocio para los emprendedores y artistas de la región.
- ✓ Fortalecer la cultura del deporte y expresiones artísticas para combatir la violencia, delincuencia y otros problemas sociales.
- ✓ Fortalecer la identidad cultural, rescate de tradiciones y arte regional.
- ✓ Fortalecer el turismo regional para beneficio de las comunidades.
- ✓ Generar empresas para atender problemas de violencia y seguridad en la sociedad, para fortalecer la paz y el bienestar de los ciudadanos.

Se ha de resaltar que, los comentarios que se recibieron por parte del jurado calificador fueron positivos, entre los que se pudo leer que el proyecto cumple con lo solicitado en cuanto a fortalecer la capacidad para el autoempleo, ser un área de oportunidad de negocio para la comunidad, fortalecer la identidad cultural y procurar el bienestar de los ciudadanos.

#### Implementación del plan.

Con la finalidad de verificar la viabilidad de la estrategia en cuanto al cumplimiento de las actividades propuestas, la disponibilidad de recursos o servicios previstos y el involucramiento positivo de los excursionistas, se llevó a cabo el 1 de diciembre de 2018 el pilotaje de la experiencia gastro-cultural “Los hijos del *Mays*”, en el que participaron diez personas, con diferentes ocupaciones, desde ama de casa, estudiantes, y profesores-investigadores, y se desarrolló de la siguiente manera: en punto de las siete de la mañana arribaron los excursionistas al lugar citado, la entrada principal del edificio de Rectoría de la UAEMex en el centro de Toluca, para abordar los automóviles particulares y encaminarse hacia Chotejé. El recorrido se realizó en un tiempo aproximado de 1 hora 50 minutos contando una escala en la caseta “El Dorado” para comprar café y galletas para contrarrestar el día nublado y con frío que se vivía. Al arribar a la comunidad aproximadamente nueve de la mañana, la señora Manuela recibió al grupo portando la vestimenta Mazahua, de un color blanco perlado adornada con coloridos collares que denotaban cierta elegancia, además su esposo usaba un chaleco de lana bordado con el nombre de la agrupación musical que dirige, dando muestra también de una artesanía tradicional de la comunidad.

Mientras el señor Federico ofrecía unas palabras de bienvenida a los asistentes su esposa servía en jarros de barro un caliente atole agrio de color rosa que se obtiene a partir de la fermentación de maíz negro, para acompañar los tamales agrios, de misma tonalidad y sabor único, y que gracias a una explicación referente al valor de los alimentos agrios y su limitada producción hicieron sentir a los visitantes que estaban teniendo un desayuno de auténtica celebración, pues es éste el motivo para el que se realizan dichos alimentos.

Imagen 25. La señora Manuela sirviendo atole agrio para desayuno de los visitantes



Imagen 26. Don Federico compartiendo sus historias de vida



Fuente: obtención propia durante trabajo de campo

El desayuno entre pláticas, anécdotas y la sorpresa por los alimentos se extendió por alrededor de una hora, para dar paso a la visita de la milpa de la señora Cristina a un kilómetro de distancia aproximadamente. En cuanto se arribó a la milpa (en plena cosecha)<sup>4</sup>, se habló de temas importantes como que es la milpa, cuáles son sus beneficios, el trabajo que se hace en esos espacios, los productos que se obtienen, entre otros. Además, se leyó parte de “la formación de los hombres de maíz”, que da inicio a la tercera narración del Popol Vuh, y que de alguna forma inspiró al nombre de la experiencia. La señora Cristina que lideraba su cuadrilla de cosecha prestó algunos ayates para que por parejas se pudieran adentrar en la milpa y estar cosechando maíz, siendo emotiva la sorpresa que se tenía al descubrir entre las hojas el maíz amarillo, pinto, o rosa. Cabe aclarar que, aunque algunos de los excursionistas tenían conocimientos previos en cuanto a la cosecha, encontrarse con dichas variedades les resultó novedoso e interesante, haciendo de ésta actividad un verdadero encuentro con la naturaleza y escape de la cotidianidad.

---

<sup>4</sup> Era la última cosecha e incluso considerada como tardía, puesto que es recomendable que a más tardar a mediados de octubre se haya recogido el producto para evitar que las heladas de invierno quemen el maíz, por lo tanto, no tener disponibilidad para el consumo y posible venta. En dicho espacio sólo se encontraron tres tipos de maíz, y la disponibilidad depende de la decisión de siembra tomada por cada productor en la época de siembra.

**Imagen 27. Cosecha dentro de la milpa por parte de los visitantes**



**Imagen 28. Algunos de los visitantes con los maíces cosechados**



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo

Después de una hora y 45 minutos el grupo se dirigió al invernadero<sup>5</sup> ubicado detrás de la escuela, ahí ya esperaba el señor Juan para explicarnos acerca de la importancia del trabajo colaborativo, ya que dicho espacio lo trabajan cuatro diferentes jefas o jefes de familia, donde obtienen como principal ingrediente jitomates (roma y cherry) para la venta y autoconsumo, además de hortalizas como zanahoria, nabos, cilantro, rábanos, lechugas, que ayudan a complementar el alimento del día a día. Se pudieron observar algunos quelites e incluso verdolagas dentro del micro túnel, que, a decir de los responsables, su crecimiento es espontáneo y da muestra de la nobleza y calidad de la tierra que aún es capaz de producir dichos elementos. En el micro túnel transcurrió aproximadamente una hora y treinta minutos, posteriormente se visitó la presa donde se capta el agua y provee el riego para el invernadero.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Debido a las dificultades climáticas antes mencionadas, el invernadero había sido "limpiado" por lo que no se encontraban camas de jitomate completas dando un panorama poco alentador, sin embargo, en los extremos del micro túnel había disponibilidad de nabos, rábanos, cilantro, y otras hortalizas que ayudaron a tener un momento recreativo gracias a su cosecha. Por ésta situación se recomienda estar atentos a la temporalidad de los productos para cumplir con las expectativas.

<sup>6</sup> Si bien no estaba considerada dicha visita se considera interesante puesto que reafirma la importancia del trabajo colectivo y la intervención de las instituciones de desarrollo en cuanto a la gestión de recursos, aprovechado con el trabajo de las comunidades y así demostrar que la gente no espera sólo recibir beneficios, pues valoran ellos el trabajo como la herramienta más importante para la obtención de beneficios.

**Imagen 29. Recepción del señor Juan a los visitantes**



**Imagen 30. Selección de hortalizas por parte de los visitantes dentro del invernadero**



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo

La tercera actividad y más esperada fue el reventar palomitas con arena, lo que despertó un gran interés incluso previo al recorrido, debido al desconocimiento del proceso y normalización de usar elementos grasos para la obtención de palomitas. Después de caminar por aproximadamente cinco minutos entre milpas el grupo arribó a la casa de la señora Manuela, donde se dispuso en el patio la leña para hacer la fogata y calentar la arena dentro de una cazuela de barro. Previo al reventado se hizo un comparativo entre maíz palomero de la comunidad y maíz comprado (que seguramente era de origen estadounidense) en cuanto a la forma, color y tamaño, se ahondó en la importancia de consumir el producto nacional ya que se encuentra en peligro de extinción por la introducción de maíces extranjeros, que gracias a su modificación han tenido mayores rendimientos sacrificando calidad nutricional, cultural u organoléptica.

Imagen 31. . Inicia el taller de reventado de palomitas con arena blanca



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo

Dicho comparativo se extendió al resultado del reventado, pues en primera instancia se reventó un poco de maíz comprado y después otro tanto de maíz local, con el mismo fuego, en la misma cazuela y usando la misma arena, y se pudo observar que la calidad en reventado si varía, pero no de forma alarmante, ya que el tiempo necesario para obtener palomitas es de aproximadamente 5 minutos para el nacional mientras que en 3 minutos está listo el maíz comprado, teniendo un 85% de reventado para el primero y casi un 100% para el segundo. Sin embargo, cuando se solicitó probarlos, el que mayor elogio recibió fue el maíz local, pues según los excursionistas se percibía aroma y sabor que en conjunto con la arena armonizaban para propiciar un sabor distinto al que comúnmente se encuentra en las palomitas de sobres, haciendo notar la simpleza del maíz extranjero.

Mención aparte merece la algarabía que mostraba cada uno de los excursionistas cuando pasaban a poner el maíz en la cazuela para reventar, esperando el momento de la “fiesta loca de palomitas” en alusión a la emoción que provocaba ver salir de la cazuela las rosetas blancas, enfrentándose así a una experiencia totalmente novedosa y recreativa, difícil de repetir en algún otro lugar.

Imagen 32. Tere, quien nombró la "fiesta loca de palomitas" al reventado de maíz



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo

Siendo las 3:15 pm la comida estaba lista por lo que el grupo se dispuso a probar lo que se había preparado a partir de los insumos recolectados en el invernadero y la milpa. Arroz con vegetales en jitomate recolectado del invernadero, además del cilantro para las tortitas en salsa verde, hechas con huevo de gallina de libre pastoreo, se sazonaron para ofrecer una comida realmente novedosa, complementadas por tortillas hechas a mano a partir del maíz de las milpas Mazahua. Para acompañar los alimentos se preparó agua de pinole que además ayudó para refrescar y mitigar el sol en el caluroso día que se tuvo. Entre anécdotas personales, cantos en Mazahua y retroalimentación de lo vivido por parte de los visitantes, se dio un ambiente de armonía que exaltó el valor de los alimentos que se estaban consumiendo, de los que previamente se había visto el origen y gracias a los detallados procesos de transformación derivaron en la comida del día.

Imagen 33. Los visitantes compartiendo la comida con el grupo receptor



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo



Como actividad final, en la sobre mesa se proporcionó hilo y aguja a los visitantes para que cada uno confeccionara un collar, el cuál antes de regresar a la ciudad de Toluca, la señora Manuela colocó a cada uno en forma simbólica como agradecimiento y compromiso de preservación que adquiere el visitante al compartir la riqueza de recursos de la comunidad. Mientras que para la comunidad es simbolismo de la responsabilidad de compartir de forma desinteresada su forma de vida y sus procesos, provocando en cada uno de ello una reacción de asombro y verdadera emoción, llegado a expresar incluso la satisfacción de haber contribuido con su visita en la difusión de sus costumbres.

Imagen 34. Doña Manuela poniendo los collares de palomitas como agradecimiento por la visita



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo

En días posteriores al recorrido, se solicitó a los participantes responder una breve encuesta de satisfacción, con la finalidad de tener claro un panorama de la percepción de calidad recibida, de la que se puede resumir que:

1. Los visitantes percibieron una aceptable comunicación previa al recorrido y limitantes en el entorno de la comunidad, especialmente en cuanto a comunicación con el exterior. La información durante el recorrido fue adecuada, sin embargo, manifestaron que la actitud de la gente es un área de oportunidad para mejorar. En lo que refiere a los alimentos expresaron conformidad en cuanto a sabor y cantidades ofrecidas. De las actividades realizadas, la visita a las milpas fue la que mayor calificación positiva arrojó,

siendo también aceptadas el reventado de maíz palomero y confección de collares. La visita a los invernaderos fue la que menor calificación obtuvo, ya que cuando se realizó, el espacio se encontraba en reposo por la temporada invernal, también para dar descanso a la tierra para futuras siembras.

2. Los visitantes que fueron parte del pilotaje refirieron también que uno de los mayores aprendizajes que tuvieron en la experiencia fue conocer diferentes tipos de maíz y formas de sustento en las comunidades rurales, diferentes formas de transformación para su aprovechamiento como los sabores agrios o arena para el reventado de maíz. Destaca además el crecimiento personal que refirieron para valorizar las labores que en el campo se realizan y el impacto que tienen en la provisión de alimentos, además de la conservación de la cultura y reforzamiento de valores, mientras que en el plano profesional se hizo mención de la inspiración para nuevos proyectos de investigación, de emprendedurismo y reforzamiento de conocimientos.
3. Se indagó cuáles son los aspectos que se debía mejorar en experiencias posteriores, y una constante fue la difusión de la cultura Mazahua, a través de los cantos, artesanías, recorridos por la comunidad y puntos referentes como la iglesia, conocer localidades vecinas, entre otras. Para finalizar, los participantes recomiendan continuar con el desarrollo de actividades como la que se ha propuesto, en beneficio de la divulgación de la cultura y preservación de la misma.

**Imagen 35. Visitantes en la presa que capta agua para el riego**



**Fuente:** obtención propia durante trabajo de campo

## DISCUSIÓN

Si bien para la valorización se recomienda que sea endógena y exógena, en muchas ocasiones ésta se da al interior de los grupos o comunidades mediante la intervención de un agente externo, tal es el caso del presente trabajo, ya que si bien los diferentes tipos de maíz, en especial el palomero y las prácticas que le confieren tienen un significado especial, al cuestionar los usos y costumbres del mismo, incluso el por qué lo siguen produciendo, una constante respuesta fue “lo hacemos ora si como quien dice pa´ irnos a dormir cansados [sic]”, sin visualizar la oportunidad de desarrollo que dichos recursos representan. La sorpresa se dio cuando se solicitó a la líder del grupo comprar un kilogramo de maíz palomero en la cabecera municipal, con un precio de \$25.00 por kilo, mientras que en la comunidad dicho maíz se llega a vender en \$4.50 por cuartillo (1 ½ kilogramo aproximadamente).

Es importante considerar el escenario en el que se encuentra el producto que se quiere valorizar, pues de eso dependerá la elección de la estrategia y las acciones que se deben tomar para llevarla a cabo. Para el maíz palomero se planteó lo siguiente: en cuanto a la comercialización por medio de ferias y grupos de compra, puede ser una estrategia futura y que gracias a la conformación de la canasta territorial de bienes y servicios se procura la diversidad de productos y agentes beneficiados, pues para que se den ambos, la colectividad es un punto clave.

Para concretar una cooperativa de productores es necesario tener trabajo colectivo previo, ya que para ofertar algún producto se debe contar con características y cantidades de producción similares. Se considera importante mencionar que, si se crea una cooperativa de productores, el maíz palomero podría acceder a la obtención de una indicación geográfica. Incluyendo no sólo productores de Chotejé o San Felipe del Progreso, sino también a gente de otros municipios donde se ha encontrado de forma accidental dicho producto, como Atlacomulco, Ixtlahuaca, San José del Rincón, entre otros.

Como parte de la unidad de aprendizaje gestión de empresas de agroturismo del tercer módulo del programa de maestría se diseñó el plan de negocio para una

empresa a la que se denominó “Momoxtle”, cuyo objetivo es desarrollar productos novedosos con palomitas de maíz, entre los que se enlistan: pinole de palomitas, polvo para preparar atole sabor palomitas, salsa y aderezos, dulces, palomitas para microondas, entre otros. Se ha de aclarar que la propuesta de valor para dicha agroindustria es que se utilice maíz palomero toluqueño, 100% mexicano y libre de OGM, bajo un esquema de consumo local y directo del productor.

La estrategia de rutas alimentarias fue la que a consideración del grupo de trabajo se encontró como idónea para la valorización y consumo del maíz palomero. En primer lugar, es porque el producto central (maíz palomero) tiene peso específico, y que al complementarse con otros recursos conforman una sólida canasta territorial de bienes y servicios. Las actividades que se incluyen en la propuesta cuentan con la carga emotiva suficiente, que se considera fundamental promover y así satisfacer las aspiraciones de los excursionistas. Si bien, no se puede definir como ruta, sí se toman bases conceptuales de las mismas y se ha decidido nombrar como experiencia gastro-cultural.

Definir la diferencia entre el SIAL como concepto y como enfoque permite guiar de forma certera el rumbo de un proyecto, además para hablar de desarrollo, este se debe regir bajo una visión sustentable, más allá de mercantilista, es decir entender que los recursos, usos y costumbres cumplen con una función medioambiental y cultural, por lo que establecer límites para el uso de los mismos permitirá tener un proyecto sostenible.

El maíz palomero en la cultura Mazahua ha prevalecido gracias a la visión de ser más que un alimento, pues al formar parte de las tradiciones y costumbres es que se ha seguido reproduciendo, aunque de forma esporádica. La religión y sus costumbres han permitido que hasta nuestros días aún se conserve el maíz palomero en México, el cual, mediante acciones adecuadas puede ser el detonador de desarrollo para las comunidades rurales que lo poseen. Es por ello que el desarrollo de proyectos con éstas características debe estar reforzados por la antropología, las metodologías, herramientas, técnicas para recabar información o cualquier otro punto que permita entender la forma de vida de las comunidades involucradas.

En el concepto de diagnóstico territorial propuesto por Boucher y Reyes (2013) se habla de las agroindustrias, actores y relaciones que de ello deriva, sin embargo, para el presente texto se hizo hincapié en los recursos, más allá de industrias o actores, ya que son los recursos los que ofrece tipicidad a la propuesta. Por lo que se considera necesario tomar de las conceptualizaciones y propuestas metodológicas, aquellas que se puedan adaptar al tipo de proyecto que se proponga, la magnitud del mismo y apoyos adicionales para su desarrollo. Además, las variables a estudiar se determinan a partir de las estrategias de valorización elegidas, para el presente proyecto se considera fundamental ahondar en la infraestructura necesaria para un desarrollo turístico, pues durante la visita y posterior a ello los excursionistas deben sentirse seguros, con relativas facilidades para su estancia y comunicación posterior.

Se ha hecho referencia a las ventajas que representa la conformación de una canasta territorial de bienes y servicios, las cuales derivarán en desarrollo a través de la generación de empleos, sin embargo, para el presente trabajo (y aquellos que se incluyan en el turismo rural, por lo general de pequeña escala), se debe aclarar que por las características se aspira a la percepción de ingresos complementarios a través de los trabajos, pero no empleos como tal.

La importancia de los proyectos de posgrados profesionalizantes es que se puedan aplicar y replicar, haciendo las adaptaciones necesarias según el caso de intervención. Ejemplo de ello es las adaptaciones que se realizaron en la guía para la elaboración de plan de desarrollo turístico de un territorio, entre las principales se enlistan:

En el punto cuatro de dicha guía, se solicita realizar un análisis de la oferta y demanda de servicios turísticos, los cuales en la comunidad son escasos e incluso innecesarios para la propuesta, además no existe un perfil del turista rural en México, por lo que se toma la propuesta de excursionista que se ha presentado.

En el punto cinco se habla del análisis institucional del sector turismo, el cual, no se ha abordado aún en la situación académica del país, cabe señalar que es una actividad incipiente a la que aún no se ha visualizado como oportunidad de desarrollo. Por lo que se considera importante el diseño de políticas que se adapten

al turismo rural y las limitantes que ello implica, como temporalidad, infraestructura, características de productos, entre otras.

El punto doce refiere a las estrategias de financiamiento, el cual cabe recordar que puede ser externo (mediante financieras, organizaciones civiles, fundaciones, entre otras), o interno, por parte de los miembros que conforman el grupo. Para el presente proyecto se solicita el financiamiento interno, en diversas situaciones se da en especie o desempeño de actividades, como ejemplo de ello parte de los insumos que no se compran, limpieza de instalaciones, elaboración de alimentos para los visitantes, entre otras.

La elección de la guía propuesta por Blanco y Riveros (2006) fue motivada no solamente por la oportunidad que ofrece de articular los bienes y servicios de la canasta territorial, sino que ahonda en diversos puntos que conforman un plan de negocio, el cual dirige el rumbo que ha de seguir cualquier propuesta productiva, y que en la revisión de diversas aplicaciones del enfoque de SIAL ha estado ausente en las diversas etapas de activación. Además de la flexibilidad para su aplicación antes mencionada.

## CONCLUSIONES

Si bien el objetivo planteado para el presente texto se cumplió y arrojó resultados positivos, vale la pena hacer un recuento de lo que ocurrió en el proceso para dicho cumplimiento, con la finalidad de sentar una base para que futuros proyectos con características similares cuenten con un antecedente de las dificultades que desarrollar estos trabajos representa y las áreas de oportunidad. De tal suerte que el panorama sea un poco más claro y ayude a tomar decisiones más acertadas. Por lo que se puede concluir que:

- 1) Definir estrategias de valorización para productos en peligro de extinción a partir del enfoque SIAL, se considera el camino ideal en búsqueda del desarrollo, derivado de la inserción a distintos canales de comercialización dentro de las nuevas formas de consumo global. Donde dicho consumo está dirigido a un segmento en específico, no es masivo y se aprecian cualidades diferenciadoras de los productos, lo que evita una sobre explotación de los recursos.
- 2) El problema central del maíz palomero Toluqueño es que no se busca en los mercados, incluso por el desconocimiento del mismo. La utilidad del presente trabajo, así como de otros productos derivados (página web y video de modelo de negocios) será que ofrece al cliente la oportunidad de conocerlo, saber su origen, quien lo produce, características de calidad y el valor que para la etnia Mazahua tiene. Es decir, dar un paso inicial en la promoción para su consumo.
- 3) Trabajar en comunidades rurales será relativamente fácil si se consolida un grupo que se involucre y se sienta parte del proyecto, por lo que debe gestarse desde y para adentro de la comunidad en todo momento. Se debe además aprovechar la brecha recorrida ya por las instituciones de desarrollo, que a través de la integración de grupos sólidos habrán realizado en cierta manera la inclusión de los diferentes habitantes de las comunidades.
- 4) Conocer a la gente que está ligada en alguna etapa de producción de maíz palomero facilita la elección del grupo que se va a trabajar. Además de

encontrar la base para que a través de los relatos y prácticas se pueda documentar el simbolismo del producto.

- 5) (Re) conectar con el simbolismo de los productos a través de la documentación permite tener la valorización a nivel interno e inicio de concientización. A nivel externo comenzar a formular un proyecto con la suficiente carga emotiva capaz de atraer la atención de los clientes.
- 6) Realizar un diagnóstico de la comunidad aclara el panorama y arroja en determinado momento los recursos con los que se cuenta para que inicie la toma de decisiones y saber en qué estrategia de valorización se deberá trabajar.
- 7) Revisar diferentes estrategias se considera pertinente, ya que pueden ser las posibles líneas de acción que den continuidad a los proyectos. Cabe aclarar que dichas propuestas no se consideran como actividades únicas o de validez permanente.
- 8) Las rutas alimentarias en el medio rural podrán tener mayor porcentaje de éxito si se componen a partir de una canasta territorial de bienes y servicios sólida, por lo que se creó necesario puntualizar que no todas las áreas rurales son aptas para la actividad turística, pero sí existe en las áreas rurales por lo menos una alternativa para proponer estrategias de valorización como detonantes de desarrollo.
- 9) Utilizar metodologías participativas como la de Blanco y Riveros (2006) en investigaciones cualitativas ofrece la posibilidad de generar la empatía suficiente y confianza en los actores de la comunidad para que reciban al investigador. Lo que propiciará la participación activa en cuanto a propuestas y ejecución de actividades que otorgará mejores resultados en los trabajos de posgrado.
- 10) Si bien la comunidad de Chotejé cuenta con infraestructura limitada para la actividad turística, son los recursos lo que le confieren fortaleza y hacen de la propuesta un producto atractivo, como lo han pronunciado en el sondeo que se hizo a los participantes en el pilotaje.



- 11) Los trabajos de aplicación de conocimiento deben ser propuestas que por lo menos se puedan pilotear. Cuando los trabajos quedan en propuestas no se toman en cuenta las condiciones adversas que el desarrollo de los mismos puede presentar, por lo que se desconoce si son proyectos viables para aplicar y replicar.
- 12) Todos los proyectos de desarrollo deben estar sustentados en un plan o modelo de negocio, puesto que saber la definición de funciones de los involucrados, los recursos necesarios, el cómo se obtendrán, y a qué se destinarán permite tener el control del investigador y transmitir esas virtudes al grupo de trabajo.
- 13) Los productos tradicionales cuentan con una fuerte carga emotiva que pueden ser agentes de desarrollo, siempre y cuando se propongan estrategias donde la participación en cuanto al diseño y toma de decisiones involucre a la comunidad, y no sean sólo propuestas que al investigador o promotor de desarrollo convengan. En el caso del presente texto se decidió por las rutas alimentarias, que permitió visualizar las dos etapas requeridas para la valorización:  
en la valorización interna, donde los habitantes de Chotejé no daban el crédito suficiente a su producto, relegándolo solo a la alimentación de los animales. En la comunidad ya se ha destinado una pequeña parcela donde se sembrará el maíz palomero con la finalidad de aislarlo en aras de iniciar un proceso de purificación de dicha semilla *in situ*. Además de remarcar la importancia del trabajo colectivo.  
En la valorización externa, donde la gente que ha tenido participación en la ruta o quienes se enteran del proyecto entienden la necesidad de buscar el maíz palomero nacional, así como consumirlo. Además, representa una oportunidad de desarrollo para el campo mexicano. Es necesario recordar a la gente que ¡sin maíz no hay país!

En este trabajo, se han mencionado otras estrategias de valorización que podrían funcionar para generar nuevos trabajos de investigación en la comunidad. Así como

ideas que podrían dar continuidad a la propuesta de “Los hijos del *Mays*”. Para el caso de Chotejé en particular, así como en otras localidades de la región, es necesario que se realicen investigaciones en torno a los componentes nutricionales de los diferentes maíces que poseen las y los Mazahuas. Para el caso del maíz palomero Toluqueño, es necesario un comparativo entre palomitas comerciales y las que se obtienen reventando con arena para dar mayor soporte a la propuesta de agroindustria presentada.

Por último, es necesario continuar con la siembra de maíz palomero durante los próximos tres años por lo menos, para re direccionar la calidad del mismo, teniendo mayores rendimientos en la producción y mejorando la calidad en cuanto a reventado. Esta es la problemática que más se ha presentado.

## REFERENCIAS

- Barrera, E. (2006). Rutas alimentarias, estrategias culturales de desarrollo territorial. 1-17.
- Barrera, E. (2013). Las condiciones de éxito en la construcción de las rutas alimentarias. *Revista Digital de Marketing aplicado (REDMARKA)*.(6), 21-49.
- Barrera, E., & Muñoz, R. (2003). *Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales. Serie de instrumentos técnicos para la microempresa rural*. Buenos Aires: PROMER.
- Bendaña, V. G., Espinoza, O. A., & Velarde, I. (2015). Valorización de productos con identidad local. La Fiesta del Vino de la Costa de Berisso y la Feria del Quesillo de Oaxaca. *Leisa, revista de agroecología*, 31(2), 13-15.
- Bigné, E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC.
- Blanco, M., & Masís, G. (2010). Las ferias agroalimentarias de Costa Rica. Espacios para promocionar la agroindustria, los productos típicos y el turismo en los territorios rurales. *Perspectivas rurales. Nueva época*.(20), 35-52.
- Blanco, M., & Riveros, H. (2006). Las rutas alimentarias, una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba. En A. Álvarez, F. Boucher, F. Cervantes, A. Espinoza, J. Muchnik, & D. Requier, *Agroindustria Rural y Territorio. Los desafíos de los Sistemas Agroalimentarios Localizados*. (págs. 305-327). Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Boucher, F. (2014). Reflexiones en torno al enfoque SIAL: Evolución y avances desde la Agroindustria Rural (AIR) hasta los sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL). En G. Torres, *Los sistemas agroalimentarios y el consumo local*. (págs. 31-53). México. D.F.: Asociación Mexicana de Estudios Rurales A. C.
- Boucher, F., & Reyes, J. A. (2011). *Guía metodológica para la activación de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL)*. México: IICA-CIRAD-RED SIAL.
- Boucher, F., & Reyes, J. A. (2013). *Guía metodológica para la Activación Territorial con enfoque de sistemas Agroalimentarios Localizados (AT-SIAL)*. México: IICA.
- Boucher, F., & Reyes, J. A. (2016). El enfoque SIAL como catalizador de la acción colectiva: casos territoriales en América Latina. *Estudios Sociales*., 13-37.
- Boucher, F., & Riveros, R. A. (2017). Dinamización económica incluyente de los territorios rurales: alternativas desde los Sistemas Agroalimentarios Localizados y los Circuitos Cortos de Comercialización. *Estudios Latinoamericanos, Nueva Época*, 39-58.
- Champredonde, M., & Silva, M. F. (2015). *Diferenciar productos locales contribuyendo al desarrollo territorial*. Montevideo: IICA.
- CNDI. (2006). *Monografía de San Felipe del Progreso, Estado de México*. Obtenido de [http://www.cdi.gob.mx/Mazahuas\\_edomex/indice.html](http://www.cdi.gob.mx/Mazahuas_edomex/indice.html)
- Conabio. (2012). *Biodiversidad Mexicana*. Recuperado el 22 de Enero de 2018, de Razas de maíz de México.: <https://www.biodiversidad.gob.mx/usos/maices/razas2012.html>
- Curz, M. S., Gómez, M. M., Ortíz, M. E., Entzana, A. M., & Santillán, V. (s, f.). *Situación actual y perspectivas del Maíz en México 1996-2012*. México: SIAP.

- del Roble, M., & Martínez, S. (2015). La estrategia de canasta de bienes territoriales y su repercusión local en empleo e ingresos. El caso de Xicotepec de Juárez, Puebla. *Corpoica Ciencia y Tecnología Agropecuaria.*, 217-237.
- Díaz, C. (2005). Los debates actuales en la sociología de la alimentación. *Revista Internacional de Sociología*(40), 47-78.
- Escobar, Y. S., Vizcarra, I., Thomé, H., & Espinoza, A. (2016). Caracterización de los consumidores de alimentos orgánicos en tianguis y mercados alternativos de la zona centro de México. En M. C. Renard, *Mercados y desarrollo local sustentable.* (págs. 135-154). México: Red SIAL.México.
- Flores, M. (s. f.). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Opera.*(7), 35-54.
- Fournier, S., & Muchnik, J. (2012). El enfoque "SIAL" (Sistemas Agroalimentarios Localizados) y la activación de recursos territoriales. *Agroalimentaria.*, 133-144.
- Gómez, A. J., De la O, M., Santacruz, A., & López, H. (2014). Conservación in situ, manejo y aprovechamiento de maíz Palomero Toluqueño con productores custodios. *Revista Mexicana de ciencias Agrícolas.*, 1519-1530.
- García de la Cadena, M., Saltijeral, J. L., & Sosa, S. M. (2017). *Guía para el desarrollo de mercados de productores. Proyecto "creación de cadenas cortas agroalimentarias en la Ciudad de México"*. Ciudad de México: FAO.
- Gobierno del Estado de México. (1973). *Monografía del Municipio de San Felipe del Progreso*. Toluca: GOBEM.
- Gobierno del Estado de México. (1973). *Monografía del municipio de San Felipe del Progreso*. Toluca: GOBEM.
- Grass, J. F., & Aguilar, J. (2012). El enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL). *Textual*(60), 45-60.
- H. Ayuntamiento de San Felipe del Progreso. (2016). *Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018*. Toluca: Gobierno del Estado de México.
- Hellin, J., & Bellon, M. (2007). Manejo de semillas y diversidad del maíz. *LEISA revista de agroecología*, 9-11.
- Hiernaux-Nicolas, D. (2002). Turismo e imaginarios. En D. Hiernaux-Nicolas, A. Cordero, & L. Van Duynen, *Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible.* (págs. 7-35). San José, Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- IMPI, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (2018). *Servicios que ofrece el IMPI/Marcas/Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas*. Recuperado el 26 de diciembre de 2018, de gob.mx: <https://www.gob.mx/imp/acciones-y-programas/servicios-que-ofrece-el-imp-marcas-denominaciones-de-origen-e-indicaciones-geograficas>
- INAFED. (s. f.). *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México*. Obtenido de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15074a.html>
- INALI. (2009). *Catálogo de lenguas indígenas nacionales. Variantes lingüísticas de México con sus autodeterminaciones y referencias geoestadísticas*. México: IEPSA.
- Lacroix, P., & Cheng, G. (2014). Reflexiones sobre la comercialización en ferias y mercados de productores de la región andina. En P. Lacroix, & G. Cheng, *Ferias y mercados de*

- productores: hacia nuevas relaciones campo-ciudad.* (págs. 181-190). Lima, Perú: Centro Peruano de Estudios Sociales.
- Lizcano, F. (2017). *Estado de Méxicio: una regionalización con raíces históricas*. Toluca.: Gobierno del Estado de México-UAEM.
- Millán, M. G., & Agudo, E. M. (2010). El turismo gastronómico y las Denominaciones de origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso. *Pasos*, 8(1), 91-112.
- Monteza, O. A. (2012). *Guía práctica para la creación y el fortalecimiento de una cooperativa agrícola en Panamá*. Panamá: FAO.
- Morales, E. S. (2000). *El sabor agrio en la cultura Mazahua*. Toluca: Insituto Mexiquense de Cultura.
- Pérez, S. (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Agronomía Colombiana*, 507-513.
- Ramírez, I. (2009). *Perfiles indígenas en el Estado de México*. Toluca: UAEM.
- Rojas, J. J. (2013). Panorama general del cooperativismo agropecuario en México. *Estudios agrarios.*, 121-137.
- Rojas, S. (2016). *Estudio de la producción del maíz palomero en México y su oportunidad de negocio en el mercado nacional. (Tesis de pregrado)*. Recuperado de: <http://repositorio.uaaan.mx:8080/xmlui/handle/123456789/8043>.
- Romero, T., González, L., & Reyes, G. (2006). Geografía e historia cultural del maíz palomero toluqueño (*Zea mays everta*). *Ciencia Ergo Sum*, 47-56.
- Romero, T., González, L., & Reyes, G. (2006). Geografía es historia cultural del maíz palomero toluqueño (*zea mays everta*). *Ciencia ergo sum*, 47-56.
- Royo, M. (2006). Conceptualización del excursionismo o turismo rural-cultural, variables conformadoras de la imagen y exploración del perfil. *Papers de turisme*, 57-72.
- SAGARPA. (2008). *Anuario de la Producción Agrícola*. México. D.F.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación . (2012). *Agricultura familiar con potencial productivo en México*. FAO.
- Verduscolo, R., Thomé da Cruz, F., & Schneider, S. (2016). (Re) valorización de los alimentos de la agricultura familiar: límites y particularidades de las estrategias agroalimentarias en el estado de Río Grande do Sul, Brasil. *Agroalimentaria*, 149-169.
- Villalobos, O. (2015). *¿Qué son los circuitos cortos de comercialización? tianguis y mercados agroecológicos, certificaciones y canastas de productos locales*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2018, de Journal Rural.com "Blog en desarrollo rural y educación popular": <http://journalrural.com/circuitos-cortos-de-comercializacion/#sthash.iCvnX5nZ.dpbs>

## ANEXOS

**Cuadro 8. Perfil de puesto encargado de alimentos**

Nombre del puesto	Encargado de alimentos
Requisitos del puesto	Sexo: femenino Responsable Organizado Habilidad de comunicación Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo
Actividades	-Generar requisiciones de materia prima -Tener a tiempo los alimentos para desayuno y comida -Producir alimentos para los asistentes a la actividad -Lavar platos, vasos y plaqué utilizados en la comida
Honorarios	\$750 por visita

**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 9. Perfil de puesto responsable de taller gastronómico**

Nombre del puesto	Responsable de taller gastronómico
Requisitos del puesto	Sexo: femenino Empatía y facilidad de palabra Responsable Organizado Habilidad de comunicación Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo
Actividades	-Verificar disposición de insumos -Diseñar los platillos a preparar acorde a la temporalidad de productos -Preparar con antelación la nixtamalización de maíz para elaboración de tortillas -Sensibilizar mediante charlas de la importancia del uso y consumo de los ingredientes autóctonos de la cocina mexicana -Limpieza de los utensilios necesarios para el taller
Honorarios	\$500 por visita

**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 10. Perfil de puesto responsable de recorridos por milpas**

Nombre del puesto	Responsable de recorridos por milpa
Requisitos del puesto	Sexo: masculino Empatía y facilidad de palabra Responsable Organizado Habilidad de comunicación Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo Manejo de las características de los diferentes tipos de maíz
Actividades	-Guiar a los asistentes por las milpas y mostrar la importancia de las prácticas agroecológicas de la comunidad -Mantener el orden y limpieza de las milpas -Propiciar un diálogo respecto a los conocimientos tradicionales que rodean a las milpas e invernaderos
Honorarios	\$500 por visita

**Fuente:** elaboración propia

**Cuadro 11. Perfil de puesto responsable de recorridos en invernaderos**

Nombre del puesto	Responsable de recorridos invernaderos
Requisitos del puesto	Sexo: indistinto Empatía y facilidad de palabra Responsable Organizado Habilidad de comunicación Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo Conocimiento pleno de los procesos en invernaderos y productos obtenidos
Actividades	-Guiar a los asistentes por los invernaderos y mostrar la importancia en la adopción de nuevas tecnologías en agricultura -Mantener el orden y limpieza de los invernaderos -Propiciar un diálogo respecto a los conocimientos tradicionales que rodean a los invernaderos
Honorarios	\$500 por visita

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 12. Perfil de puesto responsable de taller cultural**

Nombre del puesto	Encargado de taller cultural
Requisitos del puesto	Sexo: femenino Empatía y facilidad de palabra Responsable Organizado Habilidad de comunicación Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo
Actividades	-Encender fogón previo a la llegada de los visitantes -Dirigir el proceso de reventado y selección de palomitas, abordando los aspectos históricos relevantes para la cultura de la comunidad. -Seleccionar las palomitas ideales para el taller artesanal -Dirigir el taller artesanal (elaboración de collares con palomitas) -Reservar y almacenar los residuos de fogón y arena blanca usada
Honorarios	\$500 por visita

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 13. Perfil de puesto responsable de exposición para venta**

Nombre del puesto	Responsable de exposición para venta
Requisitos del puesto	Sexo: indistinto Empatía y facilidad de palabra Responsable Organizado Habilidad de comunicación Empatía con la gente Conocimiento de los productos y su uso
Actividades	-Asistir de manera puntual al final de la visita con productos variados y suficientes para venta -Recabar productos típicos de la comunidad -Tener un control de inventario de productos (stock)
Relaciones jerárquicas	Reporta a: jefe de operación
Sueldo	\$300 por visita más comisiones de venta

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Modelo de negocio CANVAS de "Los hijos del Mays"

<p><b>Aliados Clave</b></p> <p>Prestadores de servicio de la comunidad (grupo Los hijos del Mays)</p> <p>Fundación Tortilla de Maíz Mexicana</p> <p>Instituciones Educativas de nivel Licenciatura</p>	<p><b>Actividades Clave</b></p> <p>Conformación de una canasta de bienes y servicios territoriales</p> <p>Promoción de la excursión (ruta)</p> <p>Propiciar la reproducción /conservación de los productos de la canasta de bienes y servicios</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> <p>Excursiones que propician el contacto con el medio rural y la reconexión con la naturaleza. Además de tener la oportunidad de conocer <i>in situ</i> la etnia Mazahua y las expresiones que de ella derivan, entre las que se enlistan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alimentarias:</li> <li>✓ Festivas:</li> <li>✓ Culturales:</li> </ul> <p>Gracias a la retribución económica hecha por los visitantes, se obtendrán ingresos complementarios para la comunidad, reduciendo así el deseo de los varones por emigrar en busca de trabajo, por lo tanto, conservar la estructura familiar. Además, se busca fomentar la reproducción de maíz palomero toluqueño, raza declarada en peligro de extinción, quienes realicen la experiencia colaborará en el rescate del palomero mexicano</p>	<p><b>Relación con el Cliente</b></p> <p>Se procura que la comunicación sea siempre personalizada. La página de aliados clave será solo para publicidad, sin embargo, el contacto y servicio post venta será personal, mediante redes sociales propias.</p>	<p><b>Segmentos de Clientes</b></p> <p>1) Dirigida a excursionistas que gustan de realizar actividades culturales o naturales, por lo general con formación universitaria de entre 25 y 54 años que buscan desconectar de sus actividades cotidianas, conocer nuevos lugares y descansar o relajarse. Tienen alto sentido de responsabilidad ambiental y cuidado por su salud, además de apreciar y re valorar expresiones culturales mexicanas.</p> <p>2) Estudiantes universitarios (licenciatura en Gastronomía, Turismo, Antropología, Agronomía)</p>
<p><b>Estructura de Costes</b></p> <p>Cada vez que se realiza la excursión se debe cubrir un total de \$6850.00 que se desglosan de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Adquisición de materia prima, algunos serán cubiertos en especie por parte de los integrantes del grupo. \$850.00</li> <li>✓ Pago a oferentes de servicios. \$3500.00</li> <li>✓ Renta de transporte para el desarrollo de la experiencia. \$2500.00</li> </ul>		<p><b>Estructura de Ingresos</b></p> <p>Los ingresos provendrán de la cuota que pague cada excursionista (\$650.00) por realizar la experiencia. Los pagos se harán en efectivo y depósitos a cuenta bancaria.</p> <p>Además, se generan ingresos por venta de artesanías, tortillas, maíz o prendas al final de cada excursión.</p> <p>Los cursos que se realicen en las instituciones tendrán costo que se definirá según la distancia que se tenga que recorrer respecto a la comunidad.</p>		

Fuente: elaboración propia con colaboración de la Doctora Patricia García Hernández