



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO



**REVITALIZANDO EL PATRIMONIO CULTURAL – GASTRONÓMICO:
MARCA COLECTIVA, CHORIZO DEL VALLE DE TOLUCA**

TRABAJO TERMINAL DE GRADO

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

PRESENTA:

PEDRO HUITZILIHUITL OVANDO FLORES

COMITÉ TUTORAL

DR. ESTEBAN BARRAGAN LÓPEZ
TUTOR ACADEMICO

Unidad San Cayetano, Toluca, Estado de México. Enero 2013

Para los pueblos indígenas, campesinos y rurales,
la tierra y el territorio son más que trabajo y alimento:
son también cultura, comunidad, historia, ancestros,
sueños, futuro, vida y madre.

Andrés Aubry

Dedicatoria

A mi cómplice, porque ha estado a mi lado
brindándome su amor y teniendo la comprensión
necesaria para la realización de este proyecto.

A mis viejos, Tere y Aurelio, por enseñarme
que la vida sin amor no tiene significado y
por haber sido grandes guías que encausaron mi vida.

A mis hermanos, Tona e Ilhui por ser
tan especiales y estar a mi lado.

A mis otros hermanos que aunque
no son de sangre los quiero como a mi familia,
gracias Amigos por estar y ser tan comprensivos.

A todas las personas que con su empeño,
esfuerzo y dedicación, tratan de construir
un mejor mañana.

Resumen

La globalización ha generado procesos de homogeneización en los alimentos, con el único objetivo de ofrecer productos de calidad, sin embargo, en un alimento la calidad se encuentra dada por los atributos de valor que se le pueden ofrecer al consumidor final. Esto ha venido a poner más énfasis en los sellos de calidad que garantizan la manufactura de un producto artesanal, tal y como se realiza en la UE. Aunque AL es relativamente nueva en términos de sello de calidad, se encuentra realizando un trabajo amplio para estar a la par con la UE. Específicamente en México, se cuentan con productos alimenticios históricos que pueden protegerse mediante un signo distintivo, el organismo encargado de realizar esta labor es el IMPI, el cual otorga DO y MC. Sistemas de protección que aun cuentan con algunas deficiencias, y ponen barreras muy grandes a los pequeños productores, que tratan de insertarse en nuevos mercados. Realizar un trabajo de esta proporción, requiere la integración de un equipo multidisciplinario, el cual cubra la investigación de distintos ángulos. El trabajo realizado en equipo se dio bajo un enfoque SIAL, tomando en cuenta tanto al territorio como a los actores locales. Es por ello que el objetivo de este trabajo, fue documentar el proceso que se lleva para poder obtener una MC para un producto alimenticio con una historia de elaboración de más de 400 años, tal es el caso del chorizo del VT. Una MC traería beneficios económicos y de reconocimiento hacia un producto que se ha visto mermado por la competencia desleal que existe. Mediante el trabajo realizado con la Asociación de Productores de Chorizo, se logró obtener la información necesaria para redactar un esquema de Reglas de Uso, requisito indispensable para obtener la protección legal del embutido, sin embargo el trabajo continua. El chorizo forma parte del patrimonio cultural-gastronómico de los productores y habitantes del VT.

Abstract

Globalization has led to homogenization processes in food, with the sole aim of providing quality products, however, in a food quality is given by the value attributes that can be offered to the final consumer. This has come to put more emphasis on quality seals that ensure the manufacture of a handmade product, as is done in the EU. Although AL is relatively new in terms of quality seal, is conducting a comprehensive work to be on par with the EU. Specifically in Mexico, will feature historical foodstuffs can be protected by a distinctive sign, the agency responsible for carrying out this work is the IMPI, which gives DO and MC. Protection systems that still have some shortcomings, and get very big barriers to small producers, who try to insert themselves into new markets. Perform work of this proportion, requires the integration of a multidisciplinary team, which covers the investigation of different angles. Work in team came under SIAL approach, taking into account both the territory and local actors. That is why the aim of this study was to document the process that is to get a MC for a food product with a history of making more than 400 years, as in the case of VT chorizo. A MC would bring economic benefits and recognition to a product that has been undermined by unfair competition that exists. Through work with Chorizo Producers Association, was able to obtain the information necessary to draft an outline of guidelines, a requirement for legal protection of the sausage, but the work continues. The chorizo is part of cultural heritage and gastronomic producers VT residents.

Agradecimientos

Además de agradecer al Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales (ICAR) y al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo económico brindado, este documento fue posible gracias al entusiasmo y apoyo de los profesores: Esteban Barragán López, Angélica Espinoza Ortega, Héctor Favila Cisneros y Baciliza Quintero Salazar.

De la misma forma un agradecimiento a los productores de chorizo que participan en el proyecto, así como al apasionado grupo que se formó "Prochorizo"

Contenido

	Página
Resumen	III
Abstract	IV
Lista de mapas, cuadros, fotos e imágenes	VIII
Introducción general	IX
Capítulo 1. Marco de referencia; hacia la protección del chorizo del Valle de Toluca	
1.1 Calidad en productos alimenticios	15
1.2 Sellos de calidad para alimentos en la Unión Europea	17
1.3 Sellos de calidad en América Latina	20
1.4 Institucionalidad en México: marco legal, convenios internacionales y protecciones naciones	24
1.5 La problemática sobre el reconocimiento del chorizo del Valle de Toluca	27
1.6 La protección del chorizo del Valle de Toluca es fundamental	30
1.7 Objetivo General	32
1.8 Objetivos particulares	32
1.9 Metodología	32
Capítulo 2. Chorizo del Valle de Toluca bajo la perspectiva del SIAL	
2.1 Valorización y activación de recursos territoriales: Chorizo del Valle de Toluca	37
2.2 Posibilidades de desarrollo mediante la activación y valorización del chorizo del Valle de Toluca	42
2.3 Características del territorio	
2.3.1 ¿Por qué Valle de Toluca?	44
2.3.2 Condiciones del Valle de Toluca	
2.3.2.1 Aspectos físicos del Valle de Toluca	47
2.3.2.2 Dinámica poblacional y económica del Valle de Toluca	51
Capítulo 3. Alimento, patrimonio y cultura; Chorizo del Valle de Toluca	
3.1 El sustancioso Valle de Toluca	56
3.2 Chorizo, patrimonio cultural-gastronómico del Valle de Toluca	63
3.3 Chorizo, alimento e identidad cultural	67
3.4 Elaboración del chorizo del Valle de Toluca	70
Capítulo 4. Proceso de gestión para la protección legal del Chorizo del Valle de Toluca	
4.1 Registro de la Marca Colectiva para el Chorizo del Valle de Toluca	75
4.2 Gestión de una Marca Colectiva para el chorizo del Valle de Toluca	77

4.3 Actores involucrados en el proceso	82
4.4 Análisis del proceso de certificación del chorizo del Valle de Toluca	83
Capítulo 5. Conclusión	
5.1 Consideraciones finales	86
Referencias bibliográficas	92
Anexos	
Anexo 1. Solicitud de registro de Marca Colectiva ante el IMPI	98
Anexo 2. Reglas de uso para el chorizo del Valle de Toluca	100
Anexo 3. Búsqueda fonética en la pagina web del IMPI	108

Lista de mapas

Mapa 1: Municipios del Valle de Toluca que pertenecen a la Asociación	35
Mapa 2: Distribución del Valle de Toluca en la época de la colonia	45
Mapa 3: Cuenca del Curso Alto del Río Lerma	47
Mapa 4: Localización de la Cuenca	48
Mapa 5: Límites del Valle de Toluca	49
Mapa 6: Ocupación y uso de suelo	51

Lista de cuadros

Cuadro 1: Trabajo desarrollado en equipo	XI
Cuadro 2: Signos distintivos en la Unión Europea	18
Cuadro 3: Trabajo realizado en América Latina	21
Cuadro 4: Estadística de la población	52
Cuadro 5: Elaboración de chorizo artesanal	73
Cuadro 6: Análisis FODA	83

Lista de fotos

Foto 1: Vista del Volcán Xinantecatl	57
Foto 2: Día de plaza en Toluca	60
Foto 3: Portales de Toluca	60
Foto 4: Rastro de Toluca	61
Foto 5: Venta de chorizo en el mercado	62
Foto 6: Venta de chorizo en el mercado	62
Foto 7: Arco de bienvenida a Toluca	62
Foto 8: Vista panorámica del Valle de Toluca	62
Foto 9: Chorizo del Valle de Toluca	69
Foto 10: Reunión con productores	77
Foto 11: Reunión con productores	77

Lista de imágenes

Imagen 1: Círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen	XI
Imagen 2: Logo de la Asociación de Productores de chorizo	76
Imagen 3: Representación sobre lo que no es registrable ante el IMPI	77
Imagen 4: Procedimiento para registrar una marca en línea	81
Imagen 8: Cartel de la 1ª feria del chorizo	91

Introducción general

La tendencia de los consumidores muestra una clara inclinación hacia la búsqueda de más información sobre el origen y el proceso de elaboración, acerca de los productos alimenticios, elaborados artesanalmente. Aumentando así las preferencias por productos elaborados de acuerdo a conocimientos avalados por la tradición, o productos cuyas características se asocian directamente al lugar geográfico de origen; o productos elaborados con cuidados especiales respecto del medio ambiente, y/o productos cuyo retorno económico favorece directamente a pequeños productores o a empresas que respetan las leyes sociales y laborales de sus trabajadores (Oyarzún, 2005).

El consumidor consiente está dispuesto a pagar un precio más alto, por aquellos productos que muestran atributos de valor. La forma en la que el cliente reconoce la garantía de un producto, es a través de un sello de calidad, el cual se avala mediante una certificación, la cual indica que el producto cumple con los atributos adecuados que garantiza el sello.

La Unión Europea (UE) cuenta con políticas que ayudan a proteger productos alimenticios, que son fruto de la tradición y de la producción en una región específica, estos se certifican a través de sellos como la Denominación de Origen (DO), Indicación Geográfica Protegida (IGP), Especialidad Tradicional Garantizada (ETG): lo cual se traduce en el marco legal como parte de la oferta hacia el consumidor, garantizándole buenas prácticas de producción y elaboración, así como otorgarle al productor una herramienta de comercialización, la cual dote a su producto de una ventaja competitiva.

En América Latina (AL) la demanda es aún incipiente, sin embargo el conocimiento e interés del consumidor por estas características de calidad de los alimentos ha ido en aumento. A su vez esto representa un nicho pequeño de mercado, lo cual da pie a que surjan organizaciones encaminadas a la protección de su producto a través de un sello de calidad, el cual sea también una herramienta de comercialización.

Países como Argentina, Chile, Costa Rica, Uruguay, entre otros, han desarrollado programas enfocados a la protección de sus productos tradicionales, los cuales les han otorgado identidad y al viajar a otros mercados no pierden su raíz.

El trabajo realizado en México por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) enfocado a la protección de productos tradicionales, es aun deficiente, debido a que la normatividad, es una barrera muy alta para los pequeños productores que desean realizar un proceso de certificación para productos regionales que forman parte de la tradición.

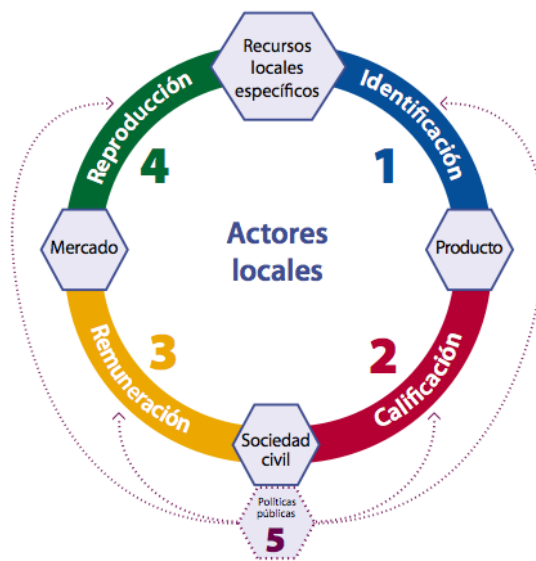
Realizar proyectos enfocados a la revitalización del patrimonio, requiere de integrar un equipo, multidisciplinario, el cual ayude a un grupo de productores, de distintas maneras, para lograr un adecuado proceso; productivo, organizativo, legal, comercial, entre otros.

Trabajar bajo el enfoque de Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL), en un producto como lo es el chorizo del Valle de Toluca (VT), requirió que en la maestría de nombre: Agroindustria Rural Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario, se integrara un grupo de 7 estudiantes, autodenominados *Prochorizo*, el cual tiene como meta, lograr mejorar las capacidades de los productores y encaminarlos en el proceso de protección legal del chorizo, logrando la Marca Colectiva (MC), con miras a que si la institucionalidad lo permite se obtenga una Indicación Geográfica (IG).

Sin embargo es necesario mencionar que el trabajo realizado, es el resultado de un proyecto que se vincula con la Licenciatura en Gastronomía, ya que al surgir el proyecto denominado: Rescate y Caracterización de embutidos del Valle de Toluca, dirigido por la Dra. Baciliza Quintero; se observó que hace falta un trabajo, amplio, que profundice sobre el valor que tienen los embutidos en la región.

El sumar esfuerzos como equipo, ha logrado que se trabaje con productores de chorizo, los cuales tienen la esperanza de que el embutido se realce, y de esta forma evitar la imitación y el engaño al cliente, ya que como lo mencionan ellos: "chorizo solo el de Toluca".

El trabajo de cada uno se dividió, de tal forma que se logró integrar un círculo virtuoso de calidad vinculada al origen (Vandecandelaere *et. al.*, 2010), el cual se tomó como base para desarrollar el proyecto denominado: “Revalorización de los chorizos rojo y verde del VT a partir de un sello de calidad”, en donde el objetivo, es: *Obtener un sello de calidad para los chorizos rojo y verde del VT a través de la integración de productores en una organización donde se establezcan estrategias que permitan revalorizar, mejorar y difundir dichos productos, mediante la vinculación con diferentes instituciones.*



Círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen (Vandecandelaere *et. al.*, 2010)

A raíz de la suma de esfuerzos se incluyeron miembros al equipo, aportando conocimiento y entrega para lograr la revaloración de un producto que es característico y propio del VT. El trabajo se realiza de la siguiente manera:

Integrante	Proyecto Especifico
L. G. Mario Fernández Zarza	La acción colectiva como base para la activación SIAL: el caso del chorizo rojo y verde del VT
L. G. Maritza Jiménez Villanueva	Propuesta de un plan de mejora y control higiénico para productores de chorizo artesanal del VT en busca de una MC
L. T. Ana María Cortéz Hernández	La feria: estrategia de promoción

	turística del chorizo rojo y verde del VT
L. T. Andrea Edurne Jiménez Ruiz	Proyecto de gestión territorial para el aprovechamiento de la producción de chorizo tradicional en el VT
L. G. Victoria Viviana Salinas Valdes	Análisis de mercado del chorizo del VT
L. G. Luis Alberto Gonzalez Sánchez	Tipificación de dos embutidos tradicionales del VT: chorizo rojo y verde
L. G. Pedro Huitzilhuilitl Ovando Flores	Revitalizando el patrimonio cultural-gastronómico: MC chorizo del VT
P. D. G. Jorge Luis Martinez	Diseño de identidad de MC para los productores de chorizo rojo y verde en el VT como estrategia de gestión de calidad
P. L. G. Irais Isaura Juárez González	Caracteización del chorizo rojo y verde del VT como un producto diferenciado.
E. L. H. Edith Martínez Gómez	Historia del Chorizo en Toluca

De esta manea es que el presente trabajo, esta enfocado en presentar como el chorizo del Valle de Toluca, forma parte del patrimonio cultural – gastronómico del territorio y de los habitantes. Siendo precisamente este peculiar embutido el que le ha otorgado una identidad a la región; un ejemplo es que hasta el equipo de futbol local es denominado “*choriceros*”.

En el presente documento se plasma el trabajo realizado con los productores de chorizo, para lograr la revaloración socioeconómica y la protección del chorizo a través de una MC, realizando las Reglas de Uso requeridas para conformar el expediente de solicitud de registro ante el IMPI.

A su vez se muestra como el territorio le otorgó ciertas características al chorizo que realizaban los españoles, para dar paso a un nuevo embutido, el cual ganaría un reconocimiento nacional, y se anclaría al territorio, formando parte de la tradición de los habitantes del Valle.

1

*Marco de referencia;
hacia la protección del chorizo del
Valle de Toluca*

1.1. Calidad en productos alimenticios

Desde principios del siglo XXI los modelos alimentarios están en crisis, tanto en los países desarrollados como en los países en vías de desarrollo. En estos últimos persiste la incertidumbre acerca del tipo de crecimiento por emprender, para superar la crisis de escasez, que aún aflige a gran parte de la población. En cambio, en los países desarrollados la crisis se expresa en el sentido de ansiedad con el cual el consumidor vive la selección y el consumo de los alimentos (Acampora, *et al.*, 2008).

Los sistemas nacionales de control para los alimentos son una condición esencial para la protección de los consumidores, así mismo son fundamentales para garantizar la calidad de los alimentos, sin embargo se debe tomar en cuenta que la calidad de un producto alimenticio es el resultado de un proceso de elaboración a lo largo de toda la cadena productiva y comercial (Oyarzún *et al.*, 2002).

A decir de Oyarzún *et al.* (2002) de acuerdo a la Normalización –ISO- “la calidad se define en función de la medida en que el conjunto de propiedades y características que ofrece un producto o servicio satisfacen las necesidades declaradas o implícitas del consumidor”. Tomando en cuenta este punto de vista la calidad es una noción subjetiva, que se encuentra sujeta a diferentes cambios.

El término calidad, como lo menciona Paz *et al.* (2009) en su sentido amplio se refiere a los atributos del producto que pueden jerarquizarse de acuerdo a criterios objetivos. En la decisión de compra de los consumidores, junto con el precio, se valoran atributos intrínsecos al producto, a su proceso de producción o al impacto de su consumo, y cada consumidor asigna una ponderación o importancia distinta a cada uno de dichos atributos en el momento de su adquisición. Debido a lo anterior, las consideraciones sobre la calidad se refieren a la apreciación que el consumidor tiene del producto, en relación a atributos como:

- a) La calidad como *resguardo de inocuidad*; esto hace referencia a que el alimento no cause daño a la salud de las personas que lo consumen.

- b) La calidad *nutricional*; tomando en cuenta la aptitud de los alimentos para satisfacer las necesidades del organismo en términos de energía y nutrientes.
- c) La calidad definida por los *atributos de valor*, atributos que diferencian a los alimentos de acuerdo a sus características organolépticas, de composición y a la satisfacción del acto alimenticio ligado a las tradiciones socio-culturales, de educación y necesidad de convivencia (Ablan, 2002; Niño de Zepeda et. al.,1999; Niño de Zepeda y Echavarri, 2001; citados por Oyarzún et. al., 2002).

En este sentido la tendencia predominante en los mercados agroindustriales revela un creciente interés por parte de los consumidores hacia productos tradicionales estrechamente vinculados a un determinado lugar de origen. Tanto en los países desarrollados como en los países en vías de desarrollo, los clientes finales muestran paulatinamente una mayor propensión a adquirir productos agroalimentarios enraizados en las diversas culturas populares. Hay una inédita preferencia por lo que se percibe como auténtico y genuino (Van de Kop y Sautier en: Van de Kop et al. 2006; FAO 2008 citados por Ackermann, 2009).

Debido a la tendencia que se presenta en los productos alimenticios, es importante que exista una adecuada articulación entre productores, academia e instituciones públicas y privadas; así el productor logrará un adecuado proceso de revaloración tanto legal como socioeconómica, y a su vez se le otorgará al consumidor la información necesaria, por ejemplo: la calidad de los ingredientes, la forma de elaboración, si proviene de alguna región o país. Una vez que se ofrecen estas garantías al cliente, este se encuentra dispuesto a pagar un precio mayor por el producto (Oyarzún, *et al.*, 2002).

En este contexto el enfoque de la calidad está dado desde la perspectiva de los atributos de valor diferenciadores, teniendo en cuenta que una de las herramientas útiles para desarrollar el potencial de una región, es el trabajar en un proceso de identificación territorial con la creación de sellos, marcas o identificaciones con las que el territorio se promoció tanto de forma interna como externa. Tomando en

cuenta productos específicos de calidad diferenciada como los alimentos (Tolón et. al., 2009).

1.1.2 Sellos de calidad para alimentos Unión Europea

El consumir un alimento es más que sólo comprarlo, para el cliente indagar más sobre el origen y el proceso de elaboración de los alimentos se ha vuelto un requisito de autenticidad, al preferir productos que tengan más sabor y sean fabricados de una manera tradicional; actualmente un sector poblacional no compra un alimento sólo porque es el de menor precio, sino porque su calidad ha sido diferenciada, avalada y corresponde a lo anhelado por el cliente. Este comportamiento aunado a la saturación de productos agroalimentarios, ha ayudado a la identificación cultural de productos alimentarios (Rodríguez, 2008).

Un sello de calidad presente en un empaque asegura las condiciones del producto y le otorga al consumidor la seguridad de estar obteniendo un alimento de calidad diferenciada. Debido a esto los operadores de la industria alimentaria han buscado que exista un elemento diferenciador en sus productos, para de esta forma poder cumplir con las exigencias del cliente, mediante una certificación que los avale.

Un alimento de calidad diferenciada, es aquel producto que se encuentra protegido por una normativa de la UE que garantiza el cumplimiento de algunos requisitos, superiores a los exigidos para el resto de productos (MARM, 2008). El carácter y la calidad excepcional de algunos productos se deben tanto a su lugar de producción como a los métodos utilizados para obtenerlo y elaborarlos.

Las políticas de desarrollo de la UE apoyan y reconocen a los alimentos de calidad diferenciada, los productos territoriales son conceptualizados como una forma de capital cultural con el potencial de brindar un mayor beneficio social y económico a una región (Tregear et. al., 2007: citado por Tolón et. al., 2009), y es debido a esto que se resalta el valor con que el alimento cuenta para que de esta forma el consumidor identifique el alimento de una forma más clara.


En este sentido las políticas de la UE reconocen y protegen a los productos que se encuentran relacionados a un territorio o a un método de producción, este reconocimiento permite identificar los productos de calidad diferenciada, a decir del MARM (2008) estas políticas de calidad permiten:



- Ofrecer garantía a los consumidores acerca del origen y los métodos de producción
- Mensajes eficaces para la comercialización de estos productos y mejores posibilidades de promoción.
- Apoyar a los productores en su entorno protegiendo su producto de imitaciones

Cuando un producto adquiere cierta reputación fuera del lugar de origen, es víctima de imitaciones, esto ocasiona una competencia desleal y al mismo tiempo una confusión por parte del consumidor. Por ello en 1992, la UE creó un sistema conocido como: DOP, IGP y ETG para promover y proteger productos de calidad diferenciada (MARM, 2008; Tolón, 2009)

La calidad de algunos productos se encuentran protegidos por los signos correspondientes a la DOP, IGP Y ETG (Cuadro 1), esto le garantiza al cliente que está obteniendo un producto que se ha elaborado bajo los parámetros establecidos y le permite al productor reducir la competencia desleal que se presenta.

Cuadro 1. Elaboración propia. Basado en Oyarzún *et. al.*, (2002); MARM, (2008)

	<p>DOP: Garantiza que el producto que lleva este sello ha sido producido, transformado y elaborado en una zona geográfica determinada, con conocimientos específicos reconocidos y comprobados. Para estos productos todo el proceso de producción del alimento debe realizarse en la zona establecida</p>
---	---

	<p>IGP: Garantiza que el producto que lleva este sello, presenta un vínculo con el medio geográfico en al menos una de las etapas de su desarrollo: producción, transformación, elaboración. Además el producto cuenta con una buena reputación.</p>
	<p>ETG: Garantiza que el producto que lleva este sello presenta una composición tradicional o está elaborado según un método de producción tradicional. Se encuentra destinado a productos ligados a un método particular de producción, que cuenta con ciertas características, ya sea debido a ingredientes tradicionales o que su fabricación no se ha modificado desde que se inicio.</p>

El marco legal para ofrecer al consumidor buenas practicas de producción y elaboración, así como otorgarle al productor una herramienta de comercialización la cual dote a su producto de una ventaja, incluye: el Reglamento (CE) No. 510/2006 del Consejo, sobre la protección de las IGP y DOP de los productos agrícolas y alimentarios, que deroga el Reglamento (CE) No. 2081/1992 y el Reglamento (CE) no 509/2006 del Consejo sobre las ETG, que deroga el Reglamento (CE) no 2082/1992, que no afectan ni al vino ni a las bebidas espirituosas, aclaran y simplifican los criterios para el reconocimiento de esos indicativos de calidad (MARM, 2008).

Para lograr la obtención de un sello de calidad diferenciada es necesario que las agrupaciones u organizaciones, inicien un proceso de registro en las oficinas correspondientes, aquí se deberá entregar la solicitud de registro junto con los documentos que se establecen en el reglamento, para posteriormente ser evaluada y dar una resolución (Tolón *et al.*, 2009).

Los alimentos de calidad diferenciada que se encuentran respaldados por un signo distintivo, han tomado un reconocimiento ante los consumidores y ha sumado esfuerzos en los productores, esto se ve reflejado en los intentos por parte de

países no pertenecientes a la UE, para poder establecer un marco legal propio, el cual respalde sus productos.

Tomando en cuenta que la UE tiene la responsabilidad de asegurar que los productos alimentarios procedentes de otros países tienen una garantía de calidad, se ha generado un interés por parte de AL, al querer certificar y garantizar sus productos (Oyarzún et al., 2002; Segrelles, 2007)

1.1.3 Sellos de calidad en América Latina

Poder implementar un sistema de sellos de calidad en alimento requiere de una estructura que permita garantizar que el signo es un símbolo serio que avala una característica determinada, sin embargo en los países de AL esta práctica se encuentra aún en desarrollo como una forma de resaltar el valor y las características diferenciadoras de productos alimenticios (Oyarzún, 2005: Oyarzún et. al., 2002)

De acuerdo a un estudio realizado por Oyarzún et al (2002) no se encontraron productos alimenticios destinados al mercado nacional con sellos de calidad en un número significativo de países de la región tal es el caso de Haití, Honduras, Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Cuba, México y Panamá. En el caso de países que se encontraron sellos de calidad en alimentos, predominaba el tipo de *sello de conformidad* (Argentina, Uruguay, Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela), con la norma técnica del país en cuestión.

Lo anterior da muestra del trabajo que se debe realizar para poder encontrar productos alimenticios con sellos de calidad diferenciada en los mercados de cada país, así mismo se debe promover y difundir estos signos, para mantener al consumidor informado y se conozcan los beneficios que estos sellos otorgan, para que pueda existir una demanda de estos.

Para los países en vías de desarrollo, tal es el caso de AL, es importante en términos económicos, sociales y ambientales mantener la independencia con el régimen de marcas y reivindicar su importancia los cuales les permitan fortalecer

las actividades agrícolas e industriales y de esta forma aportar al desarrollo de los territorios (Peralta 2010).

La variedad de productos que posee AL, cuentan con un gran potencial para poderse insertar en los mercados internacionales, debido a que cuentan con una larga tradición y su carácter originario esta definido por características geográficas, el uso de técnicas propias y tradicionales de producción y transformación (Paz *et. al.*, 2009), sin embargo la falta de un sello de calidad que aporte una distinción al consumidor, crea barreras de inserción cada vez mas complicadas de superar y al no contar con programas adecuados las posibilidades de desarrollo se ven mermadas.

En el siguiente cuadro (2) se observa el trabajo realizado por diferentes instituciones de AL, las cuales están encargadas de regular los sellos de calidad para productos agrícolas, industriales y agroalimentarios que existen, sin embargo son sistemas que aun se encuentran débiles y en vías de desarrollo para poder acceder a un mercado como el de la UE.

Cuadro 2. Elaboración propia. Basado en Oyarzún *et. al.* (2002)

País	Entidades certificadoras y sellos de calidad en alimentos
Argentina	El Instituto Argentino de Normalización (IRAM), es una institución que brinda servicios de certificación, capacitación y documentación, para productos de distinta naturaleza. Para el caso de productos alimenticios existe el <i>Sello IRAM de Conformidad</i> . Para el caso de productos cárnicos el SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria), es el encargado de realizar la certificación.
Bolivia	El Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNOCRA), es el encargado de la elaboración de normas técnicas y la certificación de productos, servicios y sistemas de empresas. A su vez existe el <i>Sello IBNOCRA de Conformidad con Norma Boliviana</i> que se aplica a algunos tipos de aceites y grasas, bebidas y agua mineral
Colombia	Los organismos que cuentan con la acreditación para certificar productos alimenticios son: el Instituto de Normas Técnicas de Colombia (ICONTEC), la Corporación Colombiana Internacional (COI) y Bureau Veritas Quality International (BVQI)
Costa Rica	Se comercializan productos con sellos que garantizan que la producción de estos es orgánica como hortalizas, frutas, café azúcar de caña. La certificación se basa en el reglamento de productos orgánicos, que se encuentra en la Ley Orgánica del Ambiente de país. Sin embargo se cuenta con unidades certificadoras del

	Ministerio de Agricultura y Ganadería y a la par de estas operan entidades privadas
Cuba	Existe la marca cubana de conformidad la cual comprende cualquier tipo de producto procesado, incluyendo los alimentos. Este sello de conformidad es una certificación selectiva y su finalidad es verificar el cumplimiento de la norma técnica. El organismo certificador es la Oficina Nacional de Cuba y este a su vez está acreditado por el Órgano Nacional de Acreditación de la Republica de Cuba (ONARC)
Ecuador	El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), garantiza con un sello de conformidad algunas marcas de margarinas y aceites. Además cuenta con un sello PROBIO, que garantiza un producto 100% orgánico y este se encuentra avalado por una entidad italiana
Guatemala	El programa Integral de Protección Agrícola y Ambiental (PIPAA) es un órgano acreditado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), para presentar servicios de inspección y pre certificación sanitaria y fitosanitaria de alimentos no procesados. Este sistema voluntario de certificación, otorga un sello de inspección sanitaria
México	Cuenta con la marca oficial de calidad: México, Calidad Selecta, el otorgamiento de este sello se realiza por medio de una licitación otorgada a un organismo de carácter privado, independiente, imparcial y calificado técnicamente para llevar a cabo la evaluación del producto. Este sello se le coloca a productos de exportación, y se acredita a través del IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industria).
Nicaragua	Cuenta con el Sello Ecológico de Nicaragua, el cual identifica a un producto amigable con el ambiente, la Comisión Nacional de Normalización Técnica y de Calidad (CNNTC) es la encargada de conformar un comité técnico el cual será el encargado de acreditar un producto
Uruguay	El Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU) es un organismo acreditador y se encuentra avalado por el Organismo Uruguayo de Acreditación (OUA) que es la autoridad nacional y ante las autoridades internacionales de Brasil (INMETRO) y de Alemania (TGA). El sello LATU, certifica de conformidad con norma técnica a productos como: agua mineral, arroz, aceites, mermeladas, embutidos, jamón cocido y carnes
Venezuela	Existe el sello de conformidad NORVEN, que corresponde a un sello de calidad impartido por la entidad estatal de Normas de Venezuela y este es controlado por el Ministerio de la Producción y Comercio. Este sello, lo llevan algunas margarinas, mantequillas, lácteos y productos cárnicos

Aun cuando los sellos de calidad se encuentran en constantes cambios para llegar a un modelo adecuado y funcional para AL, se han realizado esfuerzos

considerables para lograr un buen curso de las distintas figuras de protección que existen en productos agroalimentarios.

Un ejemplo es el trabajo que se ha realizado en Centroamérica con lo referente a las legislaciones de la IG y la DO para lograr un esquema funcional, ayudando a la protección y a la generación de valor agregado en el café, así como su interrelación en el lugar de producción (Peralta., 2010).

Debido al gran trabajo y a la suma de esfuerzos que se ha realizado para lograr una adecuada protección de productos agroindustriales, se genero una intensa negociación para lograr un acuerdo de Asociación Económica entre Centroamérica y al Unión Europea, debido a que tanto las IG como las DO cumplen un rol importante en las economías de mercado al proporcionar al consumidor información sobre el origen del producto e implícitamente, sobre su calidad, reputación y otras características especiales vinculadas esencialmente al origen (Paz *et al.*, 2009).

Los sellos de calidad diferenciada no solo se aplican a productos agrícolas, si no a todas aquellas expresiones que destacan cualidades específicas debido a factores humanos y las características propias del lugar de origen, estos signos distintivos favorecen a los productores que elaboran un producto y esté comparte las cualidades propias del territorio.

El creciente interés de AL sobre la protección de sus productos motiva cada vez más a los países en desarrollo, con el principal objetivo de reconocer y validar frente al mercado sus productos agropecuarios y el vínculo que poseen con el territorio. Buscando en el mediano plazo el desarrollo de las áreas protegidas a través del fortalecimiento de los encadenamientos entre los diferentes sectores económicos y la promoción de las inversiones a nivel local, el surgimiento de nuevos negocios relacionados y la generación de empleos, entre otros posibles impactos (Paz *et al.*, 2009).

Estas iniciativas han logrado un impacto favorable en AL, en donde se observa el trabajo realizado por distintos países en torno a la protección y certificación de productos agroindustriales tal es el caso de Chile, Perú, México y más.

1.1.4 Institucionalidad en México: marco legal, convenios internacionales y protecciones nacionales M.C. y D.O.

Lograr una adecuada protección de productos ligados a un territorio y origen específico, ha requerido la creación de un marco legal adecuado, así como la implementación de una institución que se haga cargo. En algunos países de A.L., se ha tomado como base los modelos que presenta la U.E., para la protección de sus productos y de esta forma agregarles valor, tanto a nivel local como internacional. De la misma forma ha sido necesario el firmar acuerdos que convengan a las partes interesadas.

El convenio de París (1883) es el primer convenio multilateral que menciona las denominaciones de origen, o más bien las "Indicaciones de Procedencia" (IP), un concepto más general. Ese convenio, en el cual se integra México en 1903, se enfoca a la cuestión de los derechos de propiedad intelectual, siendo la cuestión de las IP un tema secundario. En este sentido lo que se busca es la prohibición del uso de IP falsas. Sin embargo no se definen las reglas de aplicación y de resolución de conflictos sobre este aspecto, sólo se prevé el embargo sobre la importación de productos con IP falsa (Escudero, 2001 en Poméon, 2007).

Al entrar en vigor el Arreglo de Lisboa en 1966, México es uno de los primeros países en firmar. Este arreglo es el primer convenio que trata de aportar una definición sobre la DO y las reglas internacionales sobre su uso y protección. Así mismo este arreglo prevé la creación de un registro internacional, OMPI encargado de la protección y regulación de la DO de cada país firmante (Poméon, 2007. Barragán, 2008).

Con los acuerdos ADPIC de la OMC vigentes desde el año 2000, aproximadamente 150 países entre ellos México, reconocen los sistemas de protección hacia productos agroalimentarios, con el fin de abarcar toda la diversidad de los estatutos de los productos denominados por su origen geográfico tal es el caso de la IG. En el caso de México, el marco legal nacional reconoce las DO, pero no habla explícitamente de las IG (Poméon, 2007. Barragán, 2008).

Además de los ADPIC, México negocia de manera bilateral la cuestión de las IG en el marco de los numerosos tratados de libre comercio que ha establecido a través del mundo. Así, en el TLCAN, se reconocen las IG y se prevé la protección de las DO mexicanas a través del registro de marcas. El TLCUEM prevé también el reconocimiento y la protección de las DO.

La primera DO en México se atribuyó en 1974 a una bebida espirituosa, el Tequila, y se registró en el OMPI en 1978. Se tuvo que esperar hasta 1994 para que una ley defina realmente un marco legal para las DO, sus condiciones de uso, protección y control, con la Ley de Propiedad Industrial de 1994. La ley retoma la definición de la DO del Arreglo de Lisboa. Se prevé que el Estado sea el titular de las DO. Las NOM definen las normas, las características y condición de producción y de elaboración de diversos productos. Elaborada por la SECOFI, se consideran según la Ley de Propiedad Industrial de 1994 como un instrumento idóneo para apoyar la definición y la protección de las DO (Poméon, 2007. Barragán, 2008).

En este sentido México cuenta con una institución encargada de registrar las DO y MC (variación mal empleada de la IG), el IMPI es el encargado de esta labor, de acuerdo con este organismo las dos figuras están encaminadas a la protección de productos con identidad territorial, sin embargo como lo menciona Barragán (2009):

“...la diferencia entre estas dos figuras de protección patrimonial radica en el reconocimiento del grado de anclaje a un medio geográfico que un producto puede demostrar; es decir, la especificidad geográfica y cultural que lo hacen endémico de un lugar y exclusivo de un grupo humano. En lo administrativo, la diferencia principal es la titularidad: en una MC el titular es la asociación de productores, en la DO el titular es el Estado Mexicano. De ahí se deriva que una MC se rige por Reglas de Uso, instrumento flexible, de observancia voluntaria, auto regulable y cuya vigilancia de su cumplimiento queda a cargo de sus titulares (figura asociativa legalmente constituida); mientras que la DO está regida por una Norma Oficial Mexicana que es de observancia obligatoria y que está vigilada, para su

cumplimiento, por un Consejo Regulador reconocido por la Entidad Mexicana de Acreditación, misma que está avalada por el Gobierno Federal.”

La MC no se encuentra destinada propiamente a la protección de productos con calidad territorial, aunque en la práctica lo es, desde que el IMPI recomienda su uso a grupos de productores. En este sentido, el signo distintivo de la MC es *“destinado a distinguir el origen o cualquier otra características común de productos, que han sido producidos o fabricados por un grupo de personas en una localidad, región o país”* (Granados, 2004 en Poméon 2007).

Las MC ha sido la figura más utilizada para la protección de productos patrimoniales, la demanda de esta forma de protección ha sido bien recibida por las sociedades de productores que se han conformado para legalizar su tradición, de tal forma que tan sólo el estado de Michoacán cuenta con más de 40 registradas muy por encima del Estado de México que sólo cuenta con tres.

Una Marca está definida como: *“Todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. Se obtiene el uso exclusivo mediante su registro ante el IMPI”*, para que esta definición se adecue a una MC las condiciones que se agregan son las siguientes (IMPI 2012):

- *Sólo pueden solicitarla las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o prestadores de servicios legalmente constituidas.*
- *La solicitud de registro de marca colectiva sirve para distinguir en el mercado, los productos o servicios de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros.*
- *No podrá ser objeto de una transmisión de derechos ni de licencia de uso, ya que su uso está reservado a los miembros de la asociación o sociedades.*
- *El uso estará sujeto a las reglas que determinen la asociación o sociedades.*

Bajo este esquema los distintos marcos institucionales y las normativas inadecuadas que existen para los productos artesanales hacen difícil la certificación, ya que el instituto encargado de la certificación pide parámetros

inalcanzables para las condiciones de producción que un fabricante artesanal tiene.

A decir de las formas de protección para productos artesanales, como ya se ha mencionado el IMPI ofrece la forma de MC; pero en la práctica se ha obtenido más una IG que una MC, esto con relación a las Marcas Colectivas Región de Origen (MACRO) que se han obtenido en Michoacán, esta figura de protección ayuda a revitalizar el patrimonio cultural contenido en las tradiciones que distinguen y enaltecen a un pueblo, además de abrir camino hacia la mejora de los sellos de protección, ya que una IG es una figura de protección legal mayor que una MC (Barragán, 2011)

Sin embargo es necesario continuar sumando esfuerzos ya que a decir de Álvarez (Sin año) *“existe un sinfín de artículos que bien podrían ser reconocidos con un signo distintivo del origen y la calidad, y que debido a las limitantes que exige la propia definición de la denominación de origen, siguen en el anonimato, o bien no han logrado posicionarse, como deberían, lo que propicia un crecimiento más limitado respecto de su proyección mundial”*.

Bajo este tenor es importante que las instituciones tomen conciencia sobre la necesidad de fortalecer el sistema de protección que existe hacia los productos de calidad territorial, siendo una opción viable la inserción de una IG como una figura de protección de productos que forman parte del legado patrimonial y cultural de un pueblo, tendiendo a mejorar la seguridad del consumidor y coadyuvando a una mejor competitividad y desarrollo económico.

1.3 La problemática sobre el reconocimiento del Chorizo del Valle de Toluca como patrimonio cultural de la región

La importancia de que exista un organismo encargado de proteger productos anclados a un territorio es inminente, debido a que el IMPI no se encuentra destinado, ni concebido como ente dedicado a la protección de productos legados del patrimonio cultural del pueblo.

Sin embargo debido a que los sellos de calidad han tomado gran relevancia en los últimos años, este tipo de organismos buscan mostrarle al consumidor que cuando un producto cuenta con un sello que lo avale, la calidad de éste ha pasado por los estándares establecidos, y precisamente esta es la función del IMPI al otorgar la MC a productos de calidad territorial elaborados por un grupo de productores.

Cada territorio, Estado o Municipio perteneciente a México, cuenta con productos históricos, que han formado parte de la memoria y del patrimonio cultural de los pueblos y que los habitantes aún elaboran, ya sean de carácter religioso, artesanal, lingüístico o gastronómico; este tipo de reproducciones patrimoniales, ha sido un legado histórico, siendo estas expresiones las que identifican a una región.

El chorizo es un embutido que se trajo del viejo continente, logró posicionarse en el gusto de los pobladores del Valle Mtlatzinco (hoy Valle de Toluca), al grado de que se consiguió mejorar tanto la técnica como la receta, dando paso a un producto innovador y de calidad. Este embutido poco a poco se posicionó a nivel nacional, debido a que poseía un sabor único, resultado del saber-hacer y la suma de las características de la región.

El chorizo del VT es un embutido que se construyó en la cocina a lo largo del tiempo, la región le otorgó una identidad y viceversa, sin embargo se ha visto amenazado debido a la competencia desleal entre productores, al no usar ingredientes adecuados, esto como resultado de vender cantidad y no calidad.

De la misma forma este patrimonio gastronómico que se formó a lo largo de la historia se ha visto mermado debido a productos industrializados que se encuentran en supermercados o en tiendas de autoservicio. Así mismo la introducción de chorizo de otros estados afirmando que son de la zona, llevan al consumidor a confundirse y al productor a desanimarse, debido a que el cliente desconoce dónde comprar chorizo de calidad elaborado en el VT.

Lo anterior ha venido demeritando la fama de producción de chorizo con la que contaba el VT, sin embargo es un producto que a pesar de los cambios modernos,

aún cuenta con productores que lo elaboran de una forma tradicional y han vertido sus esfuerzos en mantener viva una tradición que les fue legada.

El chorizo del valle de Toluca es un embutido de reproducción y creación cultural, es un producto que cuentan con una fuerte identidad territorial, esto implica que forman parte de las prácticas alimentarias, de las costumbres, de las festividades, en fin de los múltiples componentes y expresiones de la cultura local (Champredonde *et. al.*, 2010), lo anterior lleva a que los productores podrían buscar una sello de calidad el cual haga referencia al territorio, y valorizar de esta manera el prestigio del producto y así proteger su denominación. (Muchnik, 2006).

Sin embargo el reconocimiento del chorizo a través de la figura de una MC se vislumbra complicado, debido a que la normativa no permite reservar el nombre: Chorizo del Valle de Toluca, debido a que “chorizo”, “Valle” y “Toluca” no son palabras reservables para el IMPI.

Debido a lo anterior parecería difícil el hecho de proteger legalmente al chorizo del VT, pero no todo se encuentra perdido, porque se puede llegar a una protección con el nombre de “Chorizo Artesanal del Valle de Toluca” (sugerido por la Asociación), tal y como lo han hecho en Michoacán al proteger más de 40 productos artesanales con el nombre del territorio seguido de la frase “Región de Origen”, lo cual es una clara muestra de una IG.

El chorizo del VT como patrimonio cultural-gastronómico representa no sólo la riqueza simbólica producida y acumulada por los habitantes de la región, sino que remite a la dinámica cultural viva, alcanzando así un rango especial y propio, de manera que expresa la unidad de una comunidad histórica (Machuca, 2005, en Béjar *et. al.*, 2005)

Los embutidos del VT han identificado al territorio desde la época de la colonia. El valorizar estos productos mediante la obtención de una MC, no sólo beneficia a la comunidad si no a la región. Es importante mostrarle al consumidor local y externo, que el chorizo elaborado en el territorio cumplen con las características específicas de calidad, identidad y tradición.

1.4 La protección del chorizo del Valle de Toluca es fundamental

Un sello de calidad proporciona un medio para garantizar que el control de la producción y la venta de un producto permanezcan en el área local, permitiendo que los actores tengan acceso a mercados extra locales, como resultado de la preferencia de los consumidores hacia el valor agregado (Bowen, 2012).

El chorizo del VT es un producto lleno de historia, cultura y tradición, ha formado parte de la alimentación de los pobladores desde la época de Hernán Cortes, y son un referente indiscutible tanto de los pobladores como de la región (García *et al.*, 2006; León, 2002), ya que la expresión “*choricero*” hace que de inmediato venga a la mente el Valle de Toluca. De la misma forma se puede observar la adopción de ese apelativo por parte del equipo de fútbol local, dando cuenta de una clara evidencia del arraigo popular y de la identidad que esta actividad evoca entre el público en general.

El chorizo forma parte de un SIAL, debido a que posee las cualidades propias del sistema, cuenta con una concentración local delimitada por un Valle, en donde se cuentan con recursos y activos específicos, es de un saber – hacer tradicional y cuenta con una reputación propia, en donde las características del territorio dieron origen a un embutido emblemático y que forma parte del patrimonio cultural-gastronómico de la zona (Boucher *et al.*, 2011).

El territorio está ligado a propiedades únicas: variedades de plantas, tipo de suelo, clima, entre otras; posibilitando la protección de estos recursos bajo un sello de calidad. Claramente estamos frente a un “terroir” tal como lo define Bérard *et al.* (2005) en Bowen (2012):

*“...el **terroir** es un concepto espacial y ecológico que vincula a los actores, sus historias, su organización social, sus actividades y sus prácticas agrícolas. En otras palabras, aunque la palabra francesa **terroir** se traduciría literalmente como «terreno, suelo, tierra, sustrato, territorio», el concepto cultural de terroir, en cuanto al vino y los alimentos, se entiende como el producto de la interacción de factores humanos y naturales.”*

Lo anterior muestra que un territorio está compuesto por distintos factores que le otorgan una identidad propia a un grupo de productores y al producto que elaboran, tal es el caso del chorizo, debido a que posee un vínculo entre el territorio y la identidad local.

El trabajo a realizar se encuentra orientado hacia la conservación y revitalización del patrimonio cultural-gastronómico, derivado de la fabricación del chorizo en el Valle de Toluca, desafortunadamente no siempre se puede asignar un valor monetario a los beneficios que estas actividades generan. La protección del saber-hacer tradicional, la obtención de ingredientes de calidad, el mejoramiento de las condiciones de vida de los productores, la consolidación de una MC, la investigación y educación de productos regionales, son beneficios claros en la ejecución del proyecto, pero a los cuales no se les puede valorar en los términos usuales.

El lugar que ocupan los bienes culturales y gastronómicos en las sociedades contemporáneas no permite situar por más tiempo a la economía sobre el plano único de la producción y de los intercambios de las riquezas materiales. Podría pensarse que la especificidad de la economía tendría que incorporar a sus valores y principios la problemática de la valorización mercantil de los bienes patrimoniales. Pero esta extensión no llegaría a tener sentido si no se toma en serio que la patrimonialización implica una apropiación de bienes desprovistos de valor de cambio propio y dotados de atributos que permiten asimilarlos a recursos colectivos. La protección del chorizo operaría como un dispositivo de acaparamiento y de deconstrucción patrimonial (Linck, 2008).

Es posible llegar a la valorización de un producto alimenticio como lo es el chorizo, tomando como ejemplo el caso del queso Cotija, el cual está protegiendo su identidad con la MC; "*Cotija, región de origen*"¹. Esto se puede lograr trabajando en la generación del conocimiento adecuado y siendo el vínculo entre los actores involucrados, bajo un esquema ascendente, desde los productores hasta la

¹ Primera marca colectiva otorgada por el IMPI a un producto alimenticio con 400 años de tradición en el año 2005

consolidación gradual a nivel nacional. Es importante recuperar el origen, la evolución y vigencia de la tradición, para el embutido que forma parte de la vida del Valle de Toluca como lo es el chorizo.

1.5 Objetivo general

Fomentar la revalorización del patrimonio cultural-gastronómico que se tiene en el valle de Toluca con la producción de chorizo, impulsando el proceso organizativo, legal, comercial, adecuado para obtener una MC de dicho embutido y promoverlo bajo ese sello. Con miras a la protección legal de este producto, logrando un reconocimiento a nivel local y nacional con la certeza de autenticidad, mejorando la oferta a los consumidores y propiciando el comercio justo, sumándose a una vía de desarrollo de la calidad de vida de los productores y otros del Valle de Toluca.

1.6 Objetivos particulares

- Describir la importancia de la activación de los productos que cuentan con identidad territorial, como el chorizo del Valle de Toluca.
- Describir como el Valle de Toluca apornto las características idóneas para la elaboración del chorizo
- Exponer cómo la producción de embutidos es parte del patrimonio cultural gastronómico de los habitantes del valle
- Apoyo a los productores en el proceso de registro para la obtención de la MC ante el IMPI

1.7 Metodología

El concepto de SIAL resalta la capacidad de productores agroalimentarios en la valorización de los recursos locales, este enfoque como lo menciona Fournier *et. al.* (2012) puede:

- a) Desarrollarse a diferentes escalas geográficas (desde un barrio urbano a una región)
- b) Beneficiar de formas de coordinación entre actores totalmente diferentes: basadas en reglas tacitas, estructuradas por la presencia de cooperativas o

de otras formas de organización de los productores, reguladas por el protocolo de una marca colectiva.

- c) Incluir el establecimiento de relaciones fuertes con universidades, centros de investigación, organismos de apoyo o desarrollarse tomando como base las dinámicas puramente endógenas.
- d) Basarse en un producto único o apoyarse en una complementariedad entre sectores productivos y/o servicios locales (canasta de bienes).

En este sentido el trabajo realizado se llevó a cabo bajo un enfoque SIAL, en donde es necesario documentar las características que existen entre los actores, el territorio y el proceso de producción, para poder conocer de manera adecuada el proceso histórico al que se han enfrentado los productores de chorizo, reconociendo y caracterizando las diferentes etapas por las que han pasado, demostrando cómo es que se ha mantenido el saber – hacer tradicional (Boucher *et al.*, 2011).

En términos de SIAL se ha constituido un instrumento de análisis para hacer énfasis en la valorización de los recursos locales, *“...parte del territorio, tanto desde el punto de vista teórico, para conocer y comprender en qué medida el territorio constituye un elemento significativo (o no) para la organización y la dinámica de las actividades estudiadas. Como desde el punto de vista operacional, en cuyo caso el territorio sirve de referencia para la combinación de actividades territoriales diversificadas, para la organización de los productores, para aumentar sus márgenes de maniobra y mejorar su posición en las negociaciones con los « comandos » de las cadenas, o para la construcción de circuitos alternativos, basados en otro tipo de relaciones productor – consumidor “* (Muchnik, 2006).

Tomando en cuenta lo anterior se consideró un trabajo con enfoque territorial, ya que propone el diseño e implementación de proyectos de desarrollo a partir de una delimitación de territorios homogéneos, viables y en donde existan productos diferenciados, patrimonializables y simbólicos.

Dentro del enfoque SIAL, se considera la activación de los recursos (Boucher *et al.*, 2011), que es en donde se encuentran ubicados los sellos de calidad, sin embargo, para poder lograr este aspecto es importante conocer algunas características relacionadas con el proyecto para poder obtener un expediente que sirva de base para proteger la tradición choricera del Valle de Toluca ante el IMPI mediante una MC.

Debido a la importancia que toman los actores y el producto dentro de la región, es la importancia de haber realizado una investigación cualitativa, basada en el proceso de recolección y análisis de datos, en donde el planteamiento se fue adecuando a la información recabada (Sampieri *et al.*, 2006).

Así mismo ayudando al proceso de investigación se echó mano del método etnográfico, adoptando una perspectiva enfocada en las personas reales, como actores sociales consientes, esto debido a que existen continuidades y adaptaciones en las formas de organización social, los gustos y los valores inherentes a una arraigada cultura local (Good *et al.*, 2011).

En relación al proceso de obtención de datos se hizo un breve estudio antropológico e histórico del chorizo, debido a la introducción de productos que los españoles trajeron durante la colonización y en donde la producción de este embutido se hizo presente dándole fama a la región y logró formar parte de su patrimonio (Pilcher, 2001 en Good *et al.*, 2011).

Bajo este tenor se tomó en cuenta también la relevancia de los estudios gastronómicos, bajo la perspectiva entendida como el deleite de producir chorizo, teniendo un fuerte componente cultural, pues los parámetros del deleite dependen de la cultura que los crea (Good *et al.*, 2011).

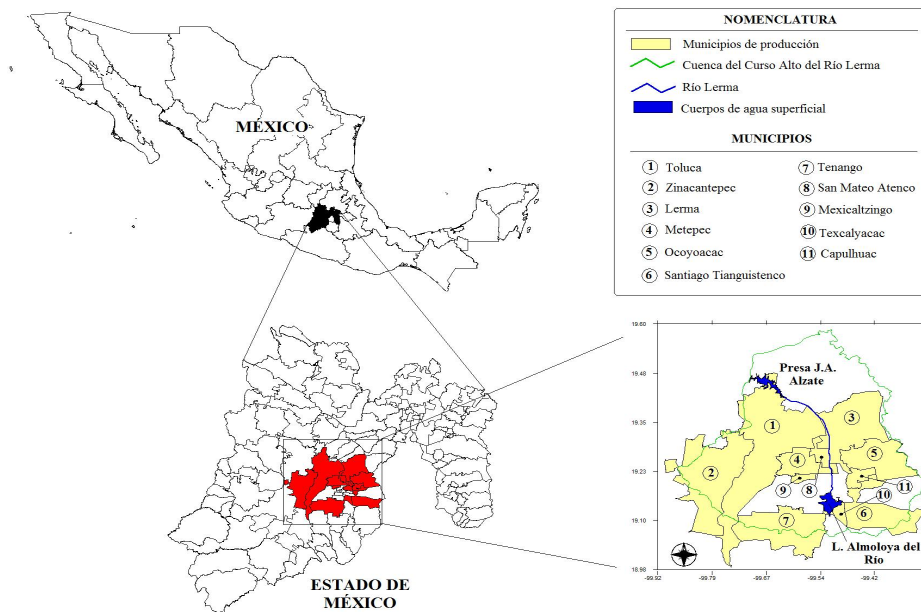
Al existir dentro de la investigación una sinergia entre el enfoque SIAL, la investigación cualitativa, el método etnográfico, el estudio antropológico e histórico y los estudios gastronómicos, fue posible la consolidación de este proyecto.

Aunado a lo anterior y para proporcionar una mejor información, fue necesaria la recopilación de información bibliográfica, así como la realización de un trabajo de campo en cual consistió en invitar a los productores que forman parte de la

asociación a talleres participativos, en donde se les hablo de las marcas y de la importancia de proteger su producto, en estos mismos talleres se recabo información que posteriormente se ocupo para realizar tanto la solicitud de registro de MC como la redacción de las reglas de uso.

Así mismo las funciones que desarrollara la Asociación de Productores de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca A. C. (APChAVT.A.C.), pueden ser muchas y muy variadas dependiendo entre otras los mercados y canales de distribución del producto tradicional de origen y la existencia de una MC, la asociación juega un papel muy activo en la definición y el establecimiento de los estándares de calidad y los procesos de elaboración del producto. Estas normas se van a fijar en las reglas de uso que todos los miembros se comprometen a adoptar.

El trabajo se realizó en los municipios que comprende el Valle de Toluca, sin embargo no fue posible la participación de los 22 municipios y debido a la conformación de la Asociación de Productores de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca y los estatutos bajo los que se conformo, sólo se toman 11 municipios pertenecientes al Valle (mapa 1.1).



Mapa 1.1. Municipios del Valle de Toluca elaboración Fonseca 2011

2

Chorizo del Valle de Toluca bajo la perspectiva del STAL

2.1. Valorización y activación de recursos territoriales: Chorizo del Valle de Toluca

El SIAL está conformado por las agroindustrias y las políticas que se crean en torno a éstas, a decir de Boucher *et al.* (2005), las políticas son de apoyo, enfocadas hacia el desarrollado de las agroindustrias, programa fomentado durante la década de los 80, por la red PRODAR. El SIAL tenía como objetivo incrementar los ingresos de los pequeños productores al aumentar el valor agregado del producto. Los proyectos se enfocaban a la transformación y comercialización de la producción local y con ello generar la creación de empleos.

Tomando en cuenta que el SIAL son *“organizaciones de producción y de servicios (unidades de producción agrícola, empresas agroalimentarias, comerciales, de servicio, de alimentación...) asociadas a un territorio específico”* (Muchnik y Sautier, 1998, en Boucher *et al.*, 2005), es posible concebir un territorio con potencial latente como un *“espacio construido histórica y socialmente, donde la eficacia de las actividades económicas está fuertemente condicionada por los vínculos de proximidad y de pertenencia a dichos espacios”* (Boucher *et al.*, 2005).

El proceso de conversión de los recursos o potencialidades latentes de un territorio en *“ventajas diferenciativas”*; es decir, en factores que permiten diferenciar a un producto del resto, escapando así de la fuerte competencia del contexto actual (Coto *et al.*, 2006), es conocido como *“activación de recursos territoriales”*. La activación de recursos territoriales, a través del enfoque SIAL, se presenta como una interesante vía de supervivencia y desarrollo de los espacios rurales, en el actual contexto marcado por la globalización, debido a que El contar con un producto identificado con un territorio promueve las características propias de los recursos y producciones locales, enraizándolos en un lugar y dificultando la deslocalización de la producción.

El valor simbólico de los productos agroalimentarios produce consecuencias que van más allá del establecimiento de relaciones particulares con los consumidores locales. Dicho valor está acompañado de procesos de patrimonialización que

influyen fuertemente sobre los actores mismos: productores y habitantes del Valle de Toluca (Fournier *et. al.* 2012).

Los límites de un territorio van más allá de fronteras físicas o geográficas, la región se convierte en un recurso estratégico de los actores económicos integrados en un mismo espacio de proximidad quienes, a través de la acción colectiva, pueden convertir los elementos específicos de un territorio en ventajas. La construcción de un recurso territorializado por una acción colectiva local y las diversas modalidades de coordinación permiten apreciar mejor el paso del estado pasivo a estado activo de un SIAL (Boucher *et. al.* 2005 y Fournier *et. al.*, 2012)

Bajo el enfoque SIAL se debe tomar en cuenta que para lograr la activación de recursos territoriales se necesitan al menos dos etapas (Boucher *et al.*, 2005):

1. Acción colectiva estructural: que representa la creación de un grupo que puede ser una asociación, una cooperativa u otra forma de organización.
2. Acción colectiva funcional: reposa en la construcción de un recurso territorializado en relación con la calidad llamado sello distintivo (MC, DO)

Por otro lado, un proceso de valorización se define como “... *la calificación positiva atribuible a un producto, un servicio o a un ámbito de vida, asumido colectivamente por los habitantes locales y reconocido en un ámbito más general*” (Bustos C. *et. al.*, 2004; citado por Champredonde *et. al.*, 2010). Entonces, bajo este esquema, un producto valorizado se transformaría en una referencia identitaria para los pobladores locales que lo reconocen como un producto propio (Champredonde *et. al.*, 2010).

Las estrategias de valorización de recursos territoriales de los integrantes de una misma cadena de valor no crean una propuesta alimenticia o agroindustrial nueva, sino que adaptan su producto artesanal preexistente y a primera vista económicamente poco competitivo a las exigencias de calidad de un segmento de mercado alto. Por lo que, el pilar esencial sobre el que se sustenta la estrategia y la razón última de la diferenciación del producto, es su origen y su inquebrantable vínculo con el área geográfica de procedencia (ONUUDI, 2009).

De acuerdo con Acampora *et. al.* (2008), las estrategias colectivas de valorización de un producto alimentario típico pueden ser agrupadas en dos categorías: una relativa a las estrategias de producto o de cadena de valor y otra relativa a las estrategias integradas de valorización de la calidad territorial.

Algunas estrategias a emplear por un grupo de productores, como en el caso del chorizo, son: a) acordar entre sí, estándares de calidad y potenciar una imagen en función de un sello de calidad compartido ligado a un territorio y b) definir un objetivo común para mantener una imagen diferenciada en pro de la calidad, el vínculo territorial y su economía.

Los estudios de base y el diagnóstico del cual se partió, indican que para el chorizo del Valle de Toluca se localiza un número aproximado de 92 unidades de producción. Éstas, lejos de constituir un grupo homogéneo, reflejan diferencias en su capacidad y tamaño, desde sencillas unidades de producción, hasta unidades con tecnificación, considerable inversión inicial, capacidad de fabricación, comercialización y distribución a escala regional e internacional.

La promoción del desarrollo local y la valorización de los productos locales deben contribuir a un proceso de convergencia entre identidades territoriales de los pobladores locales y la preservación de la diversidad de las identidades de elaboración – cualificación. Esto se puede lograr mediante la acción colectiva y la consolidación de un sello de calidad (Champredonde *et. al.*, 2010).

Muchnik (2006) menciona que en el caso de los productos con identidad territorial debe plantearse la tarea estratégica de resaltar el valor simbólico de los mismos a través de un signo distintivo para que sean identificados por los consumidores de una manera más clara.

Para el caso de productos alimentarios procesados, la estrategia de valorización es establecer un reconocimiento, permitiendo así al producto viajar a mercados lejanos sin perder sus raíces. Esta protección tiene como objetivo informar y asegurar al consumidor la calidad territorial del producto (Acampora *et. al.*, 2008)

En el VT, se puede implementar una valorización y activación del chorizo, el cual, es portador de una identidad cultural y al viajar a otros mercados no pierde el

vínculo que tiene con sus raíces. De la misma forma, se puede hacer una valorización de la identidad territorial a través de la canasta de bienes (artesanías, fiestas, actividades turísticas) que puede ofrecer la región. Estas estrategias tienen efectos de desarrollo diferentes, sin embargo, pueden crear sinergia si se utilizan de una manera complementaria y adecuada (Acampora *et. al.*, 2008)

El sector productivo de chorizo, para valorizar sus productos elaborados debe desarrollar una etiqueta de calidad, que introduzca el producto en mercados locales-regionales-mundiales, y construya una relación entre su origen y las características sociales del territorio (GDR, 2009).

En este contexto, el chorizo del VT es un producto que cuenta con una fuerte identidad territorial que implica prácticas alimentarias, costumbres y festividades y múltiples componentes y expresiones de la cultura local (Champredonde *et. al.*, 2010). Lo anterior lleva a la posibilidad de crear un sello de calidad que constituya una referencia al territorio, incremente el prestigio del producto y proteja su denominación. (Muchnik, 2006).

Bajo esta lógica, se debe promover el desarrollo local a partir de la diferenciación de productos históricos y factibles de ser incluidos en una canasta local de alimentos para lograr una adecuada articulación entre los actores vinculados a la producción de chorizo (SIAL característico del Valle de Toluca).

Sin embargo, a pesar de las numerosas investigaciones que se han realizado sobre el tema, aún no se logra construir un panorama claro e integral de los grupos específicos de productores que han logrado un adecuado proceso de producción bajo el enfoque SIAL. Sin embargo, se cuenta con indicadores generales (trabajos realizados en productos como el queso Cotija) que permiten conocer las acciones, efectos (obtención de un sello de calidad) y esfuerzos que se llevan a cabo para establecer el alcance y profundidad del SIAL, así como rescatar la diversidad de procesos sociales que acontecen en los distintos sectores productivos del país.

En otro orden de ideas, es importante señalar que contar con una APChAVT.A.C., favorece el surgimiento de economías en escala y el desarrollo de una estrategia de nicho colectivo.

Bajo este mismo tenor otra ventaja se da al apoyarse para buscar un mismo objetivo y quererle otorgar a un producto identitario como lo es el chorizo un sello distintivo, el cual los apoye ante las amenazas de los mercados globalizados y al contrario, los beneficie para poder insertarse en esos mercados que tanto atemorizan.

De este modo como lo menciona Coto *et. al.* (2006) la activación del SIAL genera externalidades positivas como:

- ✓ El fortalecimiento de los vínculos entre “productos-medio ambiente-servicios de calidad y territorio”.
- ✓ La intensificación de las acciones colectivas entre los actores presentes y de la coordinación entre ellas.
- ✓ La mejora de los rendimientos y de la competitividad global del sistema productivo.
- ✓ La valorización de la producción local, permitiendo una especificación y cualificación de la producción, que se presenta como una interesante vía, y más oportuna que la simple reducción de costes, para escapar de la fuerte competencia actual.

Lo anterior obliga a la asociación de productores a relacionarse y presionar al organismo competente para obtener el sello de calidad y lograr la valorización y activación del producto identitario (chorizo) de una manera adecuada y legalmente protegida.

2.2 Posibilidades de desarrollo mediante la activación y valorización del chorizo del Valle de Toluca

El enfoque territorial reconoce la complejidad de los territorios y de las estructuras complementarias e interdependientes que conforman la economía; esta economía del territorio está conformada por la base de recursos naturales, las actividades productivas y la estructura económica que se desarrollan a partir de esa base de recursos naturales (capital económico, físico y financiero), las dinámicas demográficas y las relaciones sociales que acompañan la conformación de la estructura económica y los procesos institucionales a que conducen esas relaciones sociales (capital humano y capital social). Por lo tanto, se reconoce la importancia del capital natural, humano, social, físico y financiero, como soportes básicos de la economía de los territorios (Echeverri *et. al.*, 2003).

Al encontrar diferentes actividades en un territorio, el foco de atención no se centra únicamente en lo económico, las labores que concurren en una región aprovechan y potencian de diversas formas el acervo de recursos que tienen a su disposición. A decir de Echeverri *et. al.* (2003) éstas actividades se reúnen en seis grupos:

- I. *Actividades determinantes directamente por la base de recursos naturales:* se encuentran relacionadas directamente con la disponibilidad de recursos naturales: agricultura, turismo de atractivos naturales.
- II. *Actividades de transformación:* comprende actividades económicas de transformación agroindustrial.
- III. *Actividades de servicios de apoyo a la producción:* se articula alrededor de sectores que dependen estrechamente del grado de desarrollo de las actividades primarias y secundarias: comercio, transporte.
- IV. *Actividades determinadas por el mercado local:* se determina por la dinámica de las empresas y de la población al interior del territorio: servicios públicos, construcción.
- V. *Actividades relacionadas con la provisión de servicios a las personas:* sectores exclusivamente locales, gestados en la función de la concentración de la población: panaderías, educación, salud.

VI. *Actividades relacionadas con la provisión de servicios públicos y financieros*: provisión de servicios gubernamentales y financieros, dos sectores de enorme importancia económica que generalmente están presentes en cualquier parte donde haya alguna actividad económica.

Bajo este esquema los productores de chorizo asociados se encuentran dentro de las actividades de transformación, esto trae beneficios debido a que la colaboración entre productores fomenta el desarrollo territorial, al aprovechar los recursos y el capital que se encuentra en la región.

A través del fomento y la producción de los productos tradicionales es posible alcanzar impactos simultáneos en varios ámbitos de desarrollo territorial. Los métodos de elaboración artesanal, que generalmente se utilizan para producir productos típicos, suelen conllevar mayores tasas de empleo y mayor seguridad del mismo, ya que implican sistemas de producción extensivos que valorizan los conocimientos y las capacidades locales. La existencia de empleo frena la migración, por otra parte, los productos tradicionales también tienen potencial para actuar como estandartes de su región de origen. De hecho, aquellos pueden contribuir a estimular el turismo, por ejemplo, de la mano de rutas gastronómicas (Addor *et al.* 2003; FAO 2008; Wiskerke 2007 en ONUDI, 2009).

La obtención de un sello de calidad además de otorgarle beneficios a la APChAVT.A.C., también favorece al territorio y a los consumidores, debido a que se implementan controles de calidad que se marcan en dentro de la asociación para poder asegurar que los miembros y los aspirantes a pertenecer al grupo cumplen con lo establecido en las reglas de uso de forma satisfactoria. Estas verificaciones afectan a todos los eslabones de la cadena de valor contribuyen a aumentar la seguridad del producto y facilitan la implementación de sistemas de trazabilidad.

Otro punto que merece una mención, es el relevante papel que los productores de chorizo asociados desempeñan en la preservación del legado patrimonial, cultural y gastronómico del Valle de Toluca. La asociación no solo es un medio útil para la salvaguarda de las destrezas y el conocimiento tradicional implicados en el

proceso de elaboración del chorizo, también es un medio que contribuye al desarrollo económico y turístico del territorio. A pesar de haber modificado un poco a lo largo de los años el procedimiento de elaboración antiguo, el impacto que la asociación generará en el Valle de Toluca se formará gradualmente (ONUDI, 2009).

Al obtener una MC los productores de chorizo asociados, abren un abanico de posibilidades para el territorio, debido a que se puede dar una mejora en la generación de empleos, insertarse en nuevos mercados, posibilidades turísticas. Sin embargo los beneficios que se puedan obtener, se derivan de la apuesta que los productores realizan hacia el proyecto que se está elaborando.

2.3 Características del Territorio

2.3.1 ¿Por qué Valle de Toluca?

El señorío *Matlatzinco* poseía un territorio extenso, aunque no se conoce con exactitud la delimitación territorial que poseía, sin embargo era un lugar ideal para los asentamientos humanos y era un pueblo respetado debido a su grandeza. Sin embargo los Anales de Tlateloco (1948) citados por Hernández (2009) señalan: *“en el año 5 Tecpatl (1942) los matlatzinca se entregaron al libertinaje; fue entonces cuando el matlatzincatl perdió su reputación pereciendo completamente al emprender la guerra.”*

Debido a que el suelo *Matlatzinco* aparecía ante los ojos de los tenochas como un inmenso granero regado por el río *Chicnahuatenco* (hoy río Lerma) resultado de la agricultura que se practicaba en chinampas y el sistema de humedad por ciénegas, lagunas y bordes, todo esto aunado a una vegetación que crecía entre los 2600 y 3000 msnm. A demás la proximidad con las tierras *michoaques* era un motivo más por el cual estas tierras eran codiciadas (Albores, 2005 y Hernández, 2009).

Una vez que las relaciones fueron decayendo y los matlatzicas cada vez presumían más de su poderío, los señoríos vecinos se unieron para derrocar a los

matlatzincas, es así que surge la Triple Alianza entre Mexicas, Tezcocanos y Tepanecas, el ejercito que se unió, fue comandado por Axayacatl, llevándolos a una victoria inminente. Una vez que se apoderaron del territorio aquel que los llevara a la victoria fue el encargado de dividir la región (mapa 2.1) y es esa misma distribución la que se tomo en cuenta en los primeros años de la colonia (Hernández, 2009)



Mapa 2.1 Distribución Valle de Toluca (Hernández, 2009)

Sin embargo el territorio *Matlatzinco* o *Tollocan* comenzó a denominarse paralelamente a la llegada de los españoles como “Valle de Toluca”, en su sentido original, el nombre “Valle de Toluca” – o en menor proporción “Toluca” – fue empleado al inicio de la colonia española como sinónimo de los apelativos: “Matalcingo” (que es la castellanización del término náhuatl *Matlatzinco*), lo anterior debido a que el VT se divide en dos etapas, antes y después de los

españoles. Haciendo referencia a que en una etapa temprana del dominio español, Hernán Cortés se auto asignó la jurisdicción colonial denominada “Matalcingo” o “Valle de Toluca o Matlatzinco” (Albores, 2005).

Es así que durante el virreinato se emplearon de manera alternada los nombres de “Matlatzinco” – sobre todo en su variante castellanizada: Matalcingo – y “Valle de Toluca”, así como en su forma combinada de “valle de Toluca e matlatzingo” y aun sólo “Toluca”, usándose diversas designaciones castellanizadas del apelativo náhuatl (Albores, 2005).

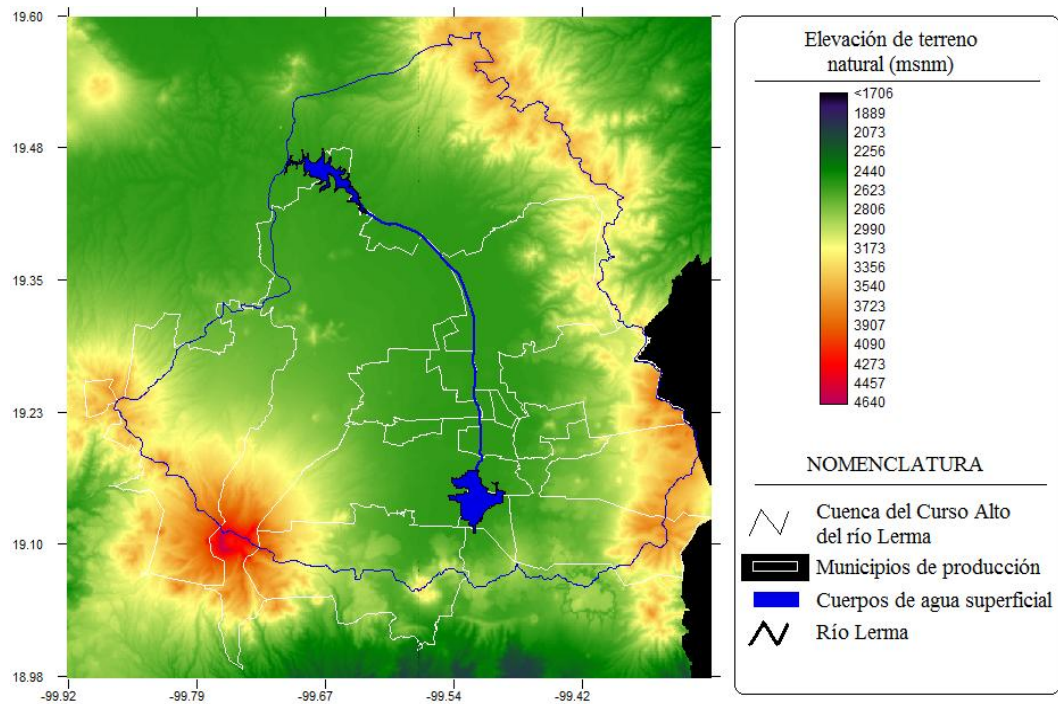
Fray Bernardino de Sahagún (1938) citado por Hernández (2009) menciona que la razón de llamarse *“...toluca y tolúcatl cuando es uno, es porque dicen que en el pueblo de Toluca está una sierra que se llama Tolutzin, o Tolutépetl, de la cual tomaban el nombre los Toluca [...] También se dice toluca del tollin, que es la juncia de que se hacen petates, porque en dicho pueblo se dan mucho las juncias.”*

De esta manera se observa como se ha dado la evolución del valle hasta llegar a lo que hoy se le denomina VT, debido a las posteriores modificaciones que se le hicieron a la distribución del territorio, actualmente mencionar “Valle de Toluca” hace referencia a la zona central o lacustre del Matlatzinco o Valle Matlatzinca.

2.3.2 Condiciones del Valle de Toluca

2.3.2.1 Aspectos Fisicos

El VT se encuentra delimitado por la Cuenca del Curso Alto del Río Lerma (CCARL) (Mapa 2.2), tomando como referencia que una cuenca se define como un “*área drenada por una corriente o sistema de corrientes cuya agua confluye a un punto de salida*” (CONAFOR, 2007)



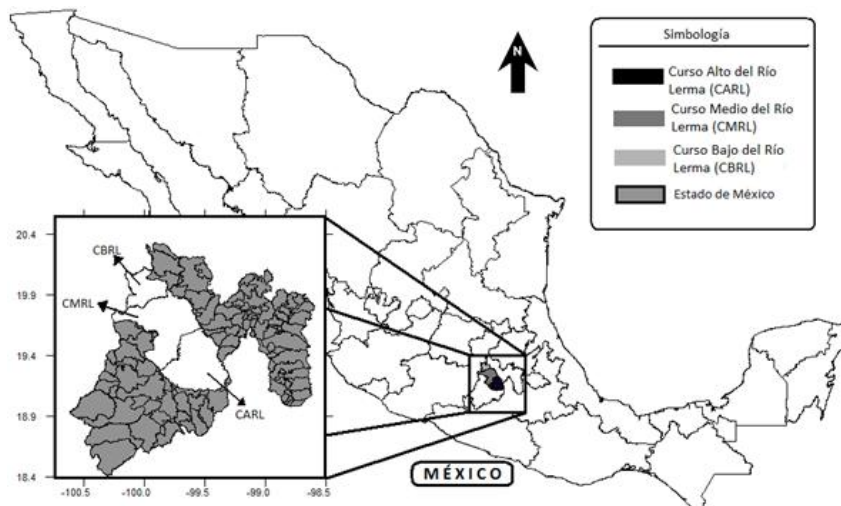
Mapa 2.2 Valle de Toluca. Elaboración Fonseca 2011

Sin embargo se debe precisar en que existen distintos tipos de cuencas y la CCARL, se definiría mejor como cuenca hidrográfica: *Área fisiográfica delimitada por una línea divisoria conocida como “parteaguas” que une los puntos de mayor elevación del relieve, en donde fluyen corrientes superficiales de agua que desembocan en ríos, lagos, presas o al mar. Esta definida por sistemas topográficos.*” (CONAFOR, 2007). La definición de cuenca no establece límites en cuanto a la extensión de su superficie, por lo que con base en su tamaño puede

recibir denominaciones tales como: subcuenca, microcuenca, cuenca mayor, entre otros.

El territorio delimitado por una cuenca tiene gran importancia, ya que es el espacio geográfico donde interacciona el hombre. Todo lo que sucede dentro de los límites de la cuenca es relevante, ya que la disponibilidad, calidad y permanencia de los recursos, dependen del uso y el manejo que se les brinde.

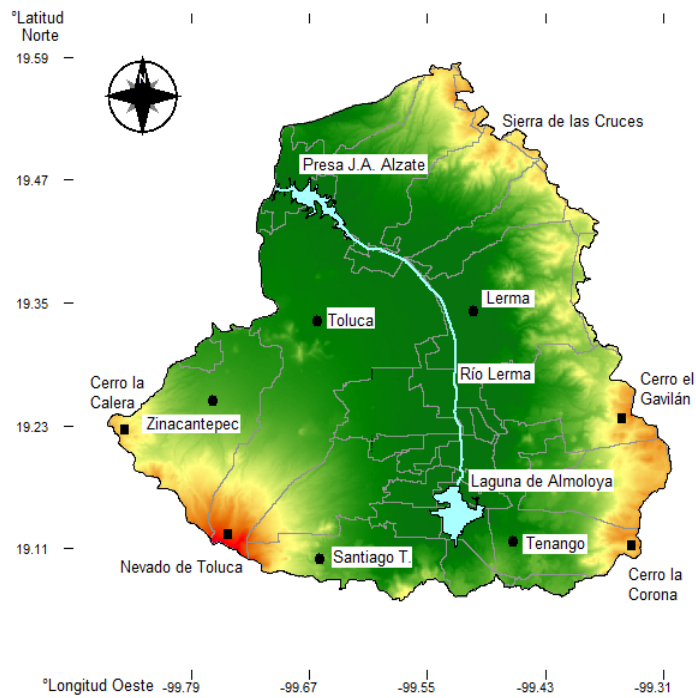
La CCARL comprende un área aproximada de 2,074.43 km² y una longitud de cauce de 177 km, su origen es a 25 km al sureste de la ciudad de Toluca, así como a 55 km al suroeste del centro de la ciudad de México. Se localiza en la porción oeste del Estado que rodea al Distrito Federal entre los 19°05' y 20°05' de latitud norte y los 99°25' y 100°15' de longitud oeste. Presenta formas alargadas irregulares con orientación noroeste–sureste, limitan con las cuencas de los ríos Pánuco y Balsas y la cuenca del Valle de México (Mapa 2.3) (SEMARNAT, 2010).



Mapa 2.3 CCARL. Elaboración Fonseca 2011

El VT pertenece a la CCARL, que comprende la vertiente norte de la Sierra Nahuatlaca-Matlazinca, así como la vertiente nororiental del Xinantecatí o Nevado de Toluca (4,690 m.s.n.m.). Tiene una elevación media de 2,570 m.s.n.m. hasta la presa José Antonio Alzate (Díaz *et al.* 2005)

Así mismo Díaz *et al.* (2005) mencionan que el VT cuenta con una extensión cerca de los 700 km², con un eje mayor orientado de norte a sur con una longitud de casi 35 km y un eje menor orientado de este a oeste, con 20 km de longitud, aproximadamente. Sus límites son al norte, el volcán La Guadalupeana, el Cerro El Aguila y la Sierra Monte Alto, al sur el volcán Tenango y el volcán Zempoala, al este la Sierra de Las Cruces y Las Iglesias y al oeste el volcán Xinantecatl (Nevado de Toluca) y la Sierra Morelos (Mapa 2.4)



Mapa 2.4 Límites VT. Elaboración Fonseca 2011

El VT perteneciente a la CCARL, comprende 22 municipios: Almoloya del Río, Atizapán, Calimaya, Capulhuac, Chapultepec, Xalatlaco, Joquicingo, Lerma, Metepec, Mexicaltzingo, Ocoyoacac, Otzolotepec, Rayón, San Antonio La Isla, San Mateo Atenco, Temoaya, Tenango del Valle, Texcalyacac, Tianguistenco, Toluca, Xonacatlán y Zinacantepec (SEMARNAT, 2010).

Clima: el VT cuenta con una temperatura media de 13° C, contando a lo largo del año con climas templado lluvioso, templado lluvioso semifrío y frío, así mismo

tiene una precipitación media de 782 mm/año y una evaporación media de 2,439 mm/año, contando con un escurrimiento virgen anual de 1, 103 hm³,(SEMARNAT, 2010)

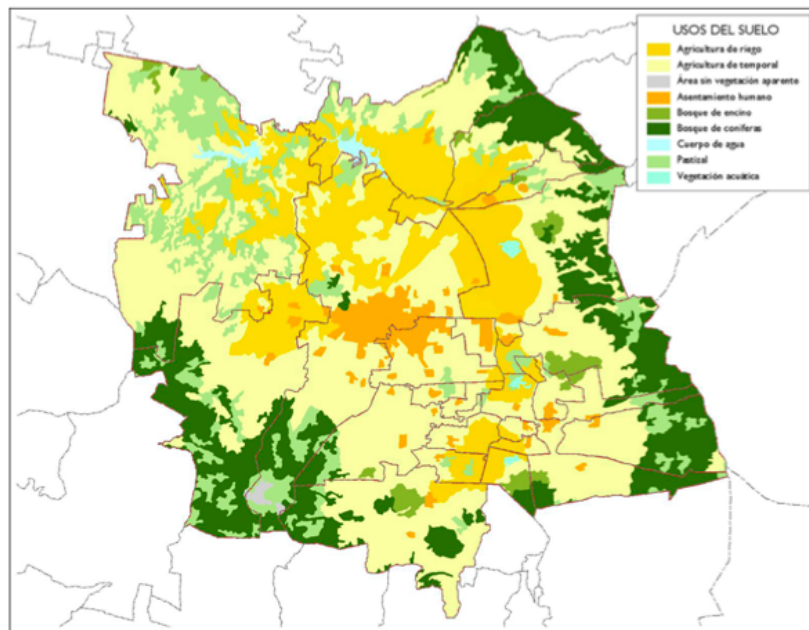
Aspectos hidrológicos: El complejo lagunero que da origen al escurrimiento superficial perenne denominado río Lerma, está constituido por las Lagunas de Almoloya del Río, San Bartolo y Lerma. Actualmente sólo la primera de ellas funciona como almacenamiento natural con un evidente grado de abatimiento; las otras dos han sido impactadas de manera más agresiva, por lo que en el espacio que originalmente ocupaban, ahora se puede apreciar una llanura de inundación del mismo cauce que funciona en la temporada lluviosa (SEMARNAT, 2010).

La región contaba con una riqueza hídrica, pero debido a la explotación de los recursos hídricos del VT que se inició en las décadas de los 40 y 50, con una serie de obras para captar las aguas de los manantiales que alimentaban las Lagunas de Almoloya del Río y por tanto al río Lerma. Desde entonces, el agua obtenida se transporta hacia la Ciudad de México a través de un acueducto de Atarasquillo a Dos Ríos, que cruza las Sierra de las Cruces, por otra parte, alrededor empezó la instalación del llamado corredor industrial Toluca – Lerma, donde se desarrolló y se está desarrollando una intensa actividad industrial que se refleja en producción industrial del Estado de México, que llegó a ocupar el segundo lugar de la República entre 1949 y 1979 (Díaz *et al.* 2005).

Suelos: El tipo de suelo con mayor distribución es el feozem, seguido por el andosol y por el vertisol. Menos frecuentes son el planosol, el histosol y el cambisol. Los suelos con menor presencia son el leptosol y el acrisol. Sin embargo también se presentan dos tipos de erosión la eólica y la hídrica, siendo la hídrica la que más afecta (SEMARNAT, 2010).

Ocupación y uso del suelo: el uso del suelo destinado para la agricultura es del 63.56%, le sigue en importancia el uso de suelo forestal con el 19.42%, el uso de suelo urbano con 4.15% y otros usos de suelo 12.85%, en éste último se incluyen: áreas sin vegetación aparente, cuerpos de agua y carreteras (mapa 2.5). Cabe destacar que la superficie de suelo forestal es todavía representativa pero con una

gran presión por el cambio de uso del suelo de forestal a agrícola - pecuario, y a su vez, de agrícola a urbano.



Mapa 2.5 Uso de suelo. Gobierno del Estado de México 2007

2.3.2.2 Dinámica poblacional y económica

En 60 años, el volumen de población de los municipios que actualmente componen el VT se sextuplicó al pasar de 356 mil 754 habitantes en 1950 a un estimado de 2 millones 172 mil 35 habitantes en 2010. A pesar de que el VT es la región que concentra la mayor proporción de población y que en los últimos 10 años ha aumentado un millón 423 mil 207 habitantes, el VT ha representado el mayor dinamismo demográfico en las últimas décadas y aumentado 439 mil 51 habitantes en los últimos 10 años (tabla 2.1). Esto es, casi lo doble de la proporción del aumento de la población en el Distrito Federal en el periodo de referencia (Gobierno del Estado de México, 2012).

Tabla 2.1 Población 1950 – 2010.
Gobierno del Estado de México 2012

Entidad /Zona	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010
Estado de México	1,392,623	1,897,851	3,833,185	7,564,335	9,815,795	13,096,686	15,175,862
Valle de Toluca	356,754	437,787	617,482	938,841	1,249,274	1,732,984	2,172,035
Distrito Federal	3,050,442	4,870,876	6,874,165	8,813,079	8,235,744	8,605,239	8,851,080

El volumen poblacional del VT reporta mayor peso relativo al pasar de 12.4% a 14.3% en los años 1980 y 2010, respectivamente, lo que significa, a su vez, un aumento de 2.3 veces la población total en este mismo periodo de 30 años; mientras que el propio estado ha aumentado 2 veces su población y el Distrito Federal ha aumentado solamente 20 mil 1 habitantes en el periodo de referencia (Gobierno del Estado de México, 2012).

En lo que respecta a las actividades económicas desarrolladas en el territorio, el VT ha presentado una transformación paulatina de las actividades económicas, pasando de ser una economía rural a una industrial y de servicios, en algunas zonas.

En el periodo comprendido del 2007 al 2011, en el Gobierno del Estado de México, se puede observar que al interior de la metrópoli se aprecia el surgimiento de centros generadores de empleo, destacando el municipio de Lerma en las actividades económicas terciaria y secundaria, San Mateo Atenco en el sector secundario y en el caso de Metepec, este surge como generador predominante de nuevos empleos y servicios en los sectores secundario y terciario compitiendo abiertamente con Toluca.

La base económica de el VT se ha ampliado, tanto en diversidad como en competitividad y tamaño, por lo que se puede decir que cuando menos a mediano plazo mantendrá su nivel y categoría como una de las cinco metrópolis más importantes del país (Gobierno del Estado de México, 2012).

De acuerdo con el Gobierno del Estado de México en el periodo que comprende los años 2007 – 2011, las actividades económicas primarias, secundarias y terciarias, arrojaron los siguientes resultados:

Sector económico primario.

En las laderas de las montañas y en la planicie la actividad agrícola, en su mayoría es de temporal y en menor proporción de agricultura de riego. Aunado a que el tipo de suelo que predomina es feozem el cual es susceptible a la erosión moderada y alta. Esta situación hace que se presenten con más facilidad problemas de erosión de suelo acarreado como consecuencia la emisión de partículas de origen natural.

Con respecto a la ganadería en la zona de estudio se observa la invasión hacia áreas forestales, en donde se presenta, por un lado la tala de árboles, y por otro, incendios provocados para la quema de pasto y generación de renuevo, beneficiando así el pastoreo de rebaños. Sin embargo dicha actividad afecta la calidad del aire por la emisión de partículas durante la combustión y posteriormente por la erosión del suelo a consecuencia de la pérdida de cubierta vegetal.

Sector económico secundario.

En las actividades del sector secundario interviene la industria manufacturera con 4,291 unidades económicas. En el VT el asentamiento industrial se concentra básicamente en el municipio de Toluca, en donde existen alrededor de 2,297 unidades económicas, lo que representa el 53.53% de la planta industrial de esta metrópoli.

Entre los giros de la industria manufacturera que destacan por la emisión de contaminantes están: la industria química, metalmecánica, la industria alimenticia y la textil, las que por sus diferentes procesos representan la principal fuente de emisión de óxidos de azufre, compuestos orgánicos volátiles y óxidos de nitrógeno.

Sector económico terciario.

A partir del Censo Económico 2004 se determinó que en el VT hay 26,525 unidades económicas en el sector comercio y 14,665 en el sector servicio. Con relación al sector comercio, 1,365 unidades se dedican a la actividad al por mayor y 25,160 al por menor. Por otra parte, en el sector servicio, 574 unidades pertenecen al rubro de servicios financieros, inmobiliarios y de alquiler de bienes inmuebles, en tanto que 11,782 unidades al de servicios técnicos, profesionales, personales y sociales.

Cabe mencionar que la mayor parte de los comercios se concentra en los municipios de Toluca, San Mateo Atenco y Metepec, en tanto que la mayor concentración de servicios se presenta en Toluca, Metepec y Zinacantepec.

La importancia de las actividad de los productores de chorizo, impacta de manera directa e indirectamente en los sectores económicos mencionados, debido a que tomando en cuenta que la materia prima para elaborar el embutido, viene del campo, a su vez ellos con la labor de transformadores ayudan a la economía local, formando parte del sector laboral que a su vez genera empleos e impacta indirectamente en el turismo de la región, al captar visitantes que acuden a comprar exclusivamente el embutido.

3

*Alimento, patrimonio y
cultura; Chorizo del Valle
de Toluca*

3.1 El sustancioso Valle de Toluca

El chorizo es resultado de las modificaciones realizadas a su preparación por las distintas naciones que lo han consumido, desde su creación en la península ibérica (territorio donde se ubican España y Portugal) hasta llegar al embutido que hoy en día se elabora en el VT, la choricería toluqueña no viene de ayer, ni de antier, sino de más atrás como se observa a continuación.

Hablar de embutidos elaborados a base de carne de cerdo es remontarnos a sus orígenes. Se dice que el cerdo fue uno de los primeros animales en ser domesticados, existen registros de que esto sucedió hace 10 000 años en el centro de Asia y desde entonces esta practica se difundió por Europa y el resto del mundo (Escandon, 1916; Pinheiro, 1973; Flores *et. al.*, 1979), sin embargo a pesar de su uso, existían culturas en donde el consumo de esta carne no era bien visto, por ejemplo en la cultura judía. (Escandon, 1916).

Gracias a que el cerdo se adaptaba muy bien a los diferentes climas, el consumo de su carne se fue popularizando, esto se dio principalmente en la época de las cruzadas, en donde llegó a poblar una gran parte de Europa (Escandon, 1916), sin embargo la introducción del cerdo a América fue a través de los viajes que los españoles realizaron al nuevo continente. Estos a su llegada decidieron cultivar e importar sus productos para poder obtener sabores familiares, de esta forma se comienza a dar un mestizaje cultural, ligado a la forma de cocinar, servir y comer un alimento (Luengas, 2000; Iturriaga, 2003).

De este modo comienza la agricultura de diversos productos además de la domesticación de diferentes animales entre ellos el cerdo (Buenrostro *et. al.*, 2001), así éste animal fue bien aceptado en el territorio que hoy se conoce como República Mexicana y comenzó a reproducirse, es de esta forma como llega a los llanos y provincias, tal es el caso del Valle de Toluca (Ortega y Medina, 1996).

Se debe aclarar que en otras ciudades novohispanas también se criaban cerdos, como Valladolid, Puebla y México, pero lo que distinguió al VT desde el siglo XVI en este ramo, además de los volúmenes de producción, fue la conjunción crianza

de cerdo/producción de embutido y la comercialización de ambos productos (León, 2002), sin olvidar la antigua tradición del cultivo de maíz.



Valle de Toluca. A.H.M.T.

El Valle *Matlatzinco*, hoy Valle de Toluca, fue utilizado por los *tenochas* como granero de maíz, ya que ahí guardaban las semillas para alimentar a su pueblo. Después de la conquista de los españoles “en 1526 *Hernán Cortés le envía una carta a su padre para contarle que en el Matalcingo tiene sus ganados de vacas y ovejas y puercos*” (Martínez 1990, en Albores 2005), este ganado lo criaban los indígenas.

Para los primeros años del Virreinato, existía una intensa actividad colonizadora que se reflejaba sobre todo en el incremento de ganado mayor y menor. Los indígenas por su parte, fueron reduciendo su actividad agrícola ante el empuje de los ganaderos, pero no dejó de ser la región toluqueña famosa por sus cosechas agrícolas. La posesión de la tierra se disputó entre indios y españoles, políticamente una gran parte del valle perteneció al marquesado (Hernández, 2009)

Para el año de 1529, por cédula real de Carlos V, el Valle *Matlatzinco* le fue entregado a Hernán Cortés. Esta adquisición fue muy buena, ya que en poco tiempo la región de San Mateo Atenco se convirtió en un importante centro de crianza y distribución de ganado a otras partes de la Nueva España (García *et al.*, 2006; León, 2002).

“A lo largo de la historia colonial, hubo un pensamiento unánime, en que coincidieron las autoridades municipales y virreinales: el granero natural de México y el centro productor de carne de cerdo para sus habitantes era la ciudad de Toluca y su partido, extenso territorio que comprendía el ubérrimo valle irrigado por las aguas del Lerma” (Sánchez, 1976)

El ganado que se criaba en el Valle lo llegó a poblar tanto que Guzmán (2006) hace referencia a este fenómeno:

“...tengo la enfermedad del chancho la vaca y el borrego. Miles de animales me pisan el rostro a diario en los extensos pastizales que antes mis hijos cantaron... ya no se quien cuida a quien, si un hijo a un cerdo o el cerdo a un hijo. Todos mis jardines para ellos ahora están manchados de estiércol... ¡Que se revuelquen con los puercos y las vacas y ganen lo que quieran de oro!”

La producción de ganado en el Valle de Toluca era basta y variada, ya que existían concentraciones de producción, había regiones en las cuales se centraba la crianza de borrego, y en otras de cerdo, este último era destinado principalmente a la ciudad de México, esto se dio principalmente entre los años 1560 y 1611 (García *et al.*, 2006), después debido a una carencia de maíz, grano con el cual se alimentaban los cerdos, hubo un pequeño descenso en la crianza del animal (Castañeda, 2003).

Además de la crianza de cerdo en el Valle de Toluca, en la cual se especializaron, se dio inicio al arte de la charcutería gracias a la ocupación española y porque amoldaron su modo de vida a los recursos proporcionados por la región; de esta forma es como los diferentes visitantes realizaban una descripción sobre los productos elaborados con carne de cerdo (León, 2002).

Sánchez (1976) menciona que Toluca adquirió fama por la producción de chorizos, este prestigio se lo ganó gracias al trabajo de los charcuteros de la zona, el chorizo rojo alcanzó tal popularidad que a principios del siglo XX se extendió su venta a Europa (Elizondo 1997).

Los embutidos datan de épocas ancestrales en las que al no existir la refrigeración, se tuvo que recurrir a métodos de conservación para preservar los

frutos de las matanzas en ciertas épocas del año. La salazón, el ahumado, el secado y otras técnicas permitieron prolongar la duración de las carnes, particularmente la de cerdo. De ahí los jamones, tocinos, cecinas, tasajos, morcillas, longanizas y chorizos (Novo, 1997)

En Toluca además de la especialidad que es el chorizo rojo, se pueden encontrar morcillas, chistorra, obispo, longaniza, queso de puerco y chorizo verde (Sánchez *et al.*, 2001), el chorizo es un producto que ha caracterizado y representado al VT (Sánchez 1989).

El chorizo es un producto que se enriqueció con los ingredientes y la creatividad local, la imaginación del charcutero toluqueño fue basta y logró realizar un chorizo verde, ha este embutido se le puede considerar un producto actual en términos de que su elaboración es reciente, ya que el primer chorizo que se elaboró fue el rojo, el chorizo verde *“nace en el municipio de San Mateo Texcalyacac” en la década de los 70* del siglo XX, sin embargo la aceptación que tuvo este embutido a pesar de su apariencia fue buena, tanto así que ya se tiene más de 30 años de producción y comercialización, como lo menciona Fernández (2010).

La producción y elaboración de embutidos a base de carne de cerdo en el VT se dio por la ocupación española del lugar, esto le trajo a la región una gran popularidad, y gracias a la calidad de productos que se tenía, en la década de los 60 del siglo XX a Toluca se le conocía como la capital del chorizo (Sánchez, 1989).

Tanta fama alcanzó el chorizo toluqueño, que dentro de la literatura se encuentran referencias a este alimento tan sustancioso, ejemplo de esto se observa en la descripción que el Licenciado Mario Colín en el libro “Toluca” realiza acerca de los “chorizones” (Sánchez, 1976):

“La primera impresión que produce Toluca, es buena; pero la segunda es mejor: sus calles limpias, sus casas frecuentemente bonitas, y más que bonitas, algunas; sus larguísimos portales, sus edificios correctos y hermosos, producen un efecto total por extremo favorable al célebre emporio de los chorizos y jamones.”

A este mismo fenómeno hace referencia Novo (2012) al mencionar lo siguiente:

“Alonso Zorita ... en los años 1555 y 1556 dejó escrito: (en Toluca) todo el año se venden en la plaza menudos de puerco en gran cantidad, lomos, costillas, longanizas, morcillas, testuzos (nuca o frente), espinazos, porque siempre matan puercos que los hay muchos y grandes.”

“Por un poema de José Gil Ramírez sabemos que en 1713 como parte de las celebraciones del nacimiento del nuevo hijo del rey, en la plaza mayor de la ciudad de México se levanto una pirámide adornada con un prominente festón de chorizos de Toluca, que costó ¡4,063 pesos!”

“Fray Francisco de Ajofrin en su diario de viaje (1763) estima el gasto anual de alimentos que tenía la ciudad de México y calcula: ... Trecientos mil carneros; quince mil cabezas de ganado mayor, toros, vacas, terneras; treinta mil marranos sin contar los jamones de Toluca –que es la Extremadura de la América- y puercos en canal que entran de regalo por Navidad y Resurrección.”

“A finales de siglo XIX, el ilustre escritor y ensayador de metales Manuel Rivera Cambas ...precisaba: las diversas preparaciones que se hacen con la carne y sangre del cerdo son excelentes, de consumo extraordinario y muy apreciadas con el nombre de chorizones, longaniza, jamones y morongas; el chicharron toluqueño es de muy buen gusto.”



Día de plaza en Toluca. AHMT



Portales de Toluca. AHMT

En lo que respecta a la matanza en Toluca existió un corral para sacrificar el ganado, este dato se relaciona a que al no existir registros fehacientes sobre un predio de sacrificio, en 1879 el gobernador en turno Juan N. Mirafuentes informó

que se habían repuesto las pilastras donde solían amarrar a los animales para su degüello (Sánchez 1979).

Sin embargo Aurelio J. Venegas informa en su “Guía de Toluca” 1894; que en el año 1847 bajo la dirección del Dr. Juan Rodríguez regidor del ramo, se fundó el antiguo rastro de la ciudad en el barrio de San Juan Bautista con una inversión de \$2, 613.80, ya para 1910 había cedido importancia al nuevo rastro de la ciudad que ocupaba los predios 201 y 203 de la calle independencia (Sánchez, 1979; Novo, 1997)



Rastro de Toluca. AHMT

Debido a esto, el ganado que llegaba del sur era arriado por la diagonal que cruzaba la vieja hacienda de Don Santos López, “La Garceza” y llevado a los corrales aledaños al cerro del calvario. Para llevarlos al rastro, todavía en los años cuarenta se conducía a los animales casi a galope por la calle de Heredia –hoy Gomez Farias – y no pocas veces esta rutina se convertía en una especie de “pamplonada” que aterraba a los vecinos de dicha calle (Novo, 1997).

Actualmente el rastro municipal se encuentra ubicado en avenida López Portillo SN, colonia La Magdalena, Toluca de Lerdo, Estado de México, cp 50010, ofreciendo el servicio para el cual fue concebido matanza de ganado mayor, menor, aves y otros animales comestibles.

Si bien es cierto que en el VT se producen cantidades considerables de chorizo, se debe remarcar que no todo el embutido es igual, la mayoría ostenta un sello

familiar, a decir de Sánchez (2006): *Toluca es por derecho la capital de chorizo*. Y aunque el embutido nazca en este valle, gracias a las hábiles manos de los productores, cada uno tiene sus matices, características que lo hacen único.



Venta de chorizo en la plaza. AHMT

No obstante la fama “choricera” de la región es gracias a los actores de la misma, porque estos han sabido llenar los manteles de una inabarcable gama de lujos, de exquisiteces nutritivas, que vienen haciendo las delicias de los gozadores no desde hace años sino de siglos. Los guisos y las formulas de la cocina toluqueña, son herencia, el pueblo de Toluca hizo invertir su inspiración, su gusto particular, trasformando las recetas originales de chorizos y embutidos, en algo típico, que los sigue identificando con el mismo nombre y sabor de la tierra (Sánchez, 1989)



Arco de bienvenida a la entrada de la carretera a México y
Vista panorámica Valle de Toluca. AHMT

3.2 Chorizo, patrimonio cultural - gastronómico del Valle de Toluca

Actualmente se denomina patrimonio cultural al conjunto de bienes tangibles e intangibles, testigos o testimonios vinculados a hechos, episodios, personajes, formas de vida, religión, trabajo, usos y costumbres que ilustran el pasado y que de una u otra forma aclaran o gratifican la identidad de una nación (Xicarts, 2005)

La suma de esfuerzos que se realizan hoy en día, se encamina a la adecuada protección y reproducción de estas expresiones, debido a que el patrimonio cultural de una sociedad resulta ser algo más que un conjunto de bienes y se manifiesta sobre todo como una reserva de significados. *“Significados históricos, estéticos o cosmológicos, pero siempre vinculados a referentes culturales cuya protección se inicia en el acto de conocerlos y nombrarlos. Proteger un patrimonio cultural significa en principio preservarlo del olvido y situarlo en el conocimiento colectivo”* (Millán, 2004 en CONACULTA, 2004), esta función la comparten las instituciones, la cátedra y la investigación como instrumentos que sacan a la luz lo que una sociedad guarda de su presente y de su pasado.

El patrimonio cultural se presenta como un sistema de elementos diversos entrelazados que comprenden el propio contexto sociocultural en el que surgen y no se trata de bienes o elementos aislados. Es por esta razón que el concepto de patrimonio cultural como lo menciona Machuca (2004 en CONACULTA, 2004) se refiere a un:

“sentimiento de pertenencia centrado en el papel constitutivo que tienen las ideas y los valores culturales de los individuos, las comunidades y los estados nación[...] como [...]un concepto y una práctica, no una cosa ni una realidad en sí misma que cambia constantemente en el tiempo sino un evento creado por la libre decisión de un conjunto de personas de asumir, portar y transmitir un comportamiento cultural, [...]un fluir continuo de significados que la gente imagina, funde e intercambia[...].”

En este sentido se debe entender que cada grupo social posee una identidad, ésta se encuentra dada por la construcción colectiva, generada en los procesos culturales internos, propios de los pueblos, desarrollando proyectos, estructurando

economías organizando socialmente a sus comunidades y expresando su cosmología (Good *et. al.*, 2011).

Lo anterior da pie a entender la cultura en un sentido amplio, como una propiedad central de las relaciones sociales que abarca tanto las dimensiones económicas, materiales e institucionales de la vida colectiva como los aspectos ideacionales de la cosmología, la significación y la estética. Tomando en cuenta los valores, los conocimientos transmitidos, la lógica y los conceptos fundamentales que los grupos expresan en la acción en su vida social, en los usos de la vida material, en el ritual, el arte y la cocina (Good *et al.*, 2011).

Las presiones actuales sobre temas como la globalización y mejora de estándares de calidad en alimentos, llevan a cambios alimenticios asociados con la modernidad, sin embargo a pesar de la abrumadora publicidad existente sobre alimentos procesados, aun se encuentran continuidades en las tradiciones culinarias. Este patrimonio intangible, es un instrumento de resistencia frente a la homogeneización cultural que se genera.

Comprendiendo que la cultura es un ordenador de la vida social, que le da unidad, contexto y sentido a los quehaceres humanos, posibilita la producción, reproducción y transformación de las sociedades concretas (Garza, 2011, en Good *et. al.*, 2011).

El patrimonio inmaterial de un pueblo incluye expresiones como la comida, debido a que éste se encuentra definido como: *“Procesos aprendidos de la gente, junto con el conocimiento, las habilidades y la creatividad que forman y son desarrollados por ellos, los productos que crean, los recursos los espacios y otros aspectos del contexto social y natural necesario para su sostenimiento; estos procesos proveen a comunidades vivas de un sentido de continuidad con las generaciones anteriores, y son importantes para la identidad cultural, así como para salvaguardar la diversidad y la creatividad de la humanidad”* (Dirección de Culturas Populares, 2003, en Good *et. al.*, 2011).

Bajo este esquema el patrimonio cultural-inmaterial-gastronómico de un pueblo, es una expresión que posee una continuidad historia y un saber hacer, que a pesar

de la modernidad se ha mantenido con una identidad propia tal es el caso del chorizo del VT. Aunado a esto se debe resaltar que gracias a los sellos de calidad se le otorga un valor y un signo que genera una conciencia en el consumidor sobre los productos de calidad territorial, en el productor al saber que el trabajo que realiza tiene un reconocimiento y una remuneración económica.

Para Josep Ballart las situaciones de atribución de valor a determinados bienes culturales podrán contemplarse enmarcadas en tres categorías de referencia: un valor de uso, un valor formal y un valor simbólico-significativo (Ballart 1997, en Xicarts, 2005). Uno de los valores de uso menos tangible es el del conocimiento. La investigación gastronómica permite añadir valor, e incorporar a un alimento tradicional un valor de uso inmaterial -el conocimiento- y contribuir a que un bien cultural sea tal.

Entendiendo como bien cultural: *“un objeto que ha acumulado teoría, práctica, experiencia e investigación, en definitiva es el resultado del conocimiento humano acumulado”* (Ballart, 1997, en Xicarts, 2005).

El saber-hacer tradicional, la memoria colectiva que hay en una región se encuentra muy ligado a lo que es el patrimonio, Espeitx (1996) menciona que *“los objetos patrimoniales permiten interpretar la tradición, es decir, con ellos se puede construir una cierta relación con la historia y el territorio, con el tiempo y con el espacio”*. De esta forma la tradición plasmada en un territorio es un mensaje cultural, que permite perpetuar la transmisión de una especificidad que es considerada propia por un grupo determinado, así se convertirán en patrimonio sólo aquellos platos y productos que sean buenos para comer, buenos para pensar y patrimonializar (Levi-Strauss citado por Espeitx 2004).

El chorizo del VT ha llevado un proceso de patrimonialización, el cual obedece a dos construcciones sociales distintas, pero complementarias y sucesivas como lo menciona Prats (2005):

- La primera consiste en la sacralización de la externalidad cultural: El patrimonio es un sistema de representación las reliquias que lo constituyen son objetos, lugares o manifestaciones, procedentes de la naturaleza

virgen, o indómita (por oposición al espacio domesticado por la cultura), del pasado (como tiempo fuera del tiempo, por oposición, no al tiempo presente, sino al tiempo percibido como presente), o de la genialidad (normalmente creativa, pero también destructiva, como expresión de la excepcionalidad, de la superación, en algún sentido, de los límites de la condición humana culturalmente establecidos).

- La segunda se trata de la puesta en valor o activación: Los procesos de activación del patrimonio dependen fundamentalmente de los poderes políticos, sin embargo estos poderes venen negociar con la sociedad. La puesta en valor de un elemento se produce precisamente primer proceso de negociación, en la medida en que existe en la sociedad una previa puesta en valor jerarquizada de determinados elementos patrimoniales, fruto normalmente de procesos identitarios.

El patrimonio del VT que se encuentra resguardado en el chorizo, es herencia, debido a que esta constituido por la acumulación de la experiencia cultural de los productores en toda su profundidad y diversidad y es una herencia irrenunciable, de la que, por otra parte, estamos viviendo (Prats, 2005)

El chorizo es un patrimonio localizado, debido a que el interés por adquirirlo trasciende su ubicación y es capaz de provocar por sí mismo flujos de visitantes. Así mismo el interés externo puede contribuir a una revalorización interna, aunque, su valoración e interpretación a nivel local no tiene porque coincidir con la valoración de los visitantes.

Se puede decir que el chorizo del VT como el patrimonio local contiene en sí mismo grandes oportunidades y grandes amenazas para el desarrollo y el bienestar de la población. Es, a la vez, un foro, que puede actuar como crisol depurador de todo tipo de lastres y generador de nuevas adaptaciones y formas de convivencia, y un búnquer, en el cual encerrarse e ignorar los nuevos retos (Prats, 2005).

El chorizo del VT es un patrimonio local, el cual forma parte de la memoria de los productores y habitantes, lograr su protección legal (MC), requiere partir de los

retos del presente, reflexionar sobre el pasado y proyectar participativamente el futuro.

3.3. Chorizo, alimento e identidad cultural

Claude Levi – Strauss y Mary Douglas enfatizaron el papel significativo de los alimentos como constructores de la identidad. Las practicas de la vida cotidiana entre las cuales el comer y el beber son de extrema importancia, dan sentido a la vida y establecen un orden, tanto entre las personas como en los eventos (Wodwar; Mennell *et. al.*, citados por Scholliers, 2001, citados por Bernard, 2005).

El chorizo del VT es un alimento que cuenta con una historia asociada al pasado de un territorio; la técnica empleada para encontrar la materia prima, procesarla y prepararla, se convirtió en un embutido identitario de la región y que se arraigo culturalmente en sus habitantes (Mintz, 2003).

Como se ha mencionado el embutido que adquirió *fama* debido a las características que poseía la región, es una *herencia* española, sin embargo debido a la creatividad y los aportes culinarios se logro la obtención de un chorizo del cual se apropiaron los toluqueños.

En este sentido la identidad cultural es lo que define a una cultura de otra y en el campo de la alimentación diferencia a un grupo de otro, ya que cada uno le aporta un sello particular y único. Características que no son estáticas, si no que como un aspecto de identidad están en permanente redefinición (Torres *et. al.*,2004).

El VT se ha caracterizado por producir chorizo, esto se puede observar a través de la historia, reproducción y creación cultural del embutido, debido a ser un alimento que ha constituido a crear una identidad colectiva (Garza,2011, en Good, 2011). Esto respecto a que la identidad *choricera* no le pertenece solo aun grupo de productores, si no que por continuidad histórica, se refiere a los habitantes del valle.

Cabe mencionar que una cocina propia, es aquella que es “normal” en una región determinada, en el sentido de que no se puede considerar una expresión de

individualidad, si no más bien como un aspecto de identidad grupal, debido a que el chorizo es precisamente un aspecto de identidad colectiva, a pesar de haber sido el resultado de un *experimento* individual (Torres et. al., 2004).

Esta identidad choricera se generó a partir de la construcción de una cocina propia, tomando las formas de producción, la selección de ingredientes, de ambas culturas (Matlatzincas y Españoles), esto origina una nueva *cuisine*:

“Decir que esta creación de una nueva cuisine fue una ‘mezcla’ o una ‘combinación’ de culturas no le da la importancia que merece a la creatividad cultural... La creatividad implica siempre cambio... al crear platos nuevos hicieron que los alimentos familiares tuviesen un sabor diferente” (Mintz, 2003).

Al introducir al VT plantas, animales, alimentos, recetas y métodos de preparación, los platos de los colonizadores y los indígenas, tuvieron una importancia especial en la *cuisine* que se iba desarrollando, sin embargo cultivos como el maíz y los alimentos obtenidos de la zona lacustre, no perdieron su importancia. Cada chorizo producido en el territorio, representa una síntesis creativa de ingredientes cuidadosamente seleccionados, y métodos de preparación propios (Mintz, 2003).

En este sentido el hecho de haber creado una cocina propia en el VT se convierte en un elemento esencial de la cultura del territorio, el origen del chorizo, forma parte de la historia y es un producto que forma parte del patrimonio vivo de los habitantes del valle, subsiste en la memoria colectiva y se transmite generacionalmente (Garza, 2011 en Good, 2011; Mintz, 2003; Torres et. al., 2004)

El VT al contar con una identidad propia, culinariamente hablando, genera en sus habitantes una cultura alimentaria particular, que al emigrar del territorio, se llevan en la memoria, *“... al igual que otros rasgos sociales o pautas culturales ... como algo dado, que está ahí y que requiere de pocas explicaciones más, pues solo las desviaciones de la norma son percibidas como tales. En efecto, muchas personas solo son conscientes de que tenían una cocina, una forma específica de comer y unos gustos propios cuando salen de su propio país”* (Contreras, 1995: en Torres et. al., 2004).

El chorizo del VT encierra un saber – hacer propio, enriquecido a lo largo de la historia, a través de la experimentación y el conocimiento de los productores, continuidad que se ha manifestado con la introducción de nuevos embutidos, ejemplo de esto es el chorizo verde. Sin embargo este embutido se arraigo culturalmente en el territorio.

En la modernidad que se vive en el territorio, y ante la homogeneización de productos, un embutido con identidad territorial, hace que se valoricen nuevamente esos saberes y sabores únicos, en donde aun existe imaginación, gusto, una elaboración donde el productor choricero, aportando su toque particular y es parte de todo el proceso; en el sentido de que *“comer no es una mera actividad biológica si no también una actividad vibrantemente cultural”* (Mintz, 2003).

La cultura e identidad choricera, son el resultado de una *cuisine* creativa y complementaria, como lo expresa Sánchez (1976): *“Quizás fue el sibaritismo lo que motivó la creación del afamado chorizo de Toluca”*.



Chorizo del Valle de Toluca.

3.4. Elaboración del chorizo del Valle de Toluca

La receta española del chorizo, importada por los tocineros de la colonia, sufrió en el VT una verdadera revolución, las aportaciones locales consiguieron su objetivo de crear una nueva vianda, un manjar diferente. En Toluca se vende chorizo para la clientela sin pretensiones, chorizo comercial para el turista, chorizo especial para los conocedores y hasta chorizo por encargo para el gusto de los más distinguidos paladares (Sánchez, 1976).

Para poder conocer el proceso de elaboración primero hay que contestar a la pregunta ¿Qué es lo que el sustancioso Valle de Toluca, la tierra mexicana, añadió al chorizo español, para dar pie a la vianda que se conoce hoy? A decir de Sánchez (1976), la respuesta se encuentra en el sabor:

Primero: el sabor del maíz que produce el luminoso valle toluqueño, filtrado por la alquimia natural, hasta la carne de los marranos

Segundo: el sabor excitante, dulzarrón, agrio y picoso de ese chile seco y colorado.

Tercero: la presencia de los sabores y aromas de las yerbas de olor, seleccionadas y reunidas a la manera mexicana; el toque fuerte de la semilla de culantro, la frescura del jengibre y antes que otra cosa, el cuidadoso proceso, la observancia de ciertas reglas, de pequeños detalles de sazón. Que constituyen la aportación artística de los tocineros toluqueños a la singularidad de sus chorizos.

El chorizo cambio es cierto, la receta que trajeron los colonizadores se enriqueció al cambiar el sabor de la carne, sin embargo gran modificación que sufrió: fue que el maíz y el chile entraron a formar parte de los ingredientes: el maíz le daba un agradable sabor a la carne y lograba chanchos de mejor calidad y el chile por su parte le cambio el sabor y el color, de modo que el chorizo toluqueño es rojo (Sánchez, 2006).

La forma de preparar el chorizo ha cambiado a lo largo de la historia, describir el proceso de elaboración *“puede resultar una divertida faena literaria. No se puede*

llegar a ser un Gran Cocinero a base de aprender recetas... En el artista tocinero la intuición, la imaginación y el gusto, lo son todo” (Sánchez, 1976).

Así mismo Sánchez (1976) realiza una descripción muy peculiar acerca de la preparación del embutido toluqueño:

La carne no debe ser flaca ni gorda. Un termino medio; que fría, pero no empalague. De modo que, desde la selección de los animales que han de aportar la materia prima de chorizo toluqueño, sus creadores empiezan a poner en actividad el genio y el ojo clínico y su experiencia de viejos criadores.

Ya escogida y molida la carne, empieza el despliegue de el agua en que previamente hirvieron en compañía de las hierbas de olor. Las especies tradicionales llueven pulverizadas sobre los aromados masacotes de carne; la pimienta gorda, el clavo, el jengibre de la india..., el comino, algo de orégano y, fundamentalmente, la semilla de culantro.

Cuando el tocinero busca un chorizo con virtudes suficientes para llamarlo toluqueño, entonces pone la carne a “pudrir” en vino blanco... Es necesario advertir que la sal –sabor de los sabores- no debe ser mezclada directamente con la carne, se diluye primero en vino o en el vinagre.

Después, ya puesta la carne condimentada en una cazuela de barro de Metepec, se le riega el vino y se deja reposar por lo menos durante un término de 48 horas. La carne chupa el licor con sed beduina y al cabo de su sueño de auténtica borrachera, queda lista para entripar y amarrar, con solo el agregado de un poco de pimentón para colorearlo.

...El chorizo de Toluca sigue mostrando sabia preferencia por la tripa de leche del marrano que, muy limpia, se va llenando a presión en la maquinilla de moler tasajo.

Incluso la “suerte de amarrar” tiene sus secretos. Se amarra por lo general con pita de fibra de maguey, “ixtle”, a siete u ocho centímetros de distancia para formar las bolas que el público identifica colgadas en largos hilos... Se amarra largo si se va a vender por kilo y corto, si el trato se hará por docena.

Como se aprecia en la descripción anterior, la elaboración de chorizo, se consideraba toda una ciencia y un arte, que no cualquiera podía realizar, encerraba cierto misticismo y una cosmovisión muy particular, como sucede en cada una de las elaboraciones que el tocinerero realiza.

Sin embargo algunas practicas han dejado de usarse, como el echo de colocar la carne en una cazuela de barro, pero no cualquier barro, si no de Metepec, el atar el embutido con *ixtle*, sin olvidar el atado largo o corto dependiendo de cómo se iba a vender el producto.

A pesar de los cambios realizados al chorizo, mantiene un proceso de elaboración muy similar al de antaño, a demás de que los productores del VT sigue procedimientos parecidos:

“La carne se pica y se mezcla junto con especias, chiles molidos y vinagre. Está masa se deja reposar por un tiempo –a consideración del productor- y después se embute en una tripa del intestino delgado del cerdo: se ata con hilo “cáñamo o jareta delgada” en trozos que van de 8 a 10 cm, y se cuelga para orearse por un tiempo; el tiempo además de ser considerado por el productor, se toma en cuenta el gusto de la gente, ya que hay quien compra chorizo oreado de 2 días ó 1 mes” (APCAVTAC)

En este sentido la Asociación menciona: “ La preparación del chorizo rojo se basa en una mezcla de carne de cerdo picada con grasa (80 – 20) y una preparación de pimentón, chile ancho, chile guajillo, pimienta negra, pimienta gorda, ajo, nuez, clavo, jengibre, vinagre o vino, sal; también se le puede agregar canela, comino, clavo.”

En el renglón del chorizo verde la preparación es similar con una variación en los ingredientes para darle color: “Se muelen los ingredientes de color verde; chile poblano o cuaresmeño, cilantro, perejil, acelgas, cebolla cambray con todo y rabo, añadiéndole ajo, comino, arégano, clavo, pimienta, sal y vinagre. Todo esto se mezcla con la carne de cerdo picada con grasa (80 – 20).”

	Ingredientes	Preparación	Variaciones
Chorizo rojo	Carne de cerdo Grasa Especias Chiles secos Jengibre Ajo Cebolla Semillas de cilantro Vinagre Tripa natural	Moler chiles, ajo, cebolla y reservar. Disolver en el vinagre las especias y la sal, agregar a la mezcla de chiles, colocar la carne y dejar reposar. Colocar en la tripa, amarrar cada 8 cm y colgar	Actualmente existen chorizos almendrados, con pasas, especiales (contienen otras especias). La mayor variación de este chorizo, es la que se dio en la década de los 70, debido a una alza en los precios de los chiles, de esta forma es como nace el chorizo verde
Chorizo verde	Carne de cerdo Grasa Especias Semilla de cilantro Jengibre Chile Cilantro Tomate Lechuga Chile poblano Perejil Ajo Cebolla Vinagre Tripa natural	Desvenar y moler los chiles, ajo, cebolla, cilantro, tomate, lechuga, chile poblano y perejil, reservar. Disolver en el vinagre las especias y la sal, agregar a la mezcla anterior. Colocar la carne en el liquido y dejar reposar por 3 días. Colocar en la tripa, amarrar cada 8 cm y colgar	Este chorizo tiene pocas variaciones y solo es en los ingredientes y esto depende de la región donde se elabora, se le agrega aguacate, pepita de calabaza, espinacas, chiles como de árbol además de algunos frutos secos como puede ser almendra, cacahuete, pasas, piñón, nuez.

Elaboración propia con base en Fernández (2010); Muñoz (2000); Sánchez (1989); Sánchez (2006); Asociación de Productores de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca (2012)

Hacer referencia a los ingredientes, al proceso de elaboración y las diferentes variaciones del chorizo, se debe a que para poder obtener una MC es necesario redactar unas reglas de uso, en el siguiente capítulo se mencionara más a detalle este proceso.

Sin embargo al redactar las reglas es necesario conocer la costumbre al elaborar chorizo o en otras palabras poder convertir “la tradición en una regla”, otorgándole al chorizo un carácter legal único, con el cual la Asociación de Productores se podrá avalar y defender lo que por años ha elaborado.

4

Proceso de gestión para la protección legal del Chorizo del Valle de

4.1 Registro de la Marca Colectiva para el Chorizo del Valle de Toluca

La MC es una herramienta que ayuda a la distinción y posicionamiento de un producto, de otros aparentemente similares. Generalmente la marca se identifica mediante un logo y un nombre, colocada visiblemente en el exterior del producto, lo que tiene como objetivo, lograr una rápida y clara identificación por parte de los consumidores.

Como ya se ha mencionado, el IMPI (2012) define una marca como: *“Todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. Se obtiene el uso exclusivo mediante su registro”*. Y la diferencia con una MC es que la solicitud la realiza una asociación de productores y esta sujeta a las reglas de uso que sociedad productora acuerde.

La marca otorga al producto un conjunto de significados simbólicos para lograr su fácil identificación, garantizar sus atributos de calidad, y mediante estos mecanismos, lograr la lealtad de los consumidores. Esta cadena de causas y efectos originados por la marca permite protegerse de la competencia generalizada de los productos indiferenciados, a la vez que ofrece la oportunidad de concentrar su estrategia en el acceso y control de nichos de mercado específicos (Ramos, 2008).

Registrar una marca es esencial, ya que se protegen los derechos exclusivos de la misma, pudiendo ejercer acciones legales contra quien haga uso no autorizado de ella. La marca permite al propietario obtener beneficios, gracias a una estructura comercial que soporta y garantiza su uso (Ramos, 2008).

Algunos de los beneficios que se obtienen al registrar una marca de acuerdo con el IMPI (2012) son:

- Uso exclusivo de la marca.
- El derecho exclusivo al uso en todo el territorio mexicano.
- El derecho exclusivo a prohibir el uso sin su consentimiento.
- Permite a los clientes distinguir los productos/servicios de los de sus competidores.

La Asociación a través de una serie de reuniones, realizadas en conjunto con estudiantes, desarrollaron un esquema preliminar de las reglas de uso (Anexo 2) que se tendrán que acatar, al realizarse el registro de la MC.



Reuniones con productores

4.2 Gestión de una Marca Colectiva para el chorizo del Valle de Toluca

El primer paso para poder realizar el registro de una MC es la elección de un nombre adecuado, el cual identifique al producto, al territorio y el saber – hacer, esto se debe hacer con base en la Ley de la Propiedad Industrial (IMPI, 2012), la cual prohíbe lo siguiente:

- ✘ Signos cuyo contenido o forma sean contrarios al orden público, a la moral y a las buenas costumbres o contravengan cualquier disposición legal.
- ✘ Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales animadas o cambiantes, que se expresan de manera dinámica, aún cuando sean visibles.
- ✘ Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden ampararse con la marca, así como aquellas palabras que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en la designación usual o genérica de los mismos.



✘ Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de originalidad que las distinga fácilmente, así como la forma usual y corriente de los productos o la impuesta por su naturaleza o función industrial.



✘ Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivas de los productos o servicios que traten de protegerse como marca; así como aquellas palabras descriptivas o indicativas que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen de los productos o la época de producción.



✘ Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de elementos tales como signos, diseños o denominaciones, que les den un carácter distintivo.



✘ La traducción a otros idiomas, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables.



✘ Las que reproduzcan o imiten, sin autorización, escudos, banderas o emblemas de cualquier país, Estado, municipio o divisiones políticas equivalentes, así como las denominaciones, siglas, símbolos o emblemas de organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, así como la designación verbal de los mismos.



✘ Las que reproduzcan o imiten signos o sellos oficiales de control y garantía adoptados por un Estado, sin

autorización de la autoridad competente, o monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero.



- ✘ Las que reproduzcan o imiten los nombres o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente.



- ✘ Las denominaciones geográficas, propias o comunes, y los mapas, así como los gentilicios, nombres y adjetivos, cuando indiquen la procedencia de los productos o servicios y puedan originar confusión o error en cuanto a su procedencia.



- ✘ Las denominaciones de poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos, excepto los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y se tenga el consentimiento del propietario.



- ✘ Los nombres, seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados o, si han fallecido, en su orden, del cónyuge, parientes consanguíneos en línea recta y por adopción, y colaterales, ambos hasta el cuarto grado.



- ✘ Los títulos de obras intelectuales o artísticas, así como los títulos de publicaciones y difusiones periódicas, los personajes ficticios o simbólicos, los personajes humanos de caracterización, los nombres artísticos y las denominaciones de grupos artísticos; a menos que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.



- ✘ Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, susceptibles de engañar al público o inducir a error, entendiéndose por tales las que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes o cualidades de los productos o servicios que pretenda amparar.
- ✘ Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México.
- ✘ Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.
- ✘ Una marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios.
- ✘ Una marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma.

Don Tequilero

•andrea•



PATZO vs PATSO

CARLI vs CARLIS

Una vez que se ha decidido el nombre, con base en lo estipulado en la Ley, se comienza con el proceso constructivo de un signo que distinga al chorizo, una imagen con la cual los productores también se sientan identificados y de esta

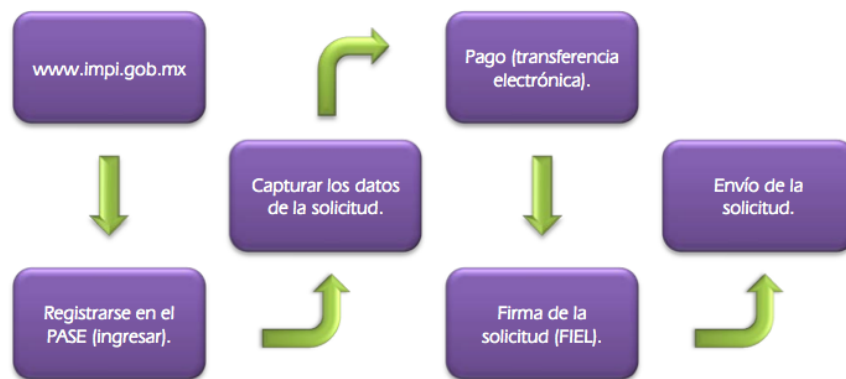
manera se conforme el signo visible que los consumidores identificaran para el chorizo del VT.

Así mismo el IMPI en su pagina www.impi.gob.mx, permite realizar una búsqueda de aquellos productos que sean similares al que se desea registrar, esto para poder agilizar el tramite (Anexo 3), una vez que se ha corroborado esto, se puede llenar la solicitud de una mejor manera, tomando en cuenta las palabras que se van a reservar y aquellas que no son reservables.

En caso de que se desee que el IMPI realice el informe para saber si es que ya se ha registrado la marca que se va a registrar, se debe pagar una cuota de \$98.26 pesos de acuerdo a los costos que aparecen en la pagina oficial del IMPI (2012).

Una vez que se han cumplido los tramites anteriores, se debe reunir un expediente con todos los documentos, necesarios para obtener la MC, y es presentado en la ventanilla del IMPI, es en este lugar donde se verifica que la solicitud este correctamente llenada, y todos los documentos se encuentren en regla.

Si no existe la posibilidad de presentar una solicitud física de la MC que se pretende registrar, existe la posibilidad de realizar un registro en línea de acuerdo con el IMPI (2012), siguiendo los pasos que se describe a continuación:



Procedimiento de registro en línea. IMPI (2012)

Para que el tramite de registro de la MC se realice de forma adecuada, ya sea vía internet o de forma física, el costo que la Asociación debe pagar es de \$2 433.41 pesos, que se debe cubrir en alguna de las sucursales que se encuentran

autorizadas por el IMPI o en caso de tener la posibilidad, se realiza una transferencia electrónica.

El registro de marca será sometido a un examen de forma y fondo, el cual tarda un periodo de 6 meses, sin embargo este puede alargarse dependiendo de la solicitud, mientras tanto el IMPI debe mantener informado al solicitante de la MC del chorizo.

Si al termino del examen, los resultados del registro son positivos, y se otorga la MC al chorizo del VT, desde ese momento queda bajo la protección que otorga la Ley de la Propiedad Intelectual.

4.3 Actores involucrados en la gestión de la Marca Colectiva.

En el proceso de obtención de una MC para el chorizo del Valle de Toluca, se encuentran involucrados, alumnos del posgrado en Agroindustria Rural Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario, así como un pasante en Diseño Gráfico, este grupo de estudiantes auto denominado “Prochorizo”, trabaja a su vez con la Asociación de Productores de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca A.C., la cual actualmente cuenta con 4 socios fundadores.

En donde lo que se busca es motivar a la asociación e involucrar a las instituciones y a la academia, para que puedan brindar el apoyo necesario y de esta forma lograr el registro de la MC, registro que traerá a la postre beneficios de distinta índole.

Al obtener una MC el territorio puede verse favorecido en aspectos como:

- ✓ Mayor bienestar económico para los productores.
- ✓ Fortalecimiento de las organizaciones de productores.
- ✓ Promoción de las relaciones entre productores y actores públicos y privados tanto del territorio como nacionales.
- ✓ Posibilidades de impulsar otros sectores económicos de la región.

La gestión de la MC además de beneficiar al territorio, ayuda a los productores y a los involucrados dentro del proceso, logrando con el esfuerzo y el trabajo en

conjunto, el reconocimiento del chorizo, que forma parte del patrimonio cultural gastronómico vivo, del Valle de Toluca y sus habitantes.

4.4 Análisis del proceso de calificación del chorizo del Valle de Toluca

El siguiente análisis se realizó en conjunto con los productores que forman parte de la Asociación, obteniendo lo siguiente:

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> Recursos materiales, culturales, saber – hacer, que permiten la especificidad del chorizo Zona de producción claramente delimitada para la MC Reglas de uso en adecuación con respecto a la tradición Fama regional y nacional Organización de productores: creación de la APCAVTAC Participación activa de distintos actores Proceso de calificación, combinado con un desarrollo integral de los productores 	<ul style="list-style-type: none"> La MC no es un sello de calidad adecuado en relación con el origen Existen pocos recursos para llevar a cabo el proceso de calificación. No cuentan con los conocimientos y las relaciones suficientes, por lo cual aun no son autónomos. Rol preponderante de Prochorizo combinado con la falta de autonomía y dinamismo de los productores Falta de liderazgo entre productores Falta de reuniones de la Asociación Desmotivación de algunos actores dado que el proceso es largo y difícil
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> La demanda creciente de productos con identidad territorial Organización de una feria anual, así como participación en otras ferias, exposiciones, entre otros. Inserción en nuevos mercados como un producto gourmet Como proceso de calificación difundido, el chorizo se puede beneficiar de más apoyos externos Posibilidad de inserción en programas de desarrollo El consumidor puede reconocer el producto con mayor facilidad Posibilidad de difusión para desarrollar el turismo en la región. 	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de intereses particulares (productores de chorizo de menor calidad) tratan de interferir en la protección del chorizo como una MC La división político-administrativa complica la coordinación de esfuerzos Inestabilidad en los programas de apoyo El IMPI considera como genéricas las denominaciones “Chorizo” y “Valle de Toluca” El marco legal de la MC no pone énfasis en el desarrollo territorial, lo cual significaría una problemática de calificación

A partir de este análisis y los elementos que se presentan hacia la obtención de una MC para el chorizo del Valle de Toluca, se deben considerar algunas perspectivas:

- ♣ Al obtener la MC se debe hacer uso concreto de está, impulsando la promoción y comercialización
- ♣ Verificar el cumplimiento de las reglas de uso
- ♣ Reforzar las capacidades organizativas, así como la coordinación entre organismos públicos y privados
- ♣ Promover la autonomía de los productores
- ♣ Proyectar la promoción de un rastro, en donde se obtenga carne adecuada para elaborar el producto.
- ♣ Pensar en la constitución de organismo regulador, encargado de verificar el respeto a las reglas de uso
- ♣ Involucrar a los intermediarios en el proceso, con la finalidad de reforzar el circuito de carácter tradicional
- ♣ Asociarse para la obtención de un sello de comercio justo
- ♣ Motivar a otros productores a formar parte de la asociación: mediante talleres, pláticas, prestaciones de servicio, entre otras.
- ♣ El objetivo de preservar la cultura y el patrimonio del Valle de Toluca, asociado a un desarrollo territorial, en un principio se cumple con la MC, sin embargo se debe seguir trabajando para lograr una Indicación Geográfica, una Especialidad Gastronómica Garantizada o tener la visión de buscar una Denominación de Origen.

5

Conclusión

5.1 Consideraciones finales

La calidad de un alimento depende del atributo de valor que el consumidor le otorgue, mostrando en algunos países una preferencia marcada hacia el consumo de alimentos que cuenten con un sello o etiqueta de valor.

Para tal efecto existen distintas normatividades como en la Unión Europea, la cual otorga atributos de valor por medio de sellos distintivos, a los productos que cuentan con una historia y se encuentran anclados a un territorio específico, lo cual les ha otorgado un prestigio.

La Unión Europea con base en sus políticas de calidad, ha implementado la protección de sus productos a través de sellos, denominaciones y marcas, las cuales otorgan el valor no solo al producto sino al territorio en donde son elaborados.

Los sellos de calidad alimentaria hacen referencia a un atributo de valor diferenciado, el sello debe ser una imagen que el consumidor reconozca, de esta forma se encontrara dispuesto a pagar un precio mayor por lo que está obteniendo.

Sin embargo, la demanda aún incipiente de productos típicos en América Latina, les abre las puertas hacia nuevos mercados, permitiéndoles generar nuevas estrategias de desarrollo local, las cuales permitan valorar tanto el producto como el territorio en el cual se elabora.

Las dinámicas de desarrollo a través de la utilización de sellos de calidad como las DO, MC y otros, pueden posicionar el producto en un mercado en primer instancia a nivel regional, para continuar a nivel mundial, esto se puede lograr con la ayuda de diferentes instituciones que fomenten la creación de una marca, la cual sea un sello que caracterice y le de un valor al producto.

Así como es de vital importancia reconocer un producto por su carácter identitario, también es importante reconocer el territorio en el cual se elabora el alimento, para que de esta forma la canasta de bienes que ofrece la región involucre a los actores de la misma.

Es necesario hacer conciencia en México que la calidad de productos de las agroindustrias complementan la riqueza territorial de donde son elaborados y al igual que en la Unión Europea, se debe desarrollar el concepto de territorio para que las autoridades, productores, organismos públicos y privados adquieran mayor interés en la creación de sellos, marcas y denominaciones de origen que protejan los productos alimenticios del país.

Una de las mayores dificultades que afrontan los productores mexicanos para poder exportar y posicionar su producto a nivel internacional es la falta de un sello reconocido en el país de destino que avale la calidad del producto. Debido a que el proceso para obtenerlo ante la institución correspondiente y las políticas públicas son inadecuadas.

Si bien es cierto, México cuenta con un organismo certificador de marcas, este no se encuentra capacitado para ofrecer una protección adecuada, el IMPI, ha promovido la obtención de MC debido a que el proceso es menos complicado que una DO, sin embargo la MC tiene debilidades en el plano territorial.

Se debe hacer énfasis en que productos identitarios, pertenecen a un territorio, independientemente de la división político – administrativa que tenga este, y es precisamente la región la que le otorga las características propias al producto; se debe seguir trabajando y haciendo énfasis en este aspecto para que al resaltar cualidades, sobresalgan como un conjunto producto-territorio-productores y no como aspectos individuales.

Considerando que la MC es la figura más utilizada de protección para productos de calidad territorial, el trabajo que se debe realizar para su obtención, es arduo, y hace falta concientización y promoción a cerca de esta forma de protección en el Estado de México, tal y como se ha venido trabajando en Michoacan con sus más de 40 marcas registradas.

Mientras se promueve a nivel nacional una conciencia de protección hacia productos de calidad territorial, a nivel local, caso particular el chorizo del Valle de Toluca, es indispensable gestionar con las secretarías el fomento hacia el desarrollo de proyectos que vinculen a los productores y al territorio.

El chorizo del Valle de Toluca es un producto que ha identificado al territorio desde la época de la colonia, el valorizar estos embutidos no solo beneficia a la comunidad si no a la región. Es importante mostrarle al consumidor local y externo, que los embutidos elaborados en la región cumplen con las características específicas de calidad, identidad y tradición.

El activar recursos pertenecientes a un territorio de acuerdo con el SIAL, tal es el caso del chorizo del Valle de Toluca, ayudaría al desarrollo no solo de los productores, si no también del territorio. Agregarle valor al embutido tradicional del valle se complementaría con el proceso de patrimonialización del producto.

Los productos son tradicionales porque incorporan elementos específicos de la geografía del territorio y además contienen el saber – hacer y los conocimientos de varias generaciones. Este conocimiento se observa en la diversidad de animales criados y las técnicas de los proceso productivos. Por tal razón es importante defender y valorizar los productos de identidad territorial ya que esto significa valorizar también las condiciones del territorio.

Para poder realizar una adecuada valorización y activación del chorizo, se debe lograr una adecuada acción colectiva la cual incluya a productores, academia e instituciones publicas y privadas, con la finalidad de consolidar una MC, la cual identifique al chorizo del VT.

Al lograr un adecuado proceso de obtención de marca para el chorizo, el cual es un producto portador de identidad cultural, al viajar a otros mercados no perdería el vinculo que tiene con el territorio. Ya que el embutido característico del VT, cuenta con las practicas alimentarias, costumbres y expresiones de la cultura local.

Las posibilidades de desarrollo al activar los recursos del territorio se dan de manera gradual, sin embargo no se benefician solo los productores, si no se mejora a la par el territorio, ya que no solo se mejora en lo económico, también en actividades como el turismo, el comercio los servicios públicos, entre otros.

La conjugación de territorio – producto, se debe a las características que el Valle de Toluca le aporó al chorizo, en primer lugar se observa la llegada de el cerdo a través de los españoles al territorio, animal que se adaptó a las condiciones que existían en la región.

Una vez que se empezaron a dar los asentamientos dentro del valle, comenzó la crianza del chanco, al cual se le alimentaba con el maíz que poseían los Matlatzincas en graneros, esto le otorgó a la carne un sabor único para la época.

Los Españoles al introducir no solo su ganado si no sus productos alimenticios, usaron recursos que existían en la región, es en este punto en donde el chorizo empieza a sufrir una transformación, en donde el principal ingrediente que lo vino a cambiar fue el chile, a su vez empezaron a aparecer especias, condimentos y condiciones nuevas; esto último, ya que el clima del valle y los ingredientes nuevos, permitían mantener el chorizo fresco por mayor tiempo.

Las características que aporó el VT y el conocimiento de los oriundos, dieron como resultado un chorizo nuevo y que a la postre se convirtió en un alimento identitario de la región, debido a que la expresión “choricero” remite a los habitantes del Valle de Toluca.

El chorizo es un alimento que ha identificado a la región y es un elemento esencial de la cultura, debido a que forma parte de la historia de los habitantes y del VT, esté embutido es parte del patrimonio vivo de la región, porque se encuentra en la memoria colectiva, tanto de los oriundos como de los visitantes.

El legado patrimonial que se observa alrededor del chorizo, se debe a que su producción, se ha venido transmitiendo inter generacionalmente, la receta familiar, se conserva como el máspreciado tesoro, este fenómeno muestra, como es que la familia se identifica con el producto.

Decir que el chorizo forma parte del patrimonio cultural-gastronómico del valle, se debe a que existe un sentimiento de pertenencia en los habitantes, estos a su vez son transmisores de esta cultura alimentaria arraigada en el territorio, esto ha dado como resultado la existencia de un vínculo cercano entre habitantes, chorizo y Valle de Toluca.

Lograr un reconocimiento para el chorizo del VT, se va a dar en la medida que exista un trabajo con los productores de este embutido, se debe realizar un proceso de concientización y familiarización hacia proyectos de esta índole, en donde el beneficio será para productores y territorio.

Apoyar un proceso de registro para una MC para el chorizo ante el IMPI, representa la elaboración de un expediente adecuado, donde se justifique de manera apropiada el porqué, para qué y para quiénes.

Sin embargo el proceso de concientización no es del todo fácil, a lo largo de 2 años se visitaron 11 municipios pertenecientes al Valle de Toluca, en donde se realizaban reuniones para productores de chorizo, sin embargo la respuesta era poca o en ocasiones nula.

El resultado de la suma de esfuerzos, tanto de productores como de estudiantes, generó la organización de la Primera Feria del Chorizo Artesanal del Valle de Toluca, fue en este evento en donde se dio a conocer la Asociación de Productores de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca A.C.

Siendo esta organización con la que se realiza el proceso de certificación ante el IMPI, para lograr la MC, sello distintivo que se pretende para el chorizo del Valle de Toluca.

En este sentido, se ha trabajado con la Asociación, pero debido a que los procesos son largos, al término de este documento, se presenta un esquema preliminar de las reglas de uso para el chorizo, esperando que el registro ante el IMPI se realice en los meses próximos.

La suma de esfuerzos que se ha presentado, hacia la protección y revalorización de productos alimentarios culturalmente arraigados, se debe en cierta medida a la modernidad que se vive, ante la inminente globalización y homogeneización de productos, esto último debido a que existen situaciones en las que el consumo no es una decisión libre, sino que está condicionada por factores como: la falta de tiempo, productos "light", la publicidad de grandes empresas que ofrecen alimentos de calidad, entre otros.

Al término de este documento, la suma de esfuerzos del equipo conformado "Prochorizo, ha generado la integración de la sociedad de productores, denominada; Asociación de Productores de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca A.C., y la realización de la 1ª Feria del chorizo artesanal del Valle de Toluca.



Sin embargo el trabajo continúa, debido a que se siguen realizando reuniones con la Asociación, trabajando para lograr el objetivo de la protección legal del chorizo, así como la realización de la siguiente feria.

También el aporte de investigación de cada uno ha generado que se logre; la caracterización del chorizo, manual de buenas prácticas para productores y la localización geográfica, las cuales se incluirán en las

Reglas de Uso, quedando pendiente el signo distintivo así como el nombre

En este tenor, la tarea como investigadores, es mostrarle al consumidor que existe una variedad de productos tradicionales que cuentan con la calidad necesaria, para competir con los grandes consorcios alimenticios, como las cadenas de comida rápida. También se debe concientizar al productor, de que la actividad que realiza es de suma importancia para el territorio, esto se puede lograr a través de vínculo entre la academia e instituciones, logrando la organización de talleres, pláticas, ferias, conferencias, que muestren el valor de los productos de calidad territorial, que cuentan con un sello distintivo como la MC.

Finalmente, es posible llegar a la valorización y protección de productos alimenticios tradicionales, trabajando bajo un esquema ascendente, desde los productores hasta la consolidación gradual a nivel nacional, logrando así la protección mediante una MC del chorizo del Valle de Toluca, alimento patrimonial, cultural y gastronómico, arraigado en el territorio y en las representaciones sociales de los mexicanos

Referencias bibliográficas

Informantes clave

Asociación de Productores de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca A.C.

Libros

Acampora T., Fonte M (2008) *Productos típicos, estrategias de desarrollo rural y conocimiento local*. OPERA N° 7: 191 – 212

Ackermann N. (2009) *La valorización de los productos tradicionales de origen. Guía para la creación de un consorcio de calidad*. Subdivisión de política industrial y fomento del sector privado. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. Viena.

Albores Z. (2005) *¿Matlatzincó o Valle de Toluca? El Colegio Mexiquense A. C., Zinacantepec*. Estado de México.

Álvarez C. F. J. (Sin año) *La indicación geográfica en el sistema jurídico mexicano como una alternativa de desarrollo. Perspectiva económica de los derechos humanos*. Disponible en: <http://cedhj.org.mx/instituto/Articulos/FJAC%20%20%20INDICACION%20GEOGR AFICA.pdf>

Barragán L. E. (2008) *IMPORTANCIA DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS PARA LA PROTECCIÓN DE LOS PRODUCTOS TRADICIONALES EN MÉXICO. Propuesta de inclusión de Indicación Geográfica. En la Ley de la Propiedad Industrial*. Colegio de Michoacán A. C. Centro de Estudios Rurales.

Barragán L. E. (2009) *Marca colectiva REGIÓN DE ORIGEN a productos Michoacanos hacia la revitalización del patrimonio cultural de los pueblos*. Colegio de Michoacán A. C. Centro de Estudios Rurales.

Barragán L. E. (2011) *MACRO (Marcas Colectivas Región de Origen) MICHOCÁN. Hacia la revitalización del patrimonio cultural de los pueblos*. Avance de investigación. Colegio de Michoacán

Bernard A. (2005) *Gastronomía regional, turismo y sustentabilidad*. En Frausto M. O. (2005) *Desarrollo sustentable: Turismo, costas y educación*. Universidad de Quintana Roo. Cozumel. México.

Boucher F, Salas C. I., Requier-Desjardins D. (2005) *Agroindustria rural y liberalización comercial agrícola: el rol de los sistemas agroalimentarios localizados*. Quinto Congreso AMER: Balance y Perspectivas del Campo Mexicano: a una década del TLCAN y del movimiento Zapatista. Oaxaca, México.

Boucher F., Requier-Desjardins D. (2005) La concentración de las queserías rurales de Cajamarca: Retos y dificultades de una estrategia colectiva de activación. AGROALIMENTARIA No. 11 Julio – Diciembre, pp. 13-27

Boucher F., Reyes G. J. A. (2011) Guía metodológica para la activación de sistemas agroalimentarios localizados. IICA, CIRAD, RED- SIAL México - Europa. México: IICA.

Bowen S. (2012) *Las indicaciones geográficas, la globalización y el desarrollo territorial: el caso del tequila.* Agroalimentaria, vol. 18, núm. 34, enero-junio Universidad de los Andes Mérida, Venezuela, pp. 91 – 103

Buenrostro, M.; Barros, C., (2001). *La cocina prehispánica y colonial.* CONACULTA, México.

Castañeda, R., (2003). *Flujos comerciales en la región de Toluca (1570-1650).* En Zamudio, G.; Montes de Oca, E. y Aranda, J. *Historia y/o crónica de Toluca.* UAEMex. México.

Champredonde M., Benedetto A., Bustos C. R. (2010) *Productos típicos asociados a culturas migrantes: impactos de procesos de valorización sobre la identidad de los actores locales.* Ponencia presentada al VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural, Porto de Galinhas.

CONACULTA (2004) *Patrimonio cultural y turismo. Cuadernos.* Núm. 9. México. ISSN 1665 – 4617

CONAFOR (2007) *Protección, restauración y conservación de suelos forestales. Manual de obras y practicas.* SEMARNAT, Gobierno Federal, México.

Coto M., Boucher F. (2006) *La activación de recursos territoriales con el enfoque SIAL: el caso de un proyecto caprino en la Mixteca de México.* III Congreso Internacional de la Red SIAL “Sistemas Agroalimentarios Localizados”. Alimentación y Territorios “ALTER” Baeza (Jaén), España, 18 – 21 de Octubre.

Díaz D.C., Antón D. (2005) *Sequía en un mundo de agua.* Piriguazú ediciones y CIRA-UAEM. Costa Rica

Echeverri R., Rodríguez A., Sepúlveda S. (2003) *Competitividad Territorial. Elementos para la discusión.* SINOPSIS No. 7, IICA pp 2 – 7

Elizondo, C., (1997). *Record Guinness del chorizo de Toluca.* En el periódico: El Sol de Toluca. Publicado el: 3 de octubre 1997.

Escandón, M., (1916). *El Cerdo: su explotación y aprovechamiento.* Sociedad Española de Librerías. España.

Espeitx B. E. (1996) *Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra*. Agricultura y sociedad No. 80 – 81. Madrid. Julio – Diciembre. pp 83 – 116

Espeitx B. E. (2004) *Patrimonio alimentario y turismo una relación singular*. Universidad de Zaragoza, España. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 2 No. 2 pp 193 – 213.

Fernández Z. M. (2010) *Distribución geográfica, producción y comercialización del chorizo verde en el Valle de Toluca*. UAEMex. Tesis.

Flores, J.; Agraz, A., (1979) *Ganado porcino Cría, Explotación e Industrialización*. LIMUSA. México.

Fournier S., Muchnik J. (2012) *El enfoque "SIAL" (Sistemas Agroalimentarios Localizados) y la activación de recursos territoriales*. Agroalimentaria, vol. 18, núm. 34, enero-junio, pp. 133-144 Universidad de los Andes Mérida, Venezuela

García, R.; Jarquín, M. (2006). *Introducción. En La proeza histórica de un pueblo: San Mateo Atenco en el Valle de Toluca Siglos VIII-XIX*. Edit. UAEMex y C. mexiquense A.C. México.

Gobierno del Estado de México (2007) *Inventario de Emisiones de la Zona Metropolitana del Valle de Toluca*. Secretaria del Medio Ambiente. Dirección General de Prevención y Control de la Contaminación Atmosférica. Departamento de Control.

Gobierno del Estado de México (2007 – 2011) *Aire Limpio: Programa para el Valle de Toluca*. Gobierno del Estado de México.

Gobierno del Estado de México (2012) *Zona Metropolitana del Valle de Toluca. Aspectos sociodemográficos*. Consejo Estatal de Población. Gobierno del estado de México.

Good E. C., Corona P.L. (2011) *Comida, cultura y modernidad en México. Perspectivas antropológicas e históricas*. INAH, ENAH, CONACULTA. México

GDR (Grupo de Desarrollo Rural de la Campiña de Jerez) (2009) *VALORIZACION DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS LOCALES MERCADO rural*. Junta de Andalucía. Consejería de Agricultura y Pesca.

Guzmán A. (2006) *La agonía de la marmota*. Centro Toluqueño de Escritores. Toluca, México

Hernández R. (2009) *El Valle de Toluca. Época prehispánica y siglo XVI*. El Colegio Mexiquense A.C., Zinacantepec, Estado de México

IMPI (2012) *Guía del Usuario. Signos Distintivos*. Dirección Divisional de Marcas. Secretaría de Economía. IMPI

León, M. (2002). *La distinción alimentaria de Toluca: Permanencia de costumbres en larga duración. En: La distinción alimentaria de Toluca: el delicioso valle y los tiempos de escases, 1750-1800*. Porrúa y CIESAS, México.

Linck T. (2008) La ambigüedades de la modernización: la economía patrimonial, entre representatividad y consenso. Pampa. Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales, año 4, n° 4, Santa Fe, Argentina, UNL (pp. 37-60).

Luengas, A., (2000). *La cocina del Banco Nacional de México*. Fomento de cultura Banamex, México.

Machuca J. A. (2005) *Reconfiguración del Estado- Nación y cambio de la conciencia patrimonial en México*. pp. 135 – 175. En Béjar R., Rosales H. (2005) *La identidad nacional mexicana como problema político y cultural. Nuevas miradas*. UNAM, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias. México.

Garza R. (2011) *La vida ceremonial como patrimonio vivo en Iztapalapa, pueblo originario de la Ciudad de México*. En Good E. C., Corona P.L. (2011) *Comida, cultura y modernidad en México. Perspectivas antropológicas e históricas*. INAH, ENAH, CONACULTA. México

MARM (Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino) (2008) *Ventajas de la calidad diferenciada en la industria alimentaria*. Fundación de la industria de alimentos y bebidas. España

Mintz S. (2006) *Sabor a comida, sabor a libertad. Incursiones en la comida, la cultura y el pasado*. CONACULTA. México.

Muchnik, J. (2006) *Identidad territorial y calidad de los alimentos: procesos de calificación y competencias de los consumidores*. Agroalimentaria 22. p. 89-98.

Muchnik J. (2006) Sistemas agroalimentarios localizados: evolución del concepto y diversidad de situaciones. Comunicación aceptada por el Comité Científico del III Congreso Internacional de la Red SIAL "Alimentación y Territorios". GIS SYAL – INRA

Muñoz, R., (2000). *Diccionario enciclopédico de Gastronomía mexicana*. Clío, México.

Novo G. (1997) *Estirpe de las carnicerías Toluqueñas*. El sol de Toluca. 16 de febrero. Obtenido de Gerardo Novo Valencia el 17 de mayo de 2012

Novo G. (2012) *De la tocinería y salazones toluqueñas, han dicho...* El sol de Toluca. 10 de abril. Obtenido de Gerardo Novo Valencia el 17 de mayo de 2012

Ortega y Medina, J., (1966) *Ensayo político sobre el reino de la Nueva España*. Estudio preliminar, revisión del texto coteja, notas y anexos. Edit. Porrúa. México.

ONUUDI (2009) *La valorización de los productos tradicionales de origen. Guía para la creación de un Consorcio de Calidad*. Subdivisión de Política Industrial y de Fomento del Sector Privado de la Organización. Viena

Oyarzún M. T. (2005) *Sellos de calidad en productos alimenticios agroindustriales con perspectivas para la pequeña agroindustria rural en América Latina*. Proyecto regional de cooperación técnica para la formación en economía y políticas agrarias y de desarrollo rural en América Latina.

Oyarzún M. T., Tartanac F. (2002) *Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial. Estado actual y perspectivas de los sellos de calidad en productos alimenticios de la agroindustria rural en América Latina*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Santiago de Chile.

Paz J., Pomadera C. (2009) *Indicaciones geográficas y denominaciones de origen en Centroamérica: Situación y Perspectivas*. International Center for Trade and Sustainable Development (ICTSD). Programa sobre regionalismo

Peralta R. (2010) *Diagnostico de las legislaciones sobre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de Centroamérica, Panamá y República Dominicana*. IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). Programa Cooperativo Regional para el Desarrollo Tecnológico y Modernización de la Caficultura en Centroamérica, Panamá, República Dominicana y Jamaica - PROMECAFE-. Santo Domingo, República Dominicana.

Pineiro, L., (1973). *Los Cerdos*. Hemisferio Sur, Argentina.

Poméon T. (2007) *EL QUESO COTIJA, MÉXICO Un producto con marca colectiva queso "Cotija Región de origen", en proceso de adquisición de una Denominación de Origen*. FAO, IICA.

Prats L. (2005) *Concepto y gestión del patrimonio local*. Cuadernos de Antropología Social No 21, pp. 17-35

Ramos R. E. (2008) *Marca de calidad territorial: de la reflexión inicial a la implementación de la red calidad rural*. Universidad de Córdoba, Asociación para el desarrollo rural de la comarca de El Condado. Córdoba, España

Rodríguez J.M. (2008) *Lo sellos de calidad en Alimentos... ¿Qué hay más allá de la seguridad alimentaria*. CEGESTI. San José, Costa Rica

Sampieri R., Fernandez C., Baptista P. (2006) *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill. México

Sánchez, A., (1976). *Toluca del chorizo*. Libros de México, México.

Sánchez, A., (1989) *La región más aperitiva del aire: una historia de amor... a la comida*. Toluca, H. Ayuntamiento, Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia.

Sánchez, G. A.; Sánchez, A. A., (2001). *Toluca: Monografía Municipal*. Edomex, México

Sánchez R. (2006) *Conversación en la cocina. Gastronomía mexiquense*. Biblioteca Mexiquense del Bicentenario. Colección mayor. Estado de México.

Segrelles J. A. (2007) *La calidad agroalimentaria de la Unión Europea: Un instrumento proteccionista contra la competencia comercial de la agricultura Latinoamericana*. XI Encuentro de Geógrafos de América Latina-EGAL. Bogotá, 26-30 de marzo.

SEMARNAT (2010). *Diagnóstico Ecosistémico Documento en lenguaje ciudadano. Plan Maestro para la Restauración Ambiental de la Cuenca Alta del Río Lerma*. GEM/UACH. México

Tolón B. A., Lastra B. X. (2009) *Los alimentos de calidad diferenciada. Una herramienta para el desarrollo rural sostenible*. Revista Electronica de Medioambiente N° 6: 45 – 67

Torres G., Madrid de Zito L., Santoni M. (2004) *El alimento, la cocina étnica, la gastronomía nacional. Elemento patrimonial y un referente de la identidad cultural*. Scripta Ethnologica, año/vol XXVI. Consejo Nacional de Investigación Científicas y Técnicas. Buenos Aires, Argentina. pp. 55-66.

Vandecandelaere E., Arfini F., Belletti G., Marecotti A. (2010) *UNIENDO PERSONAS, TERRITORIOS Y PRODUCTOS. Guía para fomentar la calidad vinculada al origen y las indicaciones geográficas sostenibles*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO) y SINER-GI.

Xicarts D. (2005) *EL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO COMO RECURSO TURÍSTICO. El caso del Valle del Río Manso Inferior- Argentina*. Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 14, pp. 51-68 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Argentina

Paginas de Internet

Costos de estudio realizados por el IMPI (2012), disponible en: www.impi.org.mx
Consultado el: 25 de octubre de 2012.

Anexo 1

Solicitud para registrar una marca en el IMPI



SOLICITUD DE REGISTRO O PUBLICACIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS <small>(Antes de llenar el formato, sírvase leer las consideraciones generales al reverso).</small>		
<p>Por la presente se solicita: <small>(Marque sólo una opción)</small></p> <p><input type="checkbox"/> Registro de Marca</p> <p><input type="checkbox"/> Registro de Marca Colectiva</p> <p><input type="checkbox"/> Registro de Aviso Comercial</p> <p><input type="checkbox"/> Publicación de Nombre Comercial</p>	<p style="text-align: center;"><small>Uso exclusivo Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.</small></p>	<p style="text-align: center;"><small>Uso exclusivo IMPI, Oficinas Regionales del IMPI Etiqueta Precaptura.</small></p>
<small>Sello, Fecha y hora de presentación, No. de folio de entrada.</small>		
I. DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE(S)		
01) Nombre (s):		
02) Nacionalidad (es):		
03) Domicilio del primer solicitante (calle, número y colonia):		
Población y Estado:		
Código postal: País:		
04) Teléfono (clave):* Correo-e:*		
II. DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR NOTIFICACIONES		
05) Calle, número y colonia:		
Población y Estado:		
Código postal:		
06) Teléfono (clave):* Correo-e:*		
07) Tipo de Marca: Nominativa <input type="checkbox"/> Innominada <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/>		
08) Fecha de primer uso: No se ha usado: <input type="checkbox"/>		
09) Clase: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 10) Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial / Giro preponderante, en caso de Nombre Comercial:		
Continúa en anexo <input type="checkbox"/>		
11) Denominación: (Solo marcas mixtas con denominación)		12) Signo distintivo: Reproduzca en este espacio el signo distintivo que desea proteger
13) Leyendas y/o figuras no reservables: (Sólo en caso de Marca). Continúa en anexo <input type="checkbox"/>		
14) Ubicación del establecimiento: Domicilio (calle, número y colonia): Población y Estado: País:		
15) Prioridad reclamada: (Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentado en el extranjero)		
País (Oficina) de origen: Número: Fecha de Presentación Dia Mes Año		
<p>Bajo protesta de decir verdad, el firmante manifiesta que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que en caso de actuar como mandatario, cuenta con facultades para llevar a cabo el presente trámite.</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">Nombre y firma del solicitante o su mandatario Lugar y fecha</p>		

Consideraciones generales para su llenado:	
<p>- Los datos contenidos en la presente solicitud y sus documentos anexos son de carácter público. Los rubros marcados con un asterisco * son datos opcionales.</p> <p>- Este formato es de distribución gratuita. Se autoriza su libre reproducción, siempre y cuando éste no sea alterado y sea presentado impreso su anverso (Página 1) y reverso (Página 2) en una sola hoja de papel blanco y en tamaño oficio.</p> <p>- Debe llenarse en idioma español, preferentemente a través del Sistema Asistido de Llenado de Solicitudes de Registro de Marca, Aviso Comercial y Solicitud de Publicación de Nombre Comercial (SOLMARNET) disponible en www.impi.gob.mx. No obstante, podrá llenarse por otros medios, siempre que la solicitud sea legible. La información de la solicitud debe ser requisitada toda por el mismo medio, sin tachaduras ni enmendaduras.</p> <p>- El formato de solicitud por duplicado, redactado en idioma español, debidamente requisitado y firmado en todos sus ejemplares, así como sus documentos anexos, deben presentarse en la Coordinación Departamental de Recepción y Control de Documentos de la Dirección Divisonal de Marcas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con domicilio en Arenal # 550, Piso 2, Pueblo Santa María Tepepan, Delegación Xochimilco, C.P. 16020, México, D.F., con horario de atención de 8:45 a 16:00 horas de lunes a viernes o en la ventanilla de las Oficinas Regionales del IMPI o las Delegaciones o Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.</p> <p>- También podrá remitirse la solicitud por correo, servicios de mensajería u otros equivalentes o, en su caso, presentarse por transmisión telefónica facsimilar, en los términos previstos en el artículo 50, del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.</p> <p>- Los documentos anexos redactados en idioma distinto al español deberán acompañarse de la traducción correspondiente.</p> <p>- Los documentos anexos provenientes del extranjero, cuando proceda, deberán acompañarse de la legalización o, en su caso, apostilla correspondiente.</p> <p>Por la presente se solicita: En el recuadro correspondiente marque con una "X" la solicitud que desea presentar.</p> <p>1.- DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE(S): Añote los datos completos de la persona que será, en su caso, titular de la Marca, Aviso Comercial ó Nombre Comercial.</p> <p>7) Tipo de Marca: Marque el recuadro que corresponda al tipo de Marca: NOMINATIVA.- (denominación) cuando se deseen registrar elementos literales, así como una o varias palabras desprovistas de todo diseño; INNOMINADA.- (diseño) si se desea registrar una figura, diseño o logotipo desprovisto de todo elemento literal; TRIDIMENSIONAL.- (forma tridimensional) cuando se desea registrar el empaque, envoltura o envase del producto en tres dimensiones, o MIXTA.- si se desea registrar la combinación de cualquiera de las anteriores, (por ejemplo: denominación y diseño; denominación y forma tridimensional; diseño y forma tridimensional; denominación, diseño y forma tridimensional).</p> <p>8) Fecha de primer uso: Señale la fecha a partir de la cual el signo distintivo se ha venido usando en forma ininterrumpida. En caso contrario, marque el recuadro correspondiente a "No se ha usado".</p> <p>9) Clase: Cuando se conozca, anote en el recuadro el número de la clase a que corresponden los productos o servicios para los que se solicita el registro; para tal efecto, puede consultar el Listado de productos y servicios de la Clasificación de Productos y Servicios para el registro de las Marcas (Clasificación de Niza) vigente, disponible en www.impi.gob.mx</p> <p>10) Producto(s) o servicio(s): SI LA SOLICITUD ES DE REGISTRO DE MARCA O MARCA COLECTIVA, especifique el o los productos o servicios que se protegen. SI SE SOLICITA EL REGISTRO DE AVISO COMERCIAL, anote el o los productos o servicios que se anuncian con el mismo. SI SE TRATA DE LA PUBLICACIÓN DE UN NOMBRE COMERCIAL, anote el giro preponderante del respectivo establecimiento. En el caso de que dicho espacio resulte insuficiente, deberá indicarse en un anexo.</p> <p>11) Denominación: Solo en caso de Marcas Mixtas, deberá indicar la denominación que desea proteger en exclusiva y que aparece en la etiqueta correspondiente.</p> <p>12) Signo distintivo: Se entenderá que el solicitante se reserva el uso exclusivo de la Marca, tal y como aparezca en este recuadro. En caso de ser marca nominativa, deberá plasmar en este recuadro la denominación que ampara sin tipografía estilizada y en color negro. En el caso de Marcas Innominadas o Mixtas adquiera en el recuadro la etiqueta con las medidas reglamentarias, no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm y en caso que contenga Denominación esta deberá coincidir con la plasmada en el rubro 11). Para Marcas Tridimensionales adquiera en el recuadro correspondiente la impresión fotográfica o el dibujo en los tres planos (anchura, altura y profundidad) con las medidas reglamentarias no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm.</p> <p>13) Leyendas y figuras no reservables: Sólo en caso de Marcas Innominadas, Tridimensionales o Mixtas, indique las palabras y/o figuras que aparezcan en el ejemplar del signo distintivo solicitado y que conforme a la Ley de la Propiedad Industrial no pueden ser de uso exclusivo, por ejemplo: Hecho en México, Talla, Ingredientes, Peso, Registro de Salud, etc.</p> <p>14) Ubicación del establecimiento: En caso de haber señalado fecha de primer uso deberá indicar el domicilio del establecimiento o negociación relacionado con el signo distintivo solicitado. En el Nombre Comercial el señalamiento de la ubicación del establecimiento es obligatorio.</p> <p>15) Prioridad reclamada: En caso de contar con Derecho de Prioridad, deberá indicar los datos de la misma.</p> <p>Domicilios señalados en la solicitud. Deberá señalar de manera completa y precisa los domicilios que indique en la solicitud, incluyendo el Código Postal y el asentamiento en donde se ubique el domicilio bajo la denominación en que sea conocido; por ejemplo: Colonia, Pueblo, Municipio, etcétera.</p> <p>Las resoluciones, requerimientos y demás actos del Instituto se notificarán a los solicitantes por correo certificado con acuse de recibo al domicilio que hubiesen señalado al efecto. También podrán notificarse personalmente en el domicilio señalado, en las oficinas del Instituto o por publicación en la Gaceta, en términos del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.</p> <p>Los datos consistentes en Teléfono y Correo electrónico contenidos en el presente formato son opcionales y tiene por objeto el facilitar un medio de contacto entre el solicitante y los usuarios interesados en la solicitud en trámite.</p> <p>Nombre y firma del solicitante o su mandatario: Añote el nombre completo de una sola persona, ya sea el solicitante o su mandatario, quien deberá firmar la solicitud. En caso de que el titular sea una persona moral, deberá proporcionar únicamente el nombre y firma de la persona física que esté actuando en su representación.</p> <p>Continúa en anexo: Marque con una "X" sólo en caso de que sea necesario usar una hoja anexa para completar la información requerida.</p>	
<p>Trámite al que corresponde la forma: Solicitud de Registro de Marcas, Avisos Comerciales y Publicación de Nombres Comerciales.</p> <p>Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: IMPI-01-001, IMPI-01-002, IMPI-01-003, IMPI-01-004.</p> <p>Fecha de autorización de la forma por parte de la Dirección General Adjunta de Propiedad Industrial del IMPI: 2-VII-2012.</p> <p>Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 10-VII-2012</p>	
<p>Fundamento jurídico-administrativo:</p> <p>Ley de la Propiedad Industrial. Arts. 6 fracción III, 87-90, 93, 96, 98, 99-119, 121-126 y 179-183 (D.O.F. 27-VI-91, reformas D.O.F. 2-VIII-94, 25-X-96, 26-XII-97, 17-V-99, 26-I-04, 16-VI-05, 25-I-06, 06-V-09, 06-I-10, 18-VI-10, 28-VI-10 y 27-I-12).</p> <p>Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial. Arts. 5-7, 16, 17, 53, 56-61 y 67 (D.O.F. 23-XI-94, reformas D.O.F. 10-IX-02, 19-IX-03 y 10-VI-11).</p> <p>Acuerdo por el que se da a conocer la Tarifa por los servicios que presta el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 14a, 14c y 14e (D.O.F. 23-III-95, reformas D.O.F. 28-XII-95, 10-XII-96, 2-V-97, 4-V-98, 23-II-99, 11-X-00, 17-X-01, 13-XI-01, 24-XII-01, 27-II-02, 14-III-02, 14-XI-02, 04-II-03, 8-X-03, 27-X-04, 23-III-05, 13-IX-07, 1-VI-09, 10-VIII-09, 24-VIII-09, 1-X-10 y 10-V-11).</p> <p>Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 11 y 34 (D.O.F. 14-XII-94, reformas D.O.F. 22-III-99, 14-XII-00, 20-VI-03, 11-VII-03, 18-III-10, 2-IV-10 y 10-I-12).</p> <p>Acuerdo por el que se establecen reglas y criterios para la resolución de diversos trámites ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 19-26. (D.O.F. 9-VIII-04).</p> <p>Acuerdo por el que se dan a conocer los horarios de trabajo del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Art.1. (D.O.F. 31-III-99, reforma D.O.F. 20-I-11).</p>	
<p>Documentos anexos:</p> <p><input type="checkbox"/> Comprobante de pago de la tarifa (original y copia).</p> <p><input type="checkbox"/> Reglas de uso (sólo en caso de Marca en copropiedad o Marca Colectiva).</p> <p><input type="checkbox"/> Documento que acredita la personalidad del mandatario (original o copia certificada) o, en su caso, copia simple de la constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI.</p> <p><input type="checkbox"/> Fe de hechos en caso de Nombre Comercial en la que el fedatario público incluya nombre del titular, giro y ubicación del establecimiento, así como una fotografía de la fachada donde se ostenta el Nombre Comercial.</p> <p><input type="checkbox"/> Hoja adicional complementaria a los puntos 10) y 13).</p>	
<p>Tiempo de respuesta: El plazo de primera respuesta es de 4 meses por lo que respecta al examen de forma y de 6 meses por lo que respecta al examen de fondo. Aplica la positiva ficta al examen de forma. No aplica la negativa ni la positiva ficta al examen de fondo.</p>	
<p>Número telefónico para quejas: Órgano Interno de Control en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial 5624-04-12 ó 13 (directo) 5624-04-00 (conmutador) Extensiones: 11237 y 11231. Fax: 5624-04-35 Correo electrónico: quejane@impi.gob.mx</p>	<p>Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 20002000 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-FUNCION (386-2466) o desde Estados Unidos y Canadá al 1-800-475-23-93.</p>
<p>Número telefónico del responsable del trámite para consultas: 53-34-07-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10180 y 10181, o bien, consultar la página en Internet : www.impi.gob.mx</p>	

Anexo 2

Reglas de Uso de la Marca Colectiva

Primera

Sobre la titularidad de la Marca Colectiva
“Chorizo del Valle de Toluca”

1.1 El titular de la Marca Colectiva “Chorizo del Valle de Toluca” es la Asociación de Productores de Chorizo Artesanal del Valle de Toluca S. C., en adelante “La Asociación”.

Segunda

Sobre el uso de la Marca Colectiva
“Chorizo del Valle de Toluca”

2.1 El signo o marca colectiva se refiere a la denominación y el diseño protegidos por esta marca e incluye el uso del nombre “Chorizo del Valle de Toluca”.

2.2 La Asociación, en su carácter de titular de la marca, no podrá otorgar licencias de uso a productores externos a la asociación, ya que el uso de la Marca Colectiva queda reservado exclusivamente a los miembros de la Asociación, “Los Productores”.

2.3 La Asociación es la única autorizada para utilizar la denominación, signo o marca distintiva registrados para la marca “Chorizo del Valle de Toluca” ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

2.4 La Asociación podrán utilizar la marca “Chorizo del Valle de Toluca” con fines promocionales.

2.5 La Asociación será el único ente autorizado para elaborar material informativo que acompañe a la marca “Chorizo del Valle de Toluca” asimismo es el responsable de distribuirlo a los municipios, representantes gubernamentales, organizaciones o cualquier otra entidad que lo requiera.

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

2.7 El uso del nombre, signo o marca distintiva “Chorizo del Valle de Toluca” queda excluido para cualquier otro producto elaborado por un productor registrado, que no cumpla con las especificaciones en las reglas aquí señaladas.

Tercera
Sobre el registro, pertinencia y vigilancia
de la Marca Colectiva “Chorizo del Valle de Toluca”

3.1 El productor de chorizo perteneciente al Valle de Toluca, en adelante “El Productor”, sea persona física o moral, debe cumplir con cada una de las reglas aquí especificadas para hacer uso del nombre, de la marca y/o del signo distintivo correspondiente a la Marca Colectiva “Chorizo del Valle de Toluca”.

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

3.2.1. Pedir, llenar y entregar la solicitud de registro a La Asociación como productor de “Chorizo del Valle de Toluca”

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

3.2.3 Los integrantes de La Asociación y los integrantes de PROCHORIZO, revisaran que el solicitante cumpla con los requisitos de las Reglas de Uso de la Marca Colectiva “Chorizo del Valle de Toluca” y decidirán sobre la aceptación de su solicitud.

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

3.2.5 El número de registro del productor indicará la fecha en la que se otorgó, de acuerdo al código siguiente:

3.2.5.1 Tres letras indicando el nombre del productor (iniciales del nombre y apellidos), seguidas de los dígitos correspondientes al número consecutivo de registro (ocupando tres dígitos, ejemplo 001 para el primer registro).

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

3.3 El productor debe pagar la aportación social acordada en La Asociación, para recibir el número de registro y para la evaluación de la calidad correspondiente, cuyo monto se fijara y se irá ajustando a lo largo del tiempo en el seno de La Asociación

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

- Establecimiento de producción
- Kilos de carne obtenidos para elaborar chorizo
- Kilos de chorizo producido a la semana
- Kilos vendidos semanalmente

3.5 La Asociación se apoyara en PROCHORIZO para todos los asuntos relativos a la verificación, certificación de la calidad y la inocuidad del chorizo, y para seguir el cumplimiento de cada parte del proceso de producción y de las características y calidad del producto.

Cuarta

Sobre la localización de la región protegida

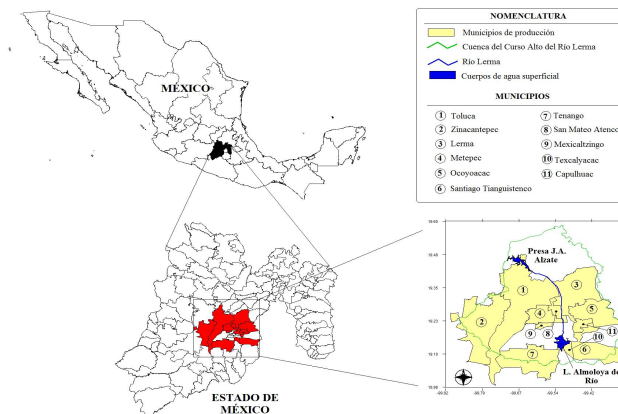
4.1 El Valle de Toluca se encuentra dentro de la Cuenca en el Curso Alto del Río Lerma, en la porción oeste del Estado que rodea al Distrito Federal entre los 19°05' y 20°05' de latitud norte y los 99°25' y 100°15' de longitud oeste. Presenta formas alargadas irregulares con orientación noroeste–sureste. Cuenta con una extensión cerca de los 700 km², con un eje mayor orientado de norte a sur con una longitud de casi 35 km y un eje menor orientado de este a oeste, con 20 km de longitud, aproximadamente.

4.2 Espacio Territorial, se refiere al área geográfica donde se ubican los establecimientos de los productores, este espacio corresponde a la delimitación de lo que es actualmente el Valle de Toluca.

4.3 Límites geográficos; al norte, el volcán La Guadalupeana, el Cerro El Águila y la Sierra Monte Alto, al sur el volcán Tenango y el volcán Zempoala, al este la Sierra de Las Cruces y Las Iglesias y al oeste el volcán Xinantecatl (Nevado de Toluca) y la Sierra Morelos.

4.4. Distribución municipal; el Valle de Toluca comprende 22 municipios: Almoloya del Río, Atizapán, Calimaya, Capulhuac, Chapultepec, Xalatlaco, Joquicingo, Lerma, Metepec, Mexicaltzingo, Ocoyoacac, Otzolotepec, Rayón, San Antonio La Isla, San Mateo Atenco, Temoaya, Tenango del Valle, Texcalyacac, Tianguistenco, Toluca, Xonacatlán y Zinacantepec.

Debido a los estatutos bajo los que se formó la Asociación, los municipios comprendidos para el uso de la marca son: Toluca, Zinacantepec, Lerma, Metepec, Ocoyoacac, Santiago Tianguistenco, Tenango, San Mateo Atenco, Mexicaltzingo, Texcalyacac y Capulhuac.



4.5 Factores humanos o culturales: se refiere a la forma y conocimiento ancestral de producir el chorizo, en un medio geográfico específico, por un grupo social determinado.

Quinta

Establecimientos donde se elabora el chorizo

5.1 El establecimiento, en donde se elabore el producto protegido con la marca colectiva., deberán contar con un manual de buenas practicas.

5.2 El chorizo elaborado con la Marca Colectiva, deberá cumplir con la fórmula tradicional para su elaboración

5.3 Los establecimientos donde se elabore chorizo con la Marca Colectiva, deberán encontrarse localizados dentro del territorio que protege ésta Marca.

Sexta

Sobre la receta para elaborar chorizo

6.1 Elaboración de chorizo

A. Chorizo Rojo

6.2 Masa base para la elaboración: estará compuesta por los siguientes elementos

1. Polvos

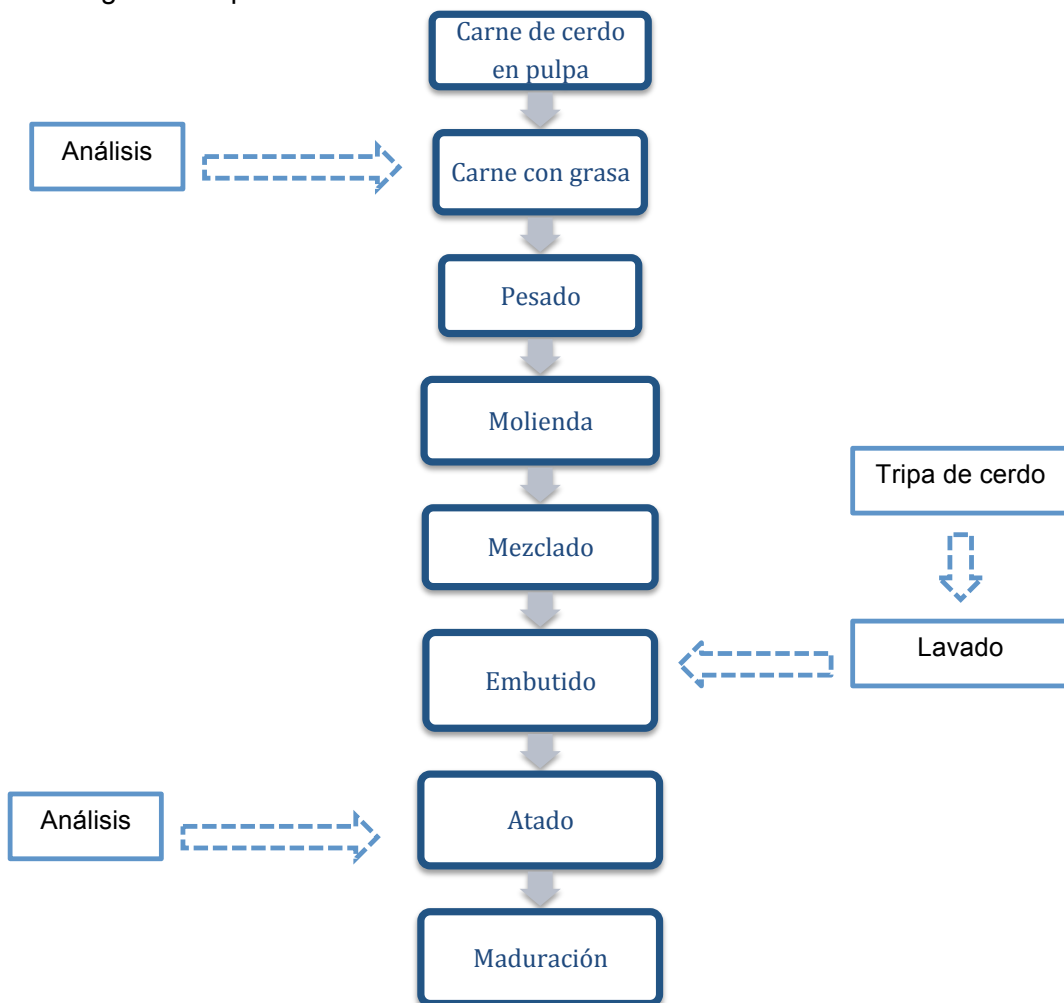
- 2. Condimentos
- 3. Carne con grasa (80 – 20 %)
- 4. Complementos
- B. Chorizo Verde

6.3 Masa basa para la elaboración: estará compuesta por los siguientes elementos

- 1. Polvos
- 2. Condimentos
- 3. Carne con grasa (80 – 20 %)
- 4. Verduras
- 5. Complementos

Séptima
Proceso de elaboración

7.1 Diagrama de proceso



7.2 Descripción de los ingredientes

7.2.1 Carne de cerdo: Es pulpa de cerdo que incluye una porción de grasa, este se obtiene directamente de rastros tiff. Al comprar la carne se debe analizar primero que nada el aspecto físico de la misma, es decir, el color debe ser en tono rosado claro, el olor es débil cuando se trata de animales jóvenes y va aumentando el aroma conforme la carne es más vieja.

7.2.2 Método de análisis de la calidad de la carne.

- A. Análisis organoléptico: este estudio se le hace a la carne para analizar los atributos que posee como: dureza, jugosidad, aroma y sabor, además del color
- B. Análisis físico – químico: Se deben tomar muestras de donde se localiza la carne, el lugar que se elija depende del factor a estudiar.

7.2.3 Molienda de la carne: La carne en trozo se irá introduciendo en el molino, según la capacidad de este, se obtendrá una carne colida con uniformidad, colocando un sedaso de calibre medio.

7.2.4 Molienda de los chiles: Los chiles secos, se sumergen en agua durante 10 minutos a fuego lento, posteriormente se muele, quedando una salsa con una consistencia martajada.

7.2.5 Mezclado: Este procedimiento puede ser manual o en una maquina mezcladora, la carne molida se coloca en el cuenco, colocando los polvos, condimentos y los chiles molidos, se mezcla hasta obtener una pasta uniforme.

7.2.6 Tripa de cerdo: La tripa de cerdo se lava de dos a tres veces dependiendo de el calibre de la misma: el primer lavado se realizara con agua natural; el segundo lavado se hace con agua clorada colocando 2 o 3 gotas por cada litro de agua y finalmente para evitar cualquier agente patógeno se sumerge en una solución de agua con yodo, se escurre y se coloca en la maquina embutidora.

7.2.7 Embutido: Una vez colocada la tripa en la maquina, al igual que la pasta, se comienza el proceso de embutido.

7.2.8 Atado: El atado del chorizo se realizara manualmente, con un hilo o una jareta delgada, haciendo cada nudo a una distancia de 10 cm, de tal forma que el peso por chorizo sea de 100 ge aproximadamente, en este punto se realizara un análisis para verificar las características finales.

7.2.9 Maduración: La maduración se realiza para mejorar la palabilidad, consiste en colocar el chorizo en un área ventilada, este proceso variar de 1 a 20 días. La maduración disminuye la humedad de la carne y desarrolla el sabor.

Octava

Áreas de elaboración, higiene e inocuidad del proceso

8.1 Este proceso estará regido por el manual de buenas practicas y manejo higiénico de los alimentos que se desarrollo, para la elaboración del Chorizo Artesanal del Valle de Toluca

Novena

Comercialización

9.1 El Chorizo del Valle de Toluca protegido por la Marca Colectiva, deberá comercializarse ostentando su número de registro otorgado por la Asociación, el cual se comprende por el código de registro de producción: comprendiendo una etiqueta registrada y verificada.

9.2 El comité regulador de la marca, gestionara los análisis correspondientes para determinar la calidad del chorizo y aceptar o rechazar su comercialización.

9.3 El Chorizo del Valle de Toluca protegido por la Marca Colectiva y por estas reglas, deberá acompañarse siempre de la etiqueta distintiva, que especifica su composición, variedad, mes y año de producción.

9.4 Con base en la producción estimada de los productores registrados, la Asociación entregará al productor el número de etiquetas necesarias con el diseño autorizado, de acuerdo a su producción registrada.

9.5 La Marca Colectiva deberá estar acompañada del número de registro del productor, tendrá que ser visible y se colocara en la posición que la Asociación acuerde.

Decima

Penalidades y sanciones

10.1 La Asociación sancionara con el retiro del uso de la marca, ala productor que no cumpla con alguna o algunas Reglas de Uso para la producción de Chorizo del Valle de Toluca

10.2 Al miembro que incurra 3 veces en el incumplimiento de las Reglas de Uso, procesos y criterios de calidad, podrá ser sancionado; la sanción puede ser desde una amonestación o multa, hasta la suspensión del uso de la Marca Colectiva.

10.3 La suspensión del uso de la Marca Colectiva se revocara una vez que la irregularidad sea corregida y se haya acreditado debidamente y se cumplan las condiciones de calidad, que permitieron la inscripción original del productor. Salvo en el supuesto que se contempla en el numeral anterior.

10.4 En caso de que algún producto utilice la Marca Colectiva sin autorización de la Asociación se procederá a solicitar una Declaración Administrativa de infracción ante el IMPI, según estipula la Ley de la Propiedad Industrial, sin perjuicio de las acciones civiles y penales que se pueden ejercitar en contra del infractor.

Transitorios

1. Las presentes Reglas de Uso podrán ser modificadas a petición de los miembros de la asamblea, cuando en consideración de estos las prácticas no correspondan a la realidad operativa actual o comprometan la calidad futura del producto, esto siempre y cuando las adecuaciones a las reglas no modifiquen sustancialmente el producto.

2. La Asociación esta obligada a brindar la atención, consultoría y capacitación, tanto a los miembros activos de la misma, como a los que soliciten su ingreso como nuevos miembros, en relación a las Reglas de Uso.

3. En todo lo no previsto en las presentes Reglas de Uso para la Marca Colectiva de Chorizo del Valle de Toluca, será facultad de la Asociación a través de una asamblea tomar las decisiones al respecto, conforme a lo establecido en los propios estatutos de la Asociación, en tanto no contravengan a las presentes Reglas de Uso .

Anexo3

Búsqueda fonética en la pagina web del IMPI

Denominación: CHORIZO
Clase: 29

Resultado de la búsqueda fonética				
Número de expediente	Número de registro	Denominación	Nombre del titular	Clases
508969	819404	CHORISOYA	RAMIRO ANGULO VEGA	29 (I)
585562	797099	CHORIZO RICA RICA	GUADALUPE LUCIA FRIAS CAREAGA	29 (8)
594828		CHORIZO CHIHUAHUA	HUGO DAGOBERTO ORTIZ LARRIVA	29 (8)
1304513		CHORIZO CHILO	PROCESOS RESTAURANTEROS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	29 (10)
555357	776123	CHORIZO VICTORIA	MANUEL AYAR CERDA	29 (I)
559350	764599	CHORIZO EL TIO CHUY	ORLANDO CABALLERO RODRIGUEZ	29 (I)
644521		CHORIZO KARLA	GABINA SANCHEZ VANOYE	29 (8)
1113242	1184923	CHORIZO PITIC	MIGUEL JOSE ROMERO ORTEGA	29 (9)
441778	679320	CHORIZO TAMEZ	IRENE CERVANTES LOPEZ	29 (I)
1239967		CHORIZO TAMEZ	IRENE CERVANTES LOPEZ	29 (10)
861732		CHORIZO LA CONGA	JOSE ANGULO LAZCANO	29 (9)
621918		CHORIZO DEL NORTE	MARIA ESTELA MURILLO RASCON	29 (8)
851578		CHORIZO RANCHERO	ERNESTO GERARDO FLORES BEDOLLA	29 (9)
327671	590970	CHORIZO CAMPESINO	J. OSCAR NIETO VALDOVINOS	29 (I)
1146404		CHORIZO CAMPESINO	JOSE ANTONIO VALADEZ PONCE	29 (9)
1252720	1300802	SR. RICO CHORIXO	JOSE DE JESUS ARELIZ DAMIAN	29 (10)
759855		CHORIZO SANTA RITA	LUIS ROBERTO AGUILAR ULLOA	29 (8)
929143		CHORIZO DOÑA ESTELA	MARTHA ESTHELA SALAZAR RIVERA	29 (9)
77759		CHATA CHORIZO RANCHERO EL ORIGINAL	CHATMARK, S.A. DE C.V.	29 (10)
513624	837568	CHORIZO VILLA HIDALGO	GONZALO VALDOVINOS MERCADO	29 (I)
1292015		CHORIZO VILLA HIDALGO	GONZALO VALDOVINOS MERCADO	29 (10)

Resultado de la búsqueda fonética				
Número de expediente	Número de registro	Denominación	Nombre del titular	Clases
40479		CHORIZO DE PRIMERA CALIDAD	JESUS DE JOSE LOPEZ SILVA	29 (8)
52374		EL ORIGINAL CHORIZO CASERO DE TEPIC	ALVARO ESTRADA DELGADILLO	29 (9)
756698	923172	CHORICO	MARTHA EVELIN MORAN SANCHEZ	29 (8)
917632		CHORIZO FINO DOÑA EMILIA	ROSA IMELDA DIAZ BANUELOS	29 (9)
816765	966106	CHORIASAR	AIAX, S.A. DE C.V.	29 (8)
73998		DONDE ESTÁ CHORIZO DON CHEMA HAY SABOR	EMPACADORA DON CHEMA, S.A. DE C.V.	29 (10)
1052739		ORISOD	NINAPHARM SAS	5 (9)
1099751	1174986	CHOIZO	MARTIN EDUARDO AQUINO AGUIRRE	29 (9)
905562		CHORIZO SINALOENSE EMPACADORA FRANCO	DAVID FRANCO MUÑOZ	29 (9)
86545		CHORI	LEONOR SALDANA RAMIREZ	29 (I)
1079338	1268753	RIZZO	GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V.	29 (9)
106477	444372	RIZO	RASTRO FRIGORIFICO Y EMPACADORA A B C DE LOS REYES S.A. DE C.V.	29 (I)
165689	450244	RIZO	RASTRO FRIGORIFICO Y EMPACADORA A B C DE LOS REYES S.A. DE C.V.	29 (I)
1159272	1260927	RIZO	RAFAEL CURIEL GAMIÑO	29 (9)
1276489	1316692	CHORIZ CHEF	DISTRIBUIDORA UNIVERSAL DE MERCANCIAS, S.A. DE C.V.	29 (10)
1311168		CHORILORIO	JOSE RODRIGO ESQUER OLIVARES	29 (10)
1272992	1317140	SHORILU	LOURDES RUIZ GARCIA	29 (10)
7269	324239	CHORIBI	GUADALUPE ZAZUETA DE ZARAGOZA Y OSCAR FERNANDO ZARAGOZA ZAZU	29 (I) 46 (N)
768195	933363	CHORIBI	OSCAR FERNANDO ZARAGOZA ZAZUETA	29 (8)
487225	705288	SALCHICHORIZO	SALCHICHONERIA FRITZ, S.A. DE C.V.	29 (I)
19534	24966	EL SABOR DEL CHORIZO, CON TODO LO BUENO DEL POLLO	BACHOCO, S.A. DE C.V.	29 (I)

Resultado de la búsqueda fonética				
Número de expediente	Número de registro	Denominación	Nombre del titular	Clases
1015691	1114896	MONKYS CHORIZON	JAIME DE JESUS SEPULVEDA QUEZADA	29 (9)
869585	1006045	CHLOROHEX	CPIF VENTURE, INC. (UNA SOCIEDAD DEL ESTADO DE DELAWARE, E.U.A.)	5 (9)
267071	534444	EL CHORRITO	EL CHORRO, S.A. DE C.V.	29 (I)
1081034		CHORY PIG	DESSIREE CLARY GONZALEZ FRANCO	29 (9)
306	329558	CHEERIOS	SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ, S.A.	2 (8) 5 (8) 29 (8) 30 (8) 31 (8) 32 (8) 2 (I) 5 (I) 29 (I) 30 (I) 31 (I) 32 (I) 46 (N)
1180293		CHORIXOS SR. RICO	JOSE DE JESUS ARELIZ DAMIAN	29 (9)
78933		TOCINO, CHULETA, LONGANIZA Y CHORIZO LIDERES POR SU SABOR	EMPACADORA DE CARNES FRIAS HIDALMEX, S.A. DE C.V.	29 (10)
900722	1026027	AUTENTICO CHORIZO Y TORTITAS DE MALPASO DE LA FAMILIA VILLA	MA. TERESA VIDALES RAMIREZ	29 (9)
503582	720997	CHORIPIZZA	CRISOFORO RICAÑO BANDALA	29 (I)
503583	722886	CHORITACO	CRISOFORO RICAÑO BANDALA	29 (I)
316571	571385	CHORIMEX	IVONNE BECERRIL ESCORZA Y SARA BECERRIL ESCORZA	29 (I)
209347	479483	CHORIZEZ	PESCADERIA GRUNIONS, S. DE R.L. DE C.V.	29 (I)
906399	1024371	CHORIZEZ	MARCO ANTONIO IGNACIO RASCON CORDOVA	29 (9)
706928	880875	CHORIPAVO	HERTI ALIMENTOS, S.A. DE C.V.	29 (8)
644093	840508	CHORI LIGHT	RAYMUNDO RIOS GARZA	29 (8)
605444	799325	CHORI-NAY'S	JESSICA DEL CARMEN MERCADO GUERRERO	29 (8)
391194	651207	R I O S O L	ACEITERA EL PARAISO, S.A. DE C.V.	29 (I)
565204	779205	CHORIREGIO	RAQUENEL GUTIERREZ ACEVEDO	29 (I)
1033881		CHORIPOLLO	PRODIAVES, S.A. DE C.V.	29 (9)
1143712		CHORIPOLLO	ALIMENTOS CALIDAD OPTIMA, S.A. DE C.V.	29 (9)

Resultado de la búsqueda fonética				
Número de expediente	Número de registro	Denominación	Nombre del titular	Clases
251314	325396	EL TORITO	SIGMA EUROPE, B.V.	29 (I) 46 (N)
244082	544216	EL TORITO	HERDEZ MARCAS S.L.	29 (I)
289073	663032	EL TORITO	HERDEZ MARCAS S.L.	29 (I)
387304	882130	EL TORITO	SIGMA EUROPE, B.V.	29 (I)
1251250		CHIRRIS	ALIMENTOS FINOS DEL NORTE, S. DE R.L. DE C.V.	29 (10)
923626	1044630	RIZOMA	JESUS MARIA ISAIS GONZALEZ	5 (9)
503584	722887	CHORITORTA	CRISOFORO RICAÑO BANDALA	29 (I)
27130	333528	HORIZONTE	ARTURO MORENO MARTINEZ	2 (I) 5 (I) 29 (I) 30 (I) 31 (I) 32 (I) 46 (N)
1053103	1136783	SAISORIX	GLAXOSMITHKLINE BIOLOGICALS S.A.	5 (9)
478181	702041	CARIÑO	ACEITERA EL PARAISO, S.A. DE C.V.	29 (8) 30 (8) 29 (I)
1148588		FRIZZO	TODOCAFE, S.A. DE C.V.	29 (9)
604027	810690	FRISO	FRIESLAND BRANDS B.V.	29 (8)
246269	332657	SEÑORIAL	NABISCO, S.A. DE C.V.	2 (I) 5 (I) 29 (I) 30 (I) 31 (I) 32 (I) 46 (N)
356997	600663	RIOJANO EL CHORIQUESO	QUALTIA ALIMENTOS OPERACIONES, S. DE R.L. DE C.V.	29 (I)
40768	351911	EL CHIRRIS	LA MAESTRANZA SA	2 (I) 5 (I) 29 (I) 30 (I) 31 (I) 46 (N)
503714	730230	DE DOS RIOS ES CHORIQUESO	INDUSTRIALIZADORA DE ALIMENTOS LA PARROQUIA, S.A. DE C.V.	29 (I)
1113648	1187685	MORRISON	MORRISON HOLDING COMPANY	29 (9)
866422	1018381	BON CHORI QUESO	CORPORATIVE BRANDINGS AND INVESTMENTS, S.A. DE C.V.	29 (9)
244667	509472	CHORI POLLO	ALIMENTOS LIBRA, S.A. DE C.V.	29 (I)
1190331	1252668	CHICHARRIZOS	ALIMENTOS FINOS DEL NORTE, S. DE R.L. DE C.V.	29 (9)
1055649	1138925	ISORIFA	TECNOFARMA, S.A. DE C.V.	5 (9)
1134229	1206630	HUARICHO	JUAN LUIS ALDUCIN CARMONA	29 (9)

Resultado de la búsqueda fonética				
Número de expediente	Número de registro	Denominación	Nombre del titular	Clases
486976	705245	CHILORIZO	MCCORMICK & COMPANY, INCORPORATED	29 (I)
849282	1000338	ISOVORIN	SPECTRUM PHARMACEUTICALS, INC.	5 (9)
509800	280064	NORIS	MARIA ANTONIETA RION REMIREZ	29 (I) 46 (N)
435073	927123	NORIS	MARIA ANTONIETA RION REMIREZ	29 (8) 30 (8) 29 (I)
540662	747774	DORIS	JOSE SALVADOR TREJO PONCE	29 (I)
239506	531026	BORIS	BOTANAS Y PRODUCTOS ENERGETICOS S.A. DE C.V.	29 (I)
75372	381777	GORIS	GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V.	2 (8) 5 (8) 29 (8) 30 (8) 31 (8) 32 (8) 2 (I) 5 (I) 29 (I) 30 (I) 31 (I) 32 (I) 46 (N)
684439	864994	DORISA	JOSE SALVADOR TREJO PONCE	29 (8)
963584	1066760	JORIZA	GLAXO GROUP LIMITED	5 (9)
1162048	1280484	APO-CHLORAX	APOTEX, INC.	5 (9)
1096660	1166843	IMZORIX	GLAXOSMITHKLINE BIOLOGICALS S.A.	5 (9)
1318576		SOYSABORI	SOLICITUD EN PROCESO DE CAPTURA RECIBIDA EN LA OFICINA REGIONAL NORTE (ORN)	29 (10)
388380	627381	LA RISUEÑA	LA RISUEÑA, S.A. DE C.V.	29 (8) 30 (8) 29 (I)
930546	1042695	LIBZORIX	GLAXOSMITHKLINE BIOLOGICALS S.A.	5 (9)
930544	1042694	GALZORIX	GLAXOSMITHKLINE BIOLOGICALS S.A.	5 (9)
934640	1044483	ARIZONA	MARIA GUADALUPE CASTILLO CARDENAS	29 (9)