



COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS

CAMPUS CÓRDOBA

POSTGRADO EN PAISAJE Y TURISMO RURAL

**LOS AGROALIMENTOS AUTÓCTONOS Y SU VALORACIÓN
EN EL TURISMO**

ÁNGEL EDUARDO VÁZQUEZ MARTÍN

TESINA

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL
PARA OBTENER EL GRADO DE:**

MAESTRO EN PAISAJE Y TURISMO RURAL

AMATLÁN DE LOS REYES, VERACRUZ

Septiembre de 2018

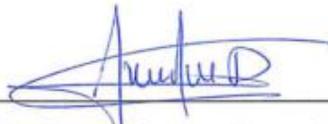
CARTA DE CONSENTIMIENTO DE USO DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DE LAS REGALÍAS COMERCIALES DE PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN

En adición al beneficio ético, moral y académico que he obtenido durante mis estudios en el Colegio de Postgraduados, el que suscribe Ángel Eduardo Vázquez Martín, Alumno de esta Institución, estoy de acuerdo en ser partícipe de las regalías económicas y/o académicas, de procedencia nacional e internacional, que se deriven del trabajo de investigación que realicé en esta institución, bajo la dirección de la profesora Dra. Dora Angélica Ávalos de la Cruz, por lo que otorgo los derechos de autor de mi tesina "Los agroalimentos autóctonos y su valoración en el turismo" y de los productos de dicha investigación al Colegio de Postgraduados. Las patentes y secretos industriales que se puedan derivar serán registrados a nombre del Colegio de Postgraduados y las regalías económicas que se deriven serán distribuidas entre la Institución, la Profesora Consejera y el que suscribe, de acuerdo a las negociaciones entre las tres partes, por ello me comprometo a no realizar ninguna acción que dañe el proceso de explotación comercial de dichos productos a favor de esta Institución.

Amatlán de los Reyes, Veracruz, a 07 de septiembre de 2018.



Firma

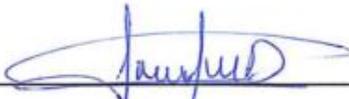


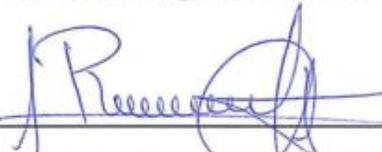
Vo.Bo. Profesora Consejera

La presente tesina titulada: “**Los agroalimentos autóctonos y su valoración en el turismo**” realizada por el alumno: **Ángel Eduardo Vázquez Martín** bajo la dirección del Consejo Particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRO EN
PAISAJE Y TURISMO RURAL

CONSEJO PARTICULAR

CONSEJERA 
Dra. Dora Angélica Ávalos de la Cruz

ASESORA 
Dra. Roselía Servín Juárez

ASESOR 
Dr. Jorge Cadena Iñiguez

ASESOR 
M.C. Carlos Gilberto García García

Amatán de los Reyes, Veracruz. Septiembre de 2018.

LOS AGROALIMENTOS AUTÓCTONOS Y SU VALORACIÓN EN EL TURISMO

Ángel Eduardo Vázquez Martín, M.P.

Colegio de Postgraduados, 2018

RESUMEN

En 2016, México fue el tercer productor de alimentos en América Latina y el décimo segundo en el planeta. La variedad de agroalimentos que se han identificado suman 1500 especies vegetales comestibles, son un legado cultural e integran parte del acervo gastronómico. En ese mismo año, el país obtuvo ingresos en el sector turístico por 19,600 millones de dólares; situándolo en el 14° lugar del ranking mundial en ingresos por ese rubro. Se seleccionó la ciudad de Orizaba, Veracruz, con el reconocimiento oficial de Pueblo Mágico, para evaluar el potencial de los alimentos autóctonos como recurso turístico. Este trabajo se organizó en tres etapas, en la primera se identificaron los alimentos objetivo; posteriormente se analizó el interés que generan en el turista y finalmente se propuso una estrategia productiva para su valoración comercial. Se registraron y clasificaron 40 agroalimentos autóctonos con su temporalidad, forma de consumo, origen y lugar de venta; 83 % de los potenciales turistas que visitarían la ciudad de Orizaba se interesaron en el conocimiento y consumo de los alimentos locales. Los comerciantes de estos productos comparten su acervo y muestran la necesidad de valorarlo y recuperarlo. Se requieren investigaciones que evalúen la aportación de este recurso natural al desarrollo de las comunidades rurales y al fortalecimiento del turismo interno. El turismo puede inferir como una alternativa para proponer políticas de valoración, reconocimiento y recuperación de los agroalimentos autóctonos y la diversificación productiva.

Palabras clave: agroalimento autóctono, turismo, recurso turístico.

THE AUTOCHTHONOUS AGRO FOODS AND ITS VALORATION IN THE TOURISM

Ángel Eduardo Vázquez Martín, M.P.

Colegio de Postgraduados, 2018

ABSTRACT

In 2016, Mexico was the third largest food producer in Latin America and the twelfth in the world. The variety of agrifoods that have been identified add 1500 edible plant species, are a cultural legacy and part of the gastronomic heritage. In that same year, the country obtained income in the tourism sector for 19,600 million dollars; placing it in the 14th place in the world ranking in income for that item. The city of Orizaba, Veracruz, was selected with the official recognition of “Pueblo Mágico”, to evaluate the potential of autochthonous foods as a tourist resource. This work was organized in three stages, in the first the target foods were identified; later, the interest generated in the tourist was analyzed and finally a productive strategy was proposed for its commercial valuation. 40 autochthonous agroalimentos with their temporality, form of consumption, origin and place of sale, were registered and classified. 83 % of the potential tourists that would visit the city of Orizaba were interested in the knowledge and consumption of local foods. The merchants of these products share their heritage and show the need to value it and recover it. Research is required to evaluate the contribution of this natural resource to the development of rural communities and the strengthening of domestic tourism. Tourism can be inferred as an alternative to propose policies of valuation, recognition and recovery of autochthonous agrifoods and productive diversification.

Keywords: autochthonous agro-food, tourism, tourist resource.

DEDICATORIA

A Dios

Por darme la oportunidad de transformar mi vida y reencontrarme.

¡Oh, Yavé!, tú sabes que sólo buscamos el camino de tus preceptos. Tu nombre y tu memoria son el anhelo del alma. Isaías 26:8

A mi Madre y mi Abuela

“La felicidad está en la lucha, en el esfuerzo, en el sufrimiento que supone la lucha y no la victoria misma” (Mahatma Gandhi). Mi admiración y amor por ser mi fortaleza, estas bendiciones se multiplicarán en abundancia.

A las canasteras de los mercados

Mi admiración por tan noble labor que se convierte en memoria viva de nuestra enorme cultura ancestral.

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el financiamiento económico otorgado para realizar mis estudios de Maestría a través de la beca No. 785907.

A la Dra. Dora Angélica Ávalos de la Cruz por su apoyo, amistad y consejos durante esta etapa de mi vida.

A mis asesores del Consejo Particular, Dra. Roselia Servín Juárez, Dr. Jorge Cadena Iñiguez, y M. C. Carlos García García, por la confianza, el esfuerzo, el tiempo y dedicación brindada.

Al Colegio de Postgraduados Campus Córdoba, a la LGAC 2. Desarrollo territorial y estudios sociales del paisaje rural y la LGAC 1. Recursos naturales con potencial turístico y su aprovechamiento sustentable, de la Maestría en Paisaje y Turismo Rural, por las facilidades y apoyo brindado para el cumplimiento de este proyecto de investigación.

Al H. Ayuntamiento constitucional del municipio de Orizaba, Veracruz, por facilitar el desarrollo del proyecto de investigación.

A los doctores Jaime, Graciela, Obdulia, Cruz, Graciela Inés Gallo por su apoyo en este trabajo. Al apoyo recibido por los profesores de la Escuela para Graduados de la Universidad de Buenos Aires. A mis colegas y amigos.

CONTENIDO

Página

1. INTRODUCCION GENERAL.....	1
2. JUSTIFICACIÓN	3
3. OBJETIVOS.....	5
3.1 Objetivo general.....	5
3.2 Objetivos específicos.....	5
4. HIPÓTESIS GENERAL.....	5
5. LITERATURA CITADA	6
CAPÍTULO I. LOS AGROALIMENTOS AUTÓCTONOS	7
1.1 Introducción	7
1.1.1 Definición de agroalimento autóctono.....	8
1.1.2 La agricultura en Mesoamérica	8
1.1.3 La agricultura post colonial	10
1.1.4 Productos comercialmente no tradicionales	10
1.1.5 Características de los PNT	12
1.2 Materiales y métodos	14
1.2.1 Unidad de estudio.....	16
1.2.2 Municipio objeto de estudio	17
1.2.3 Desarrollo de metodología.....	18
1.2.4 Muestreo.....	20
1.3 RESULTADOS Y DISCUSION	21
1.4 CONCLUSIÓN.....	27
1.5 LITERATURA CITADA	28
CAPÍTULO II. LOS AGROALIMENTOS AUTÓCTONOS COMO RECURSO TURISTICO	31
2.1 Introducción	31
2.1.1 Recursos turísticos	34
2.1.2 Categorías de los recursos turísticos.....	35
2.1.3 Turismo rural	36
2.1.4 Agroturismo	36
2.1.5 Turismo gastronómico	39
2.1.6 Gastronomía mexicana como recurso turístico	40
2.2 Materiales y métodos	41
2.2.1 Desarrollo de metodología.....	43
2.2.2 Encuesta.....	43
2.3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
2.4 CONCLUSIONES.....	54
2.5 LITERATURA CITADA	57

CAPÍTULO III. ESTRATEGIA PRODUCTIVA PARA LA VALORACIÓN COMERCIAL DE LOS AGROALIMENTOS AUTÓCTONOS	59
3.1 Introducción	59
3.1.1 Antecedentes del “Laboratorio de Sabores”	62
3.1.2 Centro de Apoyo a la Producción de Esquel y la Comarca (CAPEC).....	64
3.1.3 Sala de elaboración de alimentos regionales	65
3.2 Materiales y métodos	67
3.2.1 Localización y zona geográfica de influencia del “Laboratorio de Sabores”.....	68
3.2.2 Descripción del proyecto	69
3.2.3 Primera fase del “Laboratorio de Sabores”	70
3.2.4 Segunda fase del “Laboratorio de Sabores”	72
3.3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN	74
3.4 CONCLUSIONES	79
3.5 LITERATURA CITADA	81
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES.....	83
1. CONCLUSIONES	83
2. RECOMENDACIONES.....	84
ANEXOS.....	85

LISTA DE CUADROS

Página

Cuadro 1. Clasificación de SAGARPA para los productos comercialmente no tradicionales.....	11
Cuadro 2. Etapas de desarrollo de la metodología de esta investigación.	15
Cuadro 3. Clasificación en grupos de los agroalimentos autóctonos comercializados en Orizaba, Veracruz.	21
Cuadro 4. Clasificación de los agroalimentos autóctonos comercializados en Orizaba, Veracruz, con base a la forma de consumo.	22
Cuadro 5. Clasificación con base a la temporalidad de los agroalimentos locales comercializados en Orizaba, Veracruz.	23
Cuadro 6. Clasificación de acuerdo al origen de los agroalimentos autóctonos de venta en Orizaba, Veracruz.	24
Cuadro 7. Principales cultivos del estado de Veracruz, SEDARPA, 2017.....	26
Cuadro 8. Producción 2017 del sector agroalimentario de México.....	32
Cuadro 9. Principales agroalimentos mexicanos exportados en 2016 y valor de las exportaciones mexicanas respecto al ranking mundial.....	33
Cuadro 10. Etapas del proceso de implementación del Laboratorio de Sabores.	70

LISTA DE FIGURAS

Página

Figura 1. Venta de “Gasparito” (<i>Erythrina americana</i> Mill.) en el mercado Zapata, Orizaba, Ver.....	9
Figura 2. Ubicación del municipio de Orizaba, Veracruz	17
Figura 3. Municipios de donde provienen los agroalimentos autóctonos que se comercializan en la ciudad de Orizaba, Ver	25
Figura 4. Actividades de esparcimiento que integran al agroturismo.	38
Figura 5. Cronograma de actividades para conocer el interés del turista en los agroalimentos autóctonos del lugar que visita.....	42
Figura 6. Género de los interesados en los agroalimentos autóctonos.	45
Figura 7. Edad de los visitantes de Orizaba, Veracruz, interesados en los agroalimentos autóctonos	46
Figura 8. Lugar de residencia de los visitantes de Orizaba, Ver., interesados en los agroalimentos autóctonos.....	46
Figura 9. Escolaridad de los interesados en lo agroalimentos autóctonos	47
Figura 10. Interés de los turistas en conocer los agroalimentos autóctonos del lugar que visitan	48
Figura 11. Relevancia en los turistas de conocer el proceso de producción de los agroalimentos autóctonos del lugar que visitan	49
Figura 12. Atractivo de consumir alimentos y bebidas nuevas	50
Figura 13. Importancia de consumir agroalimentos autóctonos del lugar que visita.....	51
Figura 14. Gusto por el ofrecimiento de alimentos locales del lugar que visita.	52

Figura 15. Interés por visitar un lugar con la intensión de conocer y consumir sus agroalimentos autóctonos.....	53
Figura 16. Interés por conocer el proceso de producción de los agroalimentos autóctonos	53
Figura 17. Instalaciones del Centro de Apoyo a la Producción de Esquel y La Comarca (CAPEC), Esquel, Chubut, Argentina	65
Figura 18. Jefe de sala de elaboración de alimentos regionales CAPEC, Esquel, Chubut, Argentina.....	66
Figura 19. Maquinaria de origen nacional, ubicada en la sala de elaboración de alimentos regionales CAPEC, Esquel, Chubut, Argentina.....	67
Figura 20. Ubicación de la Provincia de Chubut, Argentina, entre los paralelos 42 y 46 latitud sur	68
Figura 21. Región de influencia del proyecto Laboratorio de Sabores	69
Figura 22. Prototipo de logo de marca colectiva “Comarca Los Alerces” elaborado por el grupo de trabajo con apoyo profesional en Esquel, Chubut, Argentina	72
Figura 23. Marca Paso Ancho gestionada dentro del Laboratorio de Sabores, Esquel, Chubut, Argentina.....	73
Figura 24. Marca Momí’s, gestionada dentro del Laboratorio de Sabores en Esquel, Chubut, Argentina.....	73
Figura 25. Productora Momy Piú, principal productora del Laboratorio de Sabores, Esquel, Chubut, Argentina, y chef Fredy Álvarez Walter	74
Figura 26. Productora Norma Nancuam, generadora de su empleo con la venta de productos elaborados en el Laboratorio de Sabores Esquel, Chubut, Argentina	76
Figura 27. Familia Ludueña que integra la producción primaria a la transformación de productos en el Laboratorio de Sabores, Esquel, Chubut, Argentina.	77

1. INTRODUCCION GENERAL

México en el 2016 se ubicó en el ranking 14° de la Organización Mundial de Turismo, con 19,600 millones de dólares en ingresos obtenidos principalmente por el turismo masificado (SECTUR, 2018). El turismo ofrece beneficios a las comunidades, además de representar una valiosa contribución a las economías rurales, como la creación de empleo, el apoyo a las granjas, la conservación en los servicios, el apoyo al arte y a los productos artesanales rurales, la preservación del paisaje, la naturaleza y las mejoras ambientales (Gómez *et al.*, 2013). El turismo como actividad de esparcimiento proporciona una gama de actividades y experiencias para cubrir necesidades de nichos de mercado específicos, es ahí donde la gastronomía local incorpora un valor único a la experiencia del visitante (Rojas y Jiménez, 2017).

La Real Academia de la Lengua Española define gastronomía como “el conjunto de elementos culinarios propios de un lugar determinado “, dicha definición involucra la comprensión de los agroalimentos autóctonos como un elemento susceptible de estudio. Identificar el conocimiento derivado de este recurso y su incidencia en el turismo, posiblemente permita crear alternativas para el desarrollo de economías locales y la búsqueda actividades alternas a la actividad primaria.

Estudios etnobotánicos en distintas regiones de México y Centroamérica, han documentado más de 1500 especies de plantas comestibles silvestres que llegan a constituir entre 8 y 17 % de la dieta anual de las familias campesinas (Del Amo y Trinidad, 2010; Chizmar *et al.*, 2009; CIBIOGEM, 2011). Numerosos productos se consumen directamente por las familias que los recolectan y algunos poseen valor comercial que les brinda recursos monetarios. Estas especies son recursos genéticos

de importancia para afrontar los retos de seguridad alimentaria nacional y su resguardo resulta primordial para el país (Del Amo y Trinidad, 2010). La región Mesoamericana situada entre dos dominios biográficos, permiten la existencia de 45 tipos diversos de vegetación, con un 20 a 30 % de endemismo, de un total estimado de 30,000 especies (Toledo, citado por Rojas, 2013). La subsistencia de cultivos nativos e introducidos en las parcelas se mantiene hasta hoy, los campesinos continúan manejando, mejorando y diversificando su producción (Rojas, 2013b).

La riqueza de nuestro acervo gastronómico mexicano es un legado único en el mundo, reconocido como patrimonio inmaterial de la Humanidad (UNESCO, 2010); lo cual plantea la oportunidad para fomentar la producción de alimentos y la gastronomía. Los agroalimentos autóctonos forman parte importante del acervo gastronómico nacional, son de uso popular; sin embargo, existe poca información dado que muchos de ellos son de autoconsumo o se comercializan de manera informal en mercados, tianguis y ambulantes. Podrían constituir una estrategia gubernamental para combatir la pobreza rural y fortalecer la seguridad alimentaria.

Se han reportado 140 especies de frutos silvestres comestibles en el estado de Veracruz, este inventario podría incrementarse con más estudios etnobotánicos y exploraciones florísticas (Del Amo y Trinidad, 2010). Identificar estos alimentos por temporada y usos, permitirá conocer su importancia en el consumo local y del visitante, y así definir estrategias para revalorar y fomentar su producción, conservación, transformación y comercialización a través de un mercado justo, marcas colectivas y denominaciones de origen, con la conformación de cadenas de valor fortalecidas entre sus eslabones, que se refleje en la mejora de la calidad de

vida del sector rural. Se contextualiza la identificación de alimentos locales, su forma de obtención y su reconocimiento como elemento del patrimonio inmaterial de la humanidad dentro de la gastronomía mexicana; así como su importancia en la seguridad alimentaria. Se identifica la importancia de los sistemas de protección de los agroalimentos como medios para su valoración, y finalmente se propone un modelo productivo para agregar valor.

2. JUSTIFICACIÓN

Contar con un inventario de los agroalimentos autóctonos a nivel local que permita su conocimiento y difusión a través del turismo rural, es indispensable. La etnobotánica en México se realiza con la finalidad de conocer la evolución del modo de subsistencia de las comunidades campesinas en el contexto del desarrollo económico del país, a partir de sus prácticas tradicionales de utilización de plantas silvestres y cultivadas, y la salvaguarda del patrimonio de los recursos vegetales naturales (Friedberg, 2013). Es necesario fomentar la preservación de estos productos, ya que el desconocimiento de su existencia genera riesgos y los pone en peligro de una extinción, lo que provocaría una pérdida cultural y ecológica invaluable. En la actualidad no existen estudios, que permitan valorar la variedad de productos autóctonos agrícolas locales, provenientes de los entornos rurales (Del Amo y Trinidad, 2010).

El ámbito rural en el mundo ha quedado sometido a una marginalidad, en los últimos 25 años las sociedades rurales latinoamericanas se han urbanizado cada vez más, muchas de ellas son irreconocibles en su génesis. Este nuevo espacio rural ha cambiado, se ha modernizado, y muchas veces se ha resignificado frente al ámbito urbano (Bengoa, 2003). Bajo este contexto, los estudios multidisciplinarios que

permitan entender la sostenibilidad del turismo, tendrán el reto de comprender las actuales relaciones productivas y culturales en las comunidades rurales actuales. Para plantear oportunidades para el desarrollo del sector agroalimentario es primordial entender al territorio como una realidad “construida” a partir de procesos complejos donde intervienen interacciones sociales, condicionantes físicas, dimensiones institucionales y culturales, y relaciones de poder (Lenton, 2010).

Caracterizar la importancia que genera en los turistas el conocimiento de los alimentos locales, permitirá identificarlo como un recurso turístico para potencializar la implementación de estrategias para el desarrollo del turismo agroalimentario en los sitios de estudio.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Identificar el potencial de los agroalimentos autóctonos como recurso turístico.

3.2 Objetivos específicos

- Realizar un inventario de los alimentos locales por nombre, temporada y usos.
- Estimar la valoración turística que genera la importancia, interés y atracción sobre el conocimiento de los productos agrícolas endémicos.
- Definir una estrategia para la valoración turística de los agroalimentos autóctonos.

4. HIPÓTESIS GENERAL

Los agroalimentos autóctonos son motivo para la visita del turista.

5. LITERATURA CITADA

- Bengoa, J. 2003. 25 años de Estudios Rurales. Sociologías, Porto Alegre, año 5, (10) 36-98.
- Chizmar, C. V., G. Chang V., J. G. Cerén L., S. Lobo C., L. Ricardo L., A. Quesada H., J. E. Menjivar C., T. Mejía O., I. Coronado G., I. Ruiz V., P. Raymond H., M. Correa A. Plantas comestibles de Centroamérica. Santo Domingo de Heredia, Costa Rica: Instituto Nacional de Biodiversidad, INBio, 1 edición. 360p.
- CIBIOGEM. 2011. Información de línea base sobre la diversidad genética de especies para las cuales México es centro de origen y diversidad. Memorias foro Red Mex MOGM. Etapa 1. 06 de septiembre de 2011.
- Del Amo S. y Trinidad R. 2010. Guía de frutos silvestres comestibles en Veracruz. Fondo sectorial para la investigación, el desarrollo y la innovación Tecnológica industrial. Conafor-Conacyt. México, 142 p.
- Friederg, C. 2013. La etnobotánica mexicana. Etnobiología. Asociación etnobiológica mexicana. 11 (3) 8-13.
- Gómez-Merino, F.C.; J. C. García-Albarado, L. I. Trejo- Téllez, V. Morales-Ramos, C. G. García-García y J. A. Pérez Sato. 2013. Paisaje y turismo rural en México: fortalezas y desafíos para su potenciación. Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas. Pub. Esp. 5: 1027- 1042.
- Lenton, D. 2010. Política indigenista argentina: una construcción inconclusa. Anuario Antropológico. 1: 57-97.
- Rojas, T. 2013. Técnicas, métodos y estrategias agrícolas. Revista arqueología mexicana. Vol. XIX. Núm. 120.48-53.
- Roja, T. 2013. Agricultura colonial indígena. Revista arqueología mexicana. Vol. XIX. Núm. 120.62-67. b
- Rojas, R. D., y Jiménez A. 2017. Turismo Gastronómico y Vino. Análisis de la oferta gastronómica y Hospedaje en Montilla y Moriles. Universidad de Córdoba, España. Revista Internacional de Turismo y Empresa. 1 (1) 17 p.
- SECTUR. 2018. Ranking mundial del turismo internacional. Barómetro OMT. Julio 2017. <http://www.datatur.sectur.gob.mx>.
- UNESCO. 2010. Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage. Paris, Francia. 58 p. <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/ITH-10-5.COM-CONF.202-6-EN.pdf>.

CAPÍTULO I. LOS AGROALIMENTOS AUTÓCTONOS

1.1 Introducción

Los alimentos que México ha aportado al mundo desde la época prehispánica, son de gran trascendencia. Se consumen diversidad de raíces, frutas, hierbas silvestres, flores, hongos, leguminosas, saborizantes, y animales. Además, es de suma importancia resaltar otras aportaciones de la agricultura mexicana, como son la domesticación del maíz, la nixtamalización, el cultivo en chinampa y en la milpa; la preparación de bebidas instantáneas y platillos secos (Vargas, 2014). Estas variedades de alimentos endémicos de México se encuentran presentes en las cocinas del planeta.

Las especies botánicas que México ha aportado destacan las cultivadas en la milpa, como el maíz (*Zea mays*) con alrededor de 60 razas, los frijoles principalmente cinco especies comestibles (*Phaseolus vulgaris*, *P. coccineus*, *P. acutifolius*, *P. lunatus* y *P. polyanthus*), y las calabazas con cuatro especies principales: *Cucurbita pepo*, *C. ficifolia*, *C. argyrosperma* y *C. moschata*. En la milpa se han producido diferentes especies que han sido la base de innumerables salsas y guisados tradicionales de México y Mesoamérica, como el chile (*Capsicum annum* y *C. sinense*), miltomate o tomatillo (*Physalis philadephica*) e itmatito de milpa (*Solanum lycopersicum* var. *cersasiforme*) (Linares y Bye, 2014).

1.1.1 Definición de agroalimento autóctono

Para este estudio se define como agroalimento autóctono al producto nativo agropecuario no introducido, endémico del sitio y/o región de estudio, resultado del saber local de una privilegiada biodiversidad, de baja producción, poco conocido en los mercados y por los consumidores (Zamorano y Ríos, 2004; Del Amo y Trinidad, 2010; Torres y Larroa, 2012; SAGARPA, 2016).

1.1.2 La agricultura en Mesoamérica

La región geográfica comprendida desde el territorio actual de México hasta Panamá conocida antropológicamente como Mesoamérica, fue uno de varios centros prehistóricos del cultivo y domesticación de plantas en el planeta (Kirchhoff, 2000). Las sociedades mesoamericanas desarrollaron conocimientos especializados para la manipulación de una serie de plantas, cuyas modificaciones y adaptaciones a diversas condiciones ambientales las hacían adecuadas para el consumo humano. El aguacate (*Persea americana* Miller) fue una de las primeras plantas cultivadas en Mesoamérica, según hallazgos que se remontan a 7200 a. C. (McClung, 2013).

La domesticación como resultado de la observación constante y sistemática por miles de años, del entorno ecológico y su comportamiento cíclico, implicó la apropiación del recurso a partir de su medio natural para reproducirlo fuera de su bioma, para asegurar la disponibilidad de los productos vegetales alimenticios para la subsistencia (Montúfar, 2013).



Figura 1. Venta de “Gasparito” (*Erythrina americana* Mill.) en el mercado Zapata, Orizaba, Ver. Fuente: propia.

El no uso de animales domesticados que ayudaran en las labores del campo, fue una de las características sobresalientes de la agricultura mesoamericana. El trabajo manual originó el desarrollo de un conjunto de técnicas y estrategias de manejo que, junto con el mejoramiento filogenético de las especies y la intensificación del uso del suelo, dieron lugar al aumento progresivo de la capacidad productiva (Rojas, 2013).

En Mesoamérica, la agricultura utilizó en diversas prácticas, métodos y técnicas que las comunidades aprovechaban en las variadas condiciones ambientales de su territorio, adecuados a las condiciones ambientales y tecnológicas. En la época prehispánica la agricultura en México fue variada, fuera de la concepción de una única y universal del cultivo del maíz y el predominio de la “de roza o milpa”. Hace 10,000 años en Mesoamérica se inició la domesticación de plantas alrededor de 80 especies (el mayor número después de China). A nivel parcela se observó la asociación de cultivos anuales (policultivo), el escalonamiento y la rotación con plantas anuales y/o perennes (Rojas, 2013).

1.1.3 La agricultura post colonial

En la época colonial (1519-1810), los campesinos indígenas continuaron con su herencia de prácticas agrícolas mesoamericanas, además de adaptarse a los cambios de la colonización europea. Los europeos introdujeron plantas (las cuáles fueron adaptadas rápidamente), animales, herramientas y maquinas; se introdujo el ganado y la población indígena en cantidad disminuyó. Los indígenas aprendieron diversas técnicas, como los injertos de granada, durazno, manzano, membrillo y pera. Debido a que las tierras que poseían los indígenas se encontraban en las montañas, el arado fue adaptado con dificultad y lentitud, además de que el manejo de sus sistemas de cultivo era a mano, lo que les generaba mayor eficiencia (Rojas, 2013b).

1.1.4 Productos comercialmente no tradicionales

Los agroalimentos autóctonos forman parte de los productos comercialmente no tradicionales (PNT), que reconoce la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). Los PNT son el “Conjunto de productos agropecuarios locales o de orígenes lejanos, de volúmenes de producción relativamente modestos, circunscritos a cierta región, resultado de una privilegiada biodiversidad, poco conocidos en los mercados y por los consumidores” (Zamorano y Rios, 2004). En el extranjero se les conoce simplemente, por su origen, como productos “exóticos”, “tropicales” o “specialities” (SAGARPA, 2016). En Veracruz se les conoce comúnmente como “de campo”, “de monte”, o “cimarronas” (Del Amo y Trinidad, 2010). En México, los productos no tradicionales superan los 300 productos, para SAGARPA 180 resultan los más significativos, incluyendo especies introducidas (Cuadro 1).

Cuadro 1. Clasificación de SAGARPA para los productos comercialmente no tradicionales.

Grupo	Productos
Frutas exóticas	Carambola, Guayaba, Jaca, Lichi, Mamey, Maracuyá, Persimonio, Pitahaya, Rambután, Tamarindo, Tuna, Zapote (chico), Zapote Negro
Especias y colorantes naturales	Achiote, Azul Añil, Grana Cochinilla, Pimienta Gorda
Fibras naturales	Estropajo, Henequén, Lechuguilla
Frutas secas y nueces	Dátil, Higo Blanco, Macadamia, Marañón
Frutillas	Frambuesa, Zarzamora, Moras, Nanches, otros.
Industriales	Agave Mezcalero, Candelilla, Chicle Natural, Guayule, Miel de Abeja, Olinaloe
Cereales	Amaranto, Maíces de Especialidad, otros.
Legumbres y hortalizas	Alcachofa, Chayote, Hongos, Huanzontle, Huitlacoche, Nopal, Okra, otros.
Maderas	Bambú, Mezquite, Palo Fierro, Teca
Oleaginosas	Chía, Jojoba, Palma Africana, Olivo, otros.
Plantas medicinales, aromáticas y alimenticias	Albahaca, Árnica, Eucalipto, Jamaica, Manzanilla, Menta, Orégano, Romero, Sábila, Valeriana.
Productos orgánicos	Aguacate, Ajonjolí, Cacahuete, Cacao, Café, Cártamo, Frijol, Hortalizas (Ajo, Calabaza, Cebolla, Chícharo, Chile, Jitomate, Melón, otros), Jamaica, Jengibre, Litchi, Maíz Azul y Blanco, Mango, Miel de Abeja, Naranja, Nopal, Papaya, Piña, Plantas Medicinales, Aromáticas y Alimenticias, Plátano, Vainilla, Soya, Carnes, Leche y derivados, Lana, Prendas de Vestir, otros.
Tubérculos	Camote, Jengibre, Jícama, Malanga, Yuca
Ganadería exótica	Avestruz, Codorniz, Conejo, Chinchilla, Emu, Iguana, Rana Toro, Venado Cola Blanca.

Fuente: Zamorano y Suarez, 2004.

1.1.5 Características de los PNT

Los agroalimentos comercialmente no tradicionales aportan entre 5 % y 10 % de la producción total agropecuaria en México (Zamorano y Ríos, 2004). Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2005), en América Latina se observa un aumento notable de las exportaciones agropecuarias no tradicionales, tales como productos orgánicos, frutas, flores y hortalizas, que se caracterizan por el uso de mano de obra, un mayor valor agregado y una ampliación y diversificación de las actividades económicas rurales no agropecuarias. En cambio, la transformación en el sector tradicional, ha sido limitada por falta de inversión, particularmente en infraestructura. Generalmente se producen bajo prácticas agropecuarias orgánicas, se circunscribe a ciertas regiones o microclimas del país y su exportación mostró en los últimos años una tendencia claramente ascendente (SAGARPA, 2016).

México cuenta con una variedad de microclimas que permiten la existencia de ecosistemas y biodiversidad. Por lo que ofrecen el potencial para el desarrollo de una amplia gama de variedades agrícolas, pero también de largos períodos de abastecimiento, aprovechando los microclimas y la contra-estación productiva con los principales mercados. Como resultado de los climas, es posible también desarrollar nuevas actividades, así como sistemas de producción climáticamente inteligentes, que ayuden a preservar los recursos y contribuyan a incrementar la producción agropecuaria y pesquera. Algunos de los sistemas que podrían implementarse son: reconversión productiva, agricultura de conservación, eficiencia y capacidad de recuperación de la producción ganadera, agroforestería, sistema Agrícola MIAF, acuicultura de bajo consumo energético, pesca de bajo impacto por menor consumo de combustible, sistemas integrados y diversificados de alimentos y energía, entre

otros (SAGARPA, 2012). En los cuáles los saberes locales aportan enorme valor para lograr el uso sustentable de estos recursos.

Dentro de la exportación y generación de divisas, su importancia relativa es mayor y creciente, derivado del buen posicionamiento de los productos orgánicos principalmente como el café, la miel, las frutas exóticas mexicanas en el exterior (SAGARPA, 2016). Su principal destino son nichos especializados de tamaño limitado y eventual saturación de oferentes. Las actividades de postcosecha, embalaje-empaque, transporte, son especializadas y onerosas, debido al desconocimiento de su mercado, los productores rurales requieren de asesoría y capacitación para la promoción y comercialización, las cuales son costosas. En el mercado internacional la competencia es fuerte con los productores extranjeros, como el caso del chayote de Costa Rica y la okra de Florida, entre otros ejemplos (Zamorano y Ríos, 2004).

Los cultivos locales puedan incorporarse a lo largo de la cadena agroalimentaria. Representan una estrategia para mejorar la nutrición, complementar y diversificar la dieta de los hogares. Esto propone aumentar su cultivo y diversificar el uso de la tierra de cultivo, más allá de las oportunidades de mercado que pueden tener (Guardiola y Bernal, 2009).

Los cultivos agrícolas son vulnerables a la inestabilidad climática y al control de plagas, además de convivir con las precariedades de precio de venta, este es uno de los principales retos para la inserción de la actividad turística, como oportunidad se convierte en un recurso potencial para viabilizar la propiedad y lo que en ella se produce. Esto sumado a la ausencia de conocimientos de los productores sobre el mercado, falta de recursos para la inversión, poca oferta de los emprendimientos de

turismo, contribuyen a limitar la implementación del turismo en el espacio rural (Goulart y Tulla, 2015).

1.2 Materiales y métodos

Esta investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de los humanos y sus instituciones. El investigador comienza examinando el mundo social y en este proceso desarrolla una teoría coherente con los datos, de acuerdo con lo que observa (Hernández *et al.*, 2010).

El diseño experimental fue la aplicación de la investigación etnográfica a la etnobotánica (ya que se describen y analizan ideas, creencias y prácticas de grupos, culturas y comunidades, con relación a las plantas) (Signorini, 2008). Se aplicaron técnicas del diseño clásico de la etnobotánica, fichas para el inventario, cuestionarios semiestructurados y entrevistas abiertas, lo que permitió analizar los temas culturales por medio del establecimiento de categorías a evaluar. Para la aplicación de la investigación se ejemplifican las etapas que propone Janesick (citado por Valle, p. 79), durante el cual se deben de tomar decisiones en respuesta al desarrollo de la investigación (Cuadro 2). El trabajo de campo se desarrolló de enero a junio de 2018, principalmente en los 3 mercados municipales que comercializan agroalimentos en la ciudad de Orizaba, Veracruz (Maciel, 2015).

Cuadro 2. Etapas de desarrollo de la metodología de esta investigación.

Al principio del estudio	Durante el estudio	Al final del estudio
1.- Definición del problema.	1.- Aplicación de entrevistas a profundidad	1.- Decisiones sobre el momento y manera de abandono del campo.
2.- Recopilación de información sobre la temática.	2.- Modificación de protocolos de observación y de guiones de entrevista	2.- Codificación de datos.
3- Acceso al campo.	3.- Análisis de las categorías asignadas dentro de las entrevistas.	3.- Decisiones finales de análisis.
4.-Análisis del contexto de los actores sujetos sobre la problemática		4.-.Decisiones de presentación y escritura del estudio.
5.- Elaboración del Marco temporal.	5.-Actualizacion del presupuesto asignado.	
6.- Detección de sesgos e ideología del investigador.	6.- Observaciones y entrevistas a añadir o anular.	
7.- Selección y elaboración de herramientas metodológicas: *Entrevistas a profundidad *Grabaciones.		
8- Elaboración del marco teórico.		
9.- Relación con la teoría.		
10.- Diseño de supuestos de investigación (posible hipótesis).		
11-Selección de muestra.		
12.- Selección de equipo de trabajo.		
13.-Análisis del presupuesto asignado.		

Fuente: Janesick (citado por Valle, p. 79).

1.2.1 Unidad de estudio

Para el ámbito espacial donde se llevará la investigación, se eligió por sus características socio-culturales a la ciudad de Orizaba, Veracruz, México (Figura 2).

La unidad de análisis correspondió a los siguientes actores con relación a la producción y comercialización de agroalimentos en el municipio:

- a) Productores, acopiadores y detallistas dentro de los cuatro mercados municipales en donde se comercializan alimentos:
 - 1.- Mercado Ocampo, inicio de actividades año 1959.
 - 2.- Mercado Zapata, inicio de actividades año 1929.
 - 3.- Mercado Cerritos, inicio de actividades año 2010.
- b) Representante de la Dirección de Desarrollo Económico Municipal.
- c) Administradores de los 4 mercados municipales.
- d) Representante municipal del Área de Fomento Agropecuario de SAGARPA CADER Acultzingo.

1.2.2 Municipio objeto de estudio



Figura 2. Ubicación del municipio de Orizaba, Veracruz. Fuente: CEIEG (2016).

Localización:

Orizaba está ubicado en la zona centro montañosa del estado de Veracruz, a una altura de 1,230 metros sobre el nivel del mar, en las coordenadas $18^{\circ} 51''$ latitud norte y $97^{\circ} 06''$ longitud oeste. Limita al norte con Mariano Escobedo e Ixhuatlancillo, al este con Ixtaczoquitlán, al sur con Rafael Delgado, al oeste con Río Blanco. Su distancia aproximada a la capital del Estado es de 190 km. Cuenta con 120,995 habitantes (CEIEG, 2016).

Actividad agropecuaria:

Cuenta con una superficie aproximada de 286.7 hectáreas, de las que se siembran 208.8 ha en 49 unidades de producción. El principal producto agrícola en el municipio es el café. Además, existen 5 unidades de producción rural con actividad forestal (CEIEG, 2016).

1.2.3 Desarrollo de la metodología

Al iniciar una investigación etnobotánica, lo más importante es asegurar una identificación botánica precisa de las plantas, qué datos se requieren. Se generó un instrumento de evaluación (Anexo 1) que permitió recolectar la información disponible respecto al conocimiento de los agroalimentos autóctonos, para identificarlos por nombre vernáculo, nombre en lengua indígena (en caso que exista), temporalidad, forma de consumo, forma de preparación y lugar de origen (Mulet, 1995; Martin *et al.*, 1996; Sharma *et al.*, 2001). La finalidad de este instrumento fue profundizar respecto al conocimiento en los principales establecimientos comerciales del municipio. Los datos fueron recolectados por medio de entrevistas semiestructuradas, utilizando el instrumento de evaluación, y se organizaron en una base de datos junto con información complementaria (Signorini, 2008).

Las técnicas utilizadas fueron la observación participante y la entrevista a profundidad, acompañado de guiones flexibles con preguntas semiestructuradas, las cuales fueron aplicadas durante cada fase de desarrollo del proyecto. La entrevista en profundidad permite recopilar información de los entrevistados sobre sus experiencias y formas de ver las situaciones, además de describir lo que sucede y como lo perciben (Taylor y Bogdan, 1996).

Estas técnicas permitieron abordar el contexto socio-cultural para así lograr tener un inventario claro de los agroalimentos autóctonos, incluyendo los saberes culturales que ello involucra. La forma de clasificar los resultados fue en base a trabajos con el enfoque etnobotánico que permitieron realizar una clasificación clara de los alimentos locales identificados (Rivera *et al.*, 2006; Del Amo y Trinidad, 2010; Chizmar *et al.*, 2009). El objetivo de la utilización de estas técnicas fue la elaboración de fichas por elemento agrícola (Anexo 2), y así contar con información precisa para fomentar la difusión del patrimonio alimentario. Para la búsqueda de los nombres científicos se utilizaron los siguientes medios:

- Base de datos del Catálogo de Variedades Vegetales (SNICS).
- Base de datos de la Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales.
- Guía de frutos silvestres comestibles en Veracruz (INECOL).
- Libro Plantas comestibles de Centroamérica (Instituto Nacional de Biodiversidad, Costa Rica).
- Historia y dispersión de los frutales nativos en el neotrópico (Centro Internacional de la Agricultura Tropical, Colombia).
- Información de línea sobre la diversidad genética de especies para las cuales México es centro de origen y diversidad (CIBIOGEM, Comisión Intersectorial de Bioseguridad de los Organismos Genéticamente Modificados).
- Sistema Nacional de Información sobre Biodiversidad de México:
<http://www.conabio.gob.mx/institucion/snib/doctos/acerca.html>
- Asesoramiento especializado de grupo “Geobicom”.

1.2.4 Muestreo

Dadas las características de los sujetos en el fenómeno a estudiar, la elección de la muestra fue “no probabilística”, donde se eligen los sujetos en función de su accesibilidad o al criterio personal e intencional del investigador (Signorini, 2008). La técnica no probabilística supone que los miembros de la población tienen una red social, lo que hará posible contactarlos. El muestreo “bola de nieve” fue seleccionado para cumplir con el propósito del inventario de los agroalimentos locales.

El muestreo de bola de nieve se usa con frecuencia para medir características en poblaciones que carecen de marco muestral, para acceder a poblaciones de baja incidencia y/o a individuos de difícil acceso, lo que se conoce como poblaciones ocultas (Elorza y Tejeda, 2008). Para seleccionar estos criterios, anticipadamente se realizó una fase de pilotaje que permitiera contar con fuentes de información para conocer el universo de la unidad de estudio. El proceso para la elección muestral consistió en comprender la cadena de distribución local de los agroalimentos autóctonos, la primera entrevista fue con el Director de Desarrollo Económico Municipal, quien nos canalizó con los administradores de los cuatro mercados municipales de alimentos en la ciudad; enseguida, cada administrador nos contactó con los principales comerciantes que ofrecen dichos productos, el total de personas entrevistadas fue de 25, con una edad promedio de 55 años, de los cuales el 88% fueron informantes del género femenino.

1.3 RESULTADOS Y DISCUSION

Se obtuvo un inventario de 40 agroalimentos autóctonos que cumplieron con las características de ser locales, producidos en la región y endémicos de México, con el fin de identificar la existencia de productos agropecuarios con una fuerte imagen territorial, que pudieran convertirse en detonadores del desarrollo local (Torres y Larroa, 2012). Se propuso una clasificación de las variedades encontradas (Cuadro 3) con base a la clasificación proporcionado por SAGARPA para los agroalimentos no tradicionales.

Cuadro 3. Clasificación en grupos de los agroalimentos autóctonos comercializados en Orizaba, Veracruz.

Grupo	Nombre del agroalimento autóctono
Condimentos	Epazote, Chile Tabaquero, Chile de Cera.
Flores	Flor de Kiote, Flor de Izote “Palmito”, Flor de Gato “Chile Gato”.
Frutas	Chinene, Aguacate Casero “Aguacate Aventurero”, Ciruela, Tecojote, Zapote Negro, Zapote Mamey.
Frutos	Juague, Chilacayote, Calabaza Melona, Calabaza, Gasparito, Tempesquistle, Coacuyul, Jinicuil, Tepejilote.
Hojas	Hoja de Platanillo, Hoja de Aguacate, Tlanepa.
Hongos	Huitlacoche, Hongo de Encino.
Plantas alimenticias	Pipicha, Papálo, Quelite, Quelite Blanco.
Plantas medicinales	Hierba mora, Tila.
Semillas	Semilla de Calabaza.
Tallos	Guía de Chayote.
Tubérculos	Chayotextle.
Verduras	Citlalle, Chayote verde, Chayote Güero o Blanco, Chayote Espinado, Chayote Recio.

Fuente: Elaboración propia.

La tabla fue organizada en 12 grupos para tener una clara y adecuada clasificación en relación al tipo de alimento. Los grupos con mayor variedad de alimentos fueron el de frutos (9), frutas (6) y verduras (5). El chayote y sus derivados fue el alimento con mayor variedad de subproductos presente en la muestra.

La forma de consumo resultó un elemento importante de distinguir (Cuadro 4), debido a que 34 deben ser cocinados para consumirse, seis se pueden consumir en fresco y seis pueden consumirse en las dos modalidades: en fresco o cocinados. Se elaboraron fichas técnicas para cada alimento (Anexo 2), la cual incluye la sugerencia de la forma de preparación, lo que permite generar conocimiento sobre el uso local y diversidad gastronómica en torno al alimento.

Cuadro 4. Clasificación de los agroalimentos autóctonos comercializados en Orizaba, Veracruz, con base a la forma de consumo.

Forma de consumo	Nombre del agroalimento autóctono
Consumo en fresco	Chinene, Ciruela, Jinicuil, Zapote Mamey, Papálo, Zapote Negro.
Cocinado o consumo en fresco	Aguacate de Cascara o Aguacate Aventurero, Chile de Cera, Chile Tabaquero, Juague, Pipicha, Tecojote.
Cocinado	Calabaza, Calabaza Melona, Chayote Blanco o Güero, Chayote Espinado, Chayote Recio, Chayote Verde, Chayotextle, Chilacayote, Citlalle, Coacuyul, Epazote, Flor de Gato o Chile Gato, Flor de Izote o Palmito, Flor de Kioté, Gasparito, Guía de Chayote, Hierba Mora, Hoja de Aguacate, Hoja de Platanillo, Hongo de Encino, Huitlacoche, Quelite, Quelite Blanco, Semilla de Calabaza, Tempesquistle, Tepejilote, Tila, Tlanepa.

Fuente: Elaboración propia.

El instrumento diseñado para la recopilación del inventario también permitió obtener una clasificación con base a la temporalidad de cada alimento (Cuadro 5), resultando 8 perennes y 32 anuales.

Cuadro 5. Clasificación con base a la temporalidad de los agroalimentos locales comercializados en Orizaba, Veracruz.

Temporalidad	Nombre del agroalimento autóctono
Perennes	Calabaza, Chayotextle, Epazote, Hierba Mora, Hoja de Aguacate, Hoja de Platanillo, Semilla de Calabaza, Tlanepa.
Anuales	Aguacate de Cascara o Aguacate Aventurero, Calabaza Melona, Chayote güero o Blanco, Chayote Espinado, Chayote Recio, Chayote Recio, Chilacayote, Chile de Cera, Chile Tabaquero, Chinene, Ciruela, Citlalle, Coacuyul, Flor de Gato o Chile Gato, Flor de Izote o Palmito, Flor de Kiote, Gasparito, Guía de Chayote, Hongo de Encino, Huitlacoche, Jinicuil, Juages, Zapote Mamey, Papálo, Pipicha, Quelite, Quelite Blanco, Tecojote, Tempesquistle, Tepejilote, Tila, Zapote Negro.

Elaborado: Fuente propia.

Resultado de la investigación se encontró que 17 comunidades (Cuadro 6), son las que suministran los agroalimentos autóctonos en los mercados municipales de Orizaba, Ver. Las que mayor variedad aportan a la diversidad son estas cinco comunidades de 4 municipios veracruzanos: Tuxpanguillo y Potrerillo, Ixtaczoquitlán; (9 y 3 especies), Magdalena, Magdalena (3); Atlahuilco, Atlahuilco, (3); Atzompa, Soledad Atzompa (3). Como se aprecia, el municipio de Ixtaczoquitlán es el que mayor diversidad de alimentos provee con un total de 14.

Cuadro 6. Clasificación de acuerdo al origen de los agroalimentos autóctonos de venta en Orizaba, Veracruz.

Lugar de origen	Nombre del agroalimento autóctono
Acultzingo, Acultzingo, Ver.	Hierba Mora, Ciruela.
Atetecochco, Atlahuilco, Ver.	Guía de Chayote.
Atlahuilco, Atlahuilco, Ver.	Flor de Izote o Palmito, Gasparito, Tila.
Atzompa, Soledad Atzompa, Ver.	Hoja de Platanillo, Chilacayote, Tempesquistle.
Calpuloca, Ixtaczoquitlán, Ver.	Tecojote, Coacuyul.
Sin dato	Chinene, Huitlacoche.
Ixtaczoquitlán, Ixtaczoquitlán, Ver.	Pipicha, Papálo.
Magdalena, Magdalena, Ver.	Tlanepa, Hoja de Aguacate, Chile de Cera.
Maltrata, Maltrata, Ver.	Epazote.
Moyoapan, Ixtaczoquitlán, Ver.	Chile Tabaquero.
Ojo de Agua de Abajo, Acultzingo, Ver.	Flor de Kiote, Semilla de Calabaza.
Potrerrillo, Ixtaczoquitlan, Ver.	Flor de Gato o Chile Gato, Hongo de Encino.
Potrero, Acultzingo, Ver.	Aguacate de Cascara o Aguacate Aventurero.
San Juan del Río, Rafael Delgado, Ver.	Citlalle.
Tehuacán, Pue.	Juague.
Tlapextila, Acultzingo, Ver.	Quelite, Quelite Blanco.
Tuxpanguillo, Ixtaczoquitlán, Ver.	Chayote Güero o Blanco, Chayote Verde, Chayote Recio, Chayotextle, Zapote Negro, Zapote Mamey
Diversos sitios de la región	Jinicuil, Tepejilote.

Fuente: Elaboración propia.

Seis municipios del estado de Veracruz y uno del estado de Puebla son los que proveen alimentos autóctonos a la ciudad de Orizaba, Ver. (Figura 3).



Figura 3. Municipios de donde provienen los agroalimentos autóctonos que se comercializan en la ciudad de Orizaba, Ver. Fuente: elaborado con los resultados de las encuestas y entrevistas y el software Google Earth.

En 2017, la superficie destinada a la actividad agrícola en el estado de Veracruz, fue de 1.5 millones de hectáreas, ubicándose en el 2° lugar nacional con el 6.9 % de participación. El volumen cosechado fue de 29.8 millones de toneladas, por lo que ocupó el 5° lugar nacional (4.5 %) y el valor de la producción estatal sumó 33 mil millones de pesos, el 6° lugar nacional con 6.5 % (SEDARPA, 2018).

El 52.1 % de la población en edad de trabajar en el estado de Veracruz se encuentra ocupada. El sector primario representa el 24.0 %: en la agricultura laboran 652,139 personas (86.8 %); en la actividad pesquera 25,428 personas (3.4 %) y en la actividad pecuaria 73,258 personas (9.8 %) (SIAP, 2017). La actividad productiva principal de los sitios de donde provienen los alimentos documentados en este estudio es la

actividad primaria, lo que sugiere que es debido a la importancia de este sector en el estado de Veracruz, de ahí la importancia de incorporar estos cultivos en las políticas públicas del sector agropecuario, para diversificar la actividad productiva y fomentar la seguridad alimentaria.

El sector primario en Veracruz aportó 29,429 millones de pesos, lo que representó el 4.3 % del PIB total de la entidad y el 6.9 % de la aportación del PIB primario nacional (SIAP, 2017b). Con base en datos oficiales del estado de Veracruz, son 10 cultivos respecto a su valor de la producción, los que resultan estratégicos para el sector agrícola (Cuadro 7). Se insiste en considerar la diversificación productiva y la seguridad alimentaria, fortaleciendo los cultivos de importancia regional (SIAP, 2017).

Cuadro 7. Principales cultivos del estado de Veracruz, SEDARPA, 2017.

Cultivo	Valor de la producción (Millones de pesos)	Aportación a la producción nacional (%)	Ranking nacional
Caña de azúcar	10,245.97	30.50	1
Maíz grano	4,913.65	14.6	9
Naranja	3,417.26	10.2	1
Limón	3,177.11	9.5	1
Piña	2,171.91	6.5	1
Café cereza	1,048.25	3.1	2
Plátano	841.49	2.5	3
Papa	749.39	2.2	5
Toronja	500.58	1.5	1
Chayote	491.79	1.5	1

Fuente: Elaboración propia con base a Veracruz estadísticas agrícolas, 2017. SEDARPA. <http://www.veracruz.gob.mx/agropecuario/estadisticas-agricolas/>.

La Subsecretaría del Medio Ambiente (2000), realizó un inventario de productos locales del municipio de Orizaba; sin embargo, su difusión fue limitada y solo cumplió con un alcance informativo gubernamental. En este trabajo de investigación se elaboraron fichas de los alimentos, con información del conocimiento local que enriquece el acervo cultural. Así mismo, con el objetivo de fomentar la valoración de los alimentos locales, se difundirá a través de folletos con el apoyo de diversas instituciones, a nivel regional, nacional e internacional, y por los visitantes.

1.4 CONCLUSIONES

Los inventarios etnobotánicos como el propuesto en esta investigación, permiten conocer e identificar recursos con un valor cultural, productivo y ecológico excepcional. Además, se fomenta la implementación de estrategias para su conservación, difusión y posible aprovechamiento como recurso turístico. El identificar los agroalimentos autóctonos como recurso turístico, es posible genere interés en conocer las prácticas sociales a nivel local, tanto aquellas vinculadas a la producción agropecuaria como en general las actividades que se desarrollan, recreando universos de significación vinculados al territorio y a la comunidad, nutriendo la relación cultura-naturaleza, lo que otorga nuevos sentidos a los productos locales (Nusbaumer, 2013), por lo que se convierten en un recurso para la revalorización productiva de la misma sociedad rural, fomentando la posibilidad de integrar al turismo rural, al agroturismo, al turismo gastronómico, entre otros, dentro de la oferta turística del pueblo mágico de Orizaba, Veracruz.

Al identificar y comprender la relación entre los agentes sociales que participan en la cadena productiva de los agroalimentos autóctonos, como Michel Foucault (1988)

menciona, es importante el replanteamiento del rol que juegan las comunidades rurales, lo que permitiría encausar la toma de decisiones colectivas y estrechar las relaciones socio-productivas entre la ruralidad y la ciudad.

1.5 LITERATURA CITADA

- CEIEG, 2016. Sistema de información municipal, Cuadernillos municipales, Orizaba, Gobierno del estado de Veracruz. <http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2016/05/Orizaba.pdf>.
- Chizmar, C. V., G. Chang V., J. G. Cerén L., S. Lobo C., L. Ricardo L., A. Quesada H., J. E. Menjivar C., T. Mejía O., I. Coronado G., I. Ruiz V., P. Raymond H., M. Correa A. Plantas comestibles de Centroamérica. Santo Domingo de Heredia, Costa Rica: Instituto Nacional de Biodiversidad, INBio, 1 edición. 360p.
- Del Amo S. y Trinidad R. 2010. Guía de frutos silvestres comestibles en Veracruz. Fondo sectorial para la investigación, el desarrollo y la innovación Tecnológica industrial. Conafor-Conacyt. México, 142 p.
- Elorza P. y Tejada, H. (2008). Muestreo. Estadística para las ciencias sociales, del comportamiento y de la salud. México. Editorial Cengage Learning, 842p.
- Foucault, M. 1988. El sujeto y el Poder. Revista Mexicana de Sociología. UNAM, México. 50(3): 3-20.
- Goulart F. y Tulla A. F. 2015. Turismo agroalimentario en áreas de cultivo de manzana en la Región Sur de Brasil. Cuadernos de Turismo. España. 35: 211-229.
- Guardiola J. y Bernal J. 2009. Factores influyentes en el caso en la adopción de cultivos no tradicionales: El caso de Guatemala. AGROALIMENTARIA. , Venezuela. 29 (15): 27-37.
- Hernández R., Collado C., Baptista P., 2010. Metodología de la investigación. Mc Graw Hill, México. Cap. I.
- Kirchhoff, P. 2000. "Mesoamérica". Dimensión Antropológica. 19:15-32.
- Lenton, D. 2010. Política indigenista argentina: una construcción inconclusa. Anuario Antropológico. 1: 57-97.
- Linares E. y Bye R. 2014. Flora que ha aportado México al mundo. Revista Arqueología Mexicana. XXII(130): 36-45 y 52-59.
- Maciel, B. 2015. Orizaba. Páginas sueltas de su historia. Registro SEP INDAUTOR No. 03-2008-070909503400-01. Archivo Municipal de Orizaba, Veracruz.

- Martin, G. J., Hoare, A.L. & Posey, D.A. 1996. The discussion focuses on how to recognize the intellectual contribution of local people. People and Plant Working Paper 2, UNESCO, París.
- McClung, E. 2013. El origen de la agricultura. *Revista arqueología mexicana*. XIX(120):36-41.
- Montúfar, A. 2013. Domesticación y cultivo de plantas alimenticias de México. *Revista arqueología mexicana*. XIX(120):42-47.
- Mulet, L. 1995. Estudios etnobotánicos en la provincia de Castellón. *Natura Medicatrix* 37(38):22-29.
- Nussbaumer, B. y Cowan R. C. 2013. Territorio e identidad en la mirada de los pobladores. Contribuciones de la foto-elucidación al abordaje de la producción étnica Huarpe en Mendoza (Argentina). *Revista Chilena de Antropología Visual* 22:115-147.
- OCDE. 2007. OECD Rural Policy Reviews MEXICO. <http://www.oecd.org/centrodemexico/medios/39076610.pdf>.
- OEIDRUS. 2016. Infografías Agricultura. Ganadería. Pesca y acuicultura. Gobierno del estado de Veracruz. <http://www.oeidrus-veracruz.gob.mx/>.
- Rivera, D.; Verde, A.; Fajardo, J.; Inocencio C.; Obón C.; Heinrich M. 2006. Guía etnobotánica de los alimentos locales recolectados en la provincia de Albacete. Instituto de estudios Albacetenses "Don Juan Manuel". Albacete, España. Serie I. Núm. 167. 470 p.
- Rojas, T. 2013. Técnicas, métodos y estrategias agrícolas. *Revista arqueología mexicana*. Vol. XIX (120):48-53.
- Rojas, T. 2013. Agricultura colonial indígena. *Revista Arqueología Mexicana*. XIX(120):62-67 (b).
- SAGARPA. 2012. Agricultura familiar con potencial productivo en México. 139 p. http://www.sagarpa.gob.mx/programas2/evaluacionesExternas/Lists/Otros%20Estudios/Attachments/42/Agricultura%20Familiar_Final.pdf.
- SAGARPA. 2016. Exóticos y deliciosos productos no tradicionales. México. <http://www.gob.mx/sagarpa/articulos/exoticos-y-deliciosos-productos-no-tradicionales>.
- Sharma, H.K., Chhangte, L., Dolui, K. 2001. Traditional medicinal plants in Mizoran, India. *Fitoterapia* 72: 146-161.
- SEDARPA. 2018. Veracruz estadísticas agrícolas 2017. <http://www.veracruz.gob.mx/agropecuario/estadisticas-agricolas/>.
- SIAP. 2017. Atlas agroalimentario 2017. Primera Edición. Servicio de información agroalimentaria y pesca. Ciudad de México, México. 236 p. <http://online.pubhtml5.com/clsi/ibhs/#p=3>.

- SIAP. 2017. Infografía Veracruz 2017. Servicio de información agroalimentaria y pesquera. Ciudad de México, México. 52 p. http://nube.siap.gob.mx/gobmx_publicaciones_siap/pag/2017/Veracruz-Infografia-Agroalimentaria-2017.
- Signorini M. 2009. Plants and traditional knowledge: An ethnobotanical investigation on Monte Ortobene (Nuoro, Sardinia). *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*. 5:6.
- Subsecretaría de Medio Ambiente. 2000. Programa de manejo. Cerro del Borrego. Área natural protegida. Primera edición. Gobierno del estado de Veracruz. 3:55-58.
- Taylor, S. y Bogdan, R. 1996. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Caps. 6 y 7. Paidós: Buenos Aires.
- Torres G. y Larroa R. M. 2012. Sistemas Agroalimentarios Localizados. Identidad territorial, construcción de capital social e instituciones. Primera Edición. Universidad Nacional Autónoma de México. 384p.
- Valle, M.S. 2000. Técnicas cualitativas de investigación social. Cap. 3: 75-100. Síntesis: España.
- Vargas, L. 2014. Recursos para la alimentación aportados por México al mundo. *Revista Arqueología Mexicana*. XXII (130): 36-45.
- Zamorano J. y Rios H. 2004. Importancia y perspectivas de los productos no tradicionales en México. *Claridades Agropecuarias*. 132: 3-19.

CAPÍTULO II. LOS AGROALIMENTOS AUTÓCTONOS COMO RECURSO TURÍSTICO

2.1 Introducción

Las regiones rurales abarcan más del 80 % del territorio mexicano y en ellas habitan 36 % de la población mexicana, es en esos entornos donde se producen los alimentos que se consumen en México. La población rural se encuentra altamente dispersa: 24 millones de personas viven en más de 196,000 localidades remotas y 13 millones adicionales viven en cerca de 3,000 localidades rurales semiurbanas (OCDE, 2007). En el 2016, México fue el tercer productor de alimentos en América Latina (Cuadro 8) y el décimo segundo en el planeta (194 países). En el país con 25 millones de personas que viven en localidades rurales, siete millones se dedican a la agricultura (SIAP, 2017). Al cierre del ejercicio fiscal 2016, la balanza comercial agropecuaria y agroindustrial reportó un superávit de 4,199 millones de dólares (mdd), el mayor de los últimos 21 años, resultado de 19,470 mdd de exportaciones y 15,270 mdd de importaciones. Es preciso destacar que, en los 23 años de iniciado el Tratado de Libre Comercio, el volumen de la producción del campo mexicano ha crecido 74 %. La producción agropecuaria y pesquera en 2016 (Cuadro 1) ascendió a 282.8 millones de toneladas, lo que representó un ingreso de 944 mil millones de pesos (SIAP, 2017).

El país cuenta con 24.6 millones de hectáreas destinadas a la agricultura, sin considerar pastizales. La infraestructura productiva mexicana está integrada con 3 mil almacenes agrícolas; 1,112 centros de sacrificio animal; 89 puntos de venta de alimentos al mayoreo; 65 puertos pesqueros; 26,727 km de vías férreas; 390,301 km de red carretera y 3,165 presas para riego agrícola, de las cuales 136 son presas exclusivas de uso agrícola (SIAP, 2017).

Cuadro 8. Producción 2017 del sector agroalimentario de México.

Sector Agropecuario	Volumen (millones de toneladas)	Valor en mmp (\$)*	Ranking mundial
Agrícola	260.3	513.9	11
Pesquero y acuícola	1.75	35.7	17
Pecuario	20.7	394.4	11

*miles de millones de pesos

Fuente: Elaboración propia con cifras del Atlas Agroalimentario, SAGARPA (2017).

De la población económicamente activa ocupada en México (51.9 millones), 5.5 millones se involucran en actividades agrícolas, 739 mil en la cría y explotación de especies ganaderas y 156 mil en pesca y acuicultura. En estas actividades el 87.3 % son hombres y el 12.7 % son mujeres (SIAP, 2017). Este sector impacta en los 11 tratados internacionales de libre comercio con 45 países que México tiene vigentes, con un mercado potencial de 1,462 millones de personas (SIAP, 2017).

El sector exportador agroalimentario aportó 28,971 millones de dólares a la economía nacional (Cuadro 9), superando las remesas familiares (26,993 millones de dólares), al turismo extranjero (19,650 millones de dólares) y a las exportaciones petroleras (18,818 millones de dólares) (SIAP, 2017). Posterior a la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, se puso en evidencia la crítica situación del campesinado mexicano, que hizo clara la pobre competitividad del sector rural (Barrera, 2006). México importa alimentos que antes producía. La tenencia de la tierra, así como la reducida superficie con la que cuenta cada campesino, forman parte de las restricciones estructurales.

Cuadro 9. Principales agroalimentos mexicanos exportados en 2016 y valor de las exportaciones mexicanas respecto al ranking mundial.

Producto	Valor (mdd)	Ranking mundial	Participación %
Cerveza	2,814	1	21.30
Aguacate	2,227	1	46.00
Jitomate	1,939	1	25.10
Berries	1,746	4	10.60
Tequila	1,203	1	31.10
Chile	1,173	1	23.30
Carne de bovino	1,132	14	2.60
Azúcar	724	6	2.90
Ganado Bovino	653	4	8.50
Confitería	644	4	6.10
Chocolate	629	11	2.40
Nuez	625	4	6.60
Pepino	513	2	21.50
Carne de porcino	445	17	1.30
Limón	425	2	12.30
Cebolla	423	3	13.50
Calabaza	409	1	34.30
Trigo	407	17	1.10
Maíz	404	9	1.50
Sandía	383	1	26.20

mdd: millones de dólares

Fuente: elaboración propia con cifras del Atlas Agroalimentario, SAGARPA (2017).

En las áreas rurales de los países en vías de desarrollo, el turismo es observado por la comunidad local, los gobiernos nacionales y los organismos internacionales como una estrategia de desarrollo económico y social para poblaciones en grado de vulnerabilidad, además de convertirse en una alternativa de articulación territorial de áreas con alta riqueza natural y cultural, en donde habitan minorías étnicas o

comunidades de campesinos, quienes históricamente, han dependido del uso de los recursos naturales (Rozo y Vélez, 2012).

2.1.1 Recursos turísticos

Los alimentos que se consumen en una comunidad son recursos, elementos de una vida agraria o pastoril y muestran la familiarización, el conocimiento y relevancia cultural del ambiente como elemento predominante de la cultura. Hongos medicinales, hongos comestibles y plantas son elementos indispensables de cada cultura, y también son un elemento predominante del paisaje creado por el hombre en los últimos siglos, así como parte de los rituales religiosos (Rivera *et al.*, 2006). Los agroalimentos autóctonos son un recurso valioso, único y excepcional de las comunidades rurales, y un atractivo que permite atraer visitantes.

Se identifica como recurso turístico al componente central que motiva al turista y excursionista a visitar un lugar. Puede contener elementos de la naturaleza, cultura, historia, investigación, gastronomía, otras (Barrera y Muñoz, 2003). Comprende al conjunto de elementos naturales, culturales y hechos sociales que, mediante una adecuada y racional actividad humana, pueden ser utilizados como causa suficiente para provocar, prolongar o reiterar el desplazamiento turístico (Rodríguez, 1982). Por recurso debe entenderse todo aquello susceptible de satisfacer diversas necesidades o deseos mediante su uso, disfrute o consumo. A través de este estudio se analizará el grado de interés que genera en el visitante el conocimiento de los agroalimentos autóctonos, así como todos los posibles elementos que lo integran como recurso generador del turismo. La variada gama de gustos, inclinaciones y preferencias del viajero, convierten en recurso o atractivo turístico hasta lo insospechado. Es probable

que la mercantilización de la tradición, sea un mecanismo positivo en la búsqueda de la autenticidad, un medio para encontrar verdaderos seres individual y colectivamente, "a través de la apropiación del pasado" (Comaroff y Comaroff, 2009). Es por ello que el proceso de poner a la disposición de un mercado estos saberes, tiene que ser evaluado e implementado de la mano de especialistas en estricto apego a la ética profesional e incluyendo los diversos enfoques profesionales que exige la implementación de proyectos de desarrollo rural.

2.1.2 Categorías de los recursos turísticos

Para Barrera y Muñoz (2003), los recursos turísticos pueden clasificarse en:

1. Atractivos naturales (flora, fauna, hidrografía, orografía, otros).
2. Patrimonio histórico y museos (tradiciones, hábitos, historia, otros).
3. Folclore y manifestaciones de la cultura tradicional (tradiciones agropecuarias, fiestas tradicionales, procesiones religiosas, otras manifestaciones).
4. Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas (empresas y técnicas sobresalientes).
5. Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas (congresos, ferias, deportes, eventos artísticos, certámenes, otros).

Los agroalimentos autóctonos en este estudio se proponen como un atractivo natural, que se han integrado a los saberes de la sociedad a lo largo de su historia. Además, forman parte primordial de las manifestaciones de la cultura tradicional, a través de la gastronomía. Se debe identificar su importancia como recurso, para aprovechar las oportunidades que dentro de la actividad turística generan.

2.1.3 Turismo rural

El turismo rural contempla actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores. La Asociación Europea de Turismo Rural, Euroter, lo define como una estrategia de valoración turística de recursos naturales, espacios agrarios, tradiciones populares, patrimonio cultural, vivienda rural, productos locales; con el objetivo de atender la demanda de ocio de la sociedad, persiguiendo un desarrollo local sustentable, dentro de una nueva solidaridad social entre centros urbanos y medio rural (Rozo y Vélez, 2012).

Entre los beneficios del turismo rural encontramos que fomenta servicios de buena calidad, diversifica las economías rurales, promueve la conformación de cadenas productivas en los lugares de origen, propicia un desarrollo equilibrado entre actividades productivas, acceso, alojamientos, infraestructura y señalización. Además de promover la capacitación de la comunidad, refuerza la capacidad de la asociación de los actores locales y privilegia las actividades contemplativas por parte de los turistas (Rozo y Vélez, 2012).

2.1.4 Agroturismo

El agroturismo es una de las modalidades del turismo en el que se suelen integrar actividades como el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural, que tienen en común su desarrollo en espacios rurales (Blanco y Riveros, 2011). La Organización Mundial del Turismo define el término como la actividad que se realiza en producciones agrarias, granjas o plantaciones, donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo, facilitando el alojamiento, la comida y la oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios a los visitantes, quienes se

incorporan a la mayor cantidad de actividades posibles. El atractivo de un predio dedicado al agroturismo crece proporcionalmente a la diversificación del mismo, aunque éstas a veces sólo tengan una finalidad demostrativa y no productiva (Barrera, 2006b).

El visitante tiene la oportunidad de interactuar y obtener conocimiento de la agricultura, de los usos, costumbres, de los productos locales, de la comida tradicional y la vida cotidiana de la población rural. En el agroturismo se realizan actividades propias de las explotaciones rurales, tales como: elaboración de conservas, cosecha, ordeña, rodeo, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales. Así también es posible combinarlas con otras recreativas: avistamientos de aves, cabalgata, caminatas por los alrededores de la finca, paseos en bote y visitas a los alrededores a pie o en carreta, entre otras. Para ampliar la experiencia que resulte de interés para un cierto nicho de mercado. El producto agroturístico aprovecha el patrimonio agropecuario y agroindustrial (Figura 4), para lo cual se ofrecen también servicios de alojamiento, alimentación y venta de productos frescos y procesados en las fincas o en las comunidades aledañas y se crea la infraestructura necesaria para su acceso (Blanco y Riveros, 2011).

Este estudio identifica a los alimentos endémicos como un recurso de las comunidades rurales único y excepcional que permite atraer visitantes. Además, el campo pasa de ser un espacio netamente productor de bienes a otro proveedor de paisaje, historia y cultura. También el agroturismo promueve la diversificación de actividades al captar un beneficio del agro, la variación de productos locales permite incrementar las oportunidades de generar nuevas experiencias con los turistas (Torres y Larroa, 2012).

Posterior a la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, se puso en evidencia la crítica situación del campesinado mexicano, que hizo clara la pobre competitividad del sector rural (Barrera, 2006). Actualmente, México importa alimentos que antes producía. La tenencia de la tierra, así como la reducida superficie con la que cuenta cada campesino, forma parte de las restricciones estructurales para producir eficientemente. México es el país de América Latina con el menor desarrollo relativo de empleos rurales no agrícolas. El sector agropecuario es el de menor capacidad de creación de empleo de la economía nacional. También ocupa uno de los primeros lugares en ingreso per cápita y de haber asignado más recursos al campo durante los últimos cincuenta años que ningún otro país del subcontinente, y tiene los menores ingresos rurales (Ruiz, 2001). El turismo rural y el agroturismo ofrecen oportunidad para fortalecer al campesinado mexicano.



Figura 4. Actividades de esparcimiento que integran al agroturismo. Fuente: elaborado con base en Barrera (2006).

El agroturismo es una actividad que representa entre 5 % y 10 % del turismo rural en países como España. Ha sido poco estudiado los cambios de hábitos de los turistas que están estimulando un crecimiento en su demanda. En América Central, México y Colombia han desarrollado productos turísticos como los tours de Café para su difusión; además se han comenzado a diseñar ofertas a partir de visitas a plantaciones de plátano, cacao, piña, uva, pimienta o nopal, donde los visitantes aprenden la historia, técnicas de cultivo y procesamiento hasta culminar con la degustación del producto (Blanco y Riveros, 2011).

2.1.5 Turismo gastronómico

Un medio para recuperar la alimentación tradicional de cada sitio lo representa el turismo gastronómico, el cual es un instrumento que ayuda al posicionamiento de los alimentos regionales, dado que en los últimos años han alcanzado mayor importancia en el mundo. Los cambios en los hábitos de consumo de la población han inducido un aumento en el interés hacia productos de mayor calidad, diferenciados y adaptados a las nuevas necesidades de los diferentes grupos y segmentos del mercado. La promoción del patrimonio gastronómico y culinario, no solo incluye el consumo local, sino la adquisición de productos alimenticios regionales, lo que posibilita el aumento de la rentabilidad de los productos autóctonos, posicionándose en el mercado del producto alimentario (Millán y Agudo, 2010).

La mayoría de productores involucrados en el turismo rural ofrecen su propia producción a los turistas, añadiendo mayor valor agregado. De esta forma se observa la vinculación estrecha entre el sector alimentario y el turismo. Uno de los factores a considerar por los turistas es la alimentación, ya que representa uno de los mayores gastos y aspecto de decisión para su viaje en función de lo que ofrecen las regiones.

Por ejemplo, en Europa son de gran atractivo las rutas alimentarias: Ruta de la Cava, Ruta de los Quesos, Ruta de la Carpa Frita, entre otras (Barrera, 2006b). En economías en vías en desarrollo, la alienación del conocimiento vernáculo se ha convertido en un medio de autoconstrucción y una fuente de ingresos. La supervivencia cultural está cediendo, en muchos lugares, a la supervivencia a través de la cultura (Comaroff y Comaroff, 2009). El reto es evitar efectos adversos en las maneras de insertar los sabores culturales a los procesos de mercado, de ahí el cuidado y la protección que deben de asumir la sociedad y el Estado para su resguardo y protección sin interponer los intereses del libre mercado.

2.1.6 Gastronomía mexicana como recurso turístico

La Unesco reconoce la riqueza cultural de la gastronomía mexicana y su aportación al mundo, en su Declaratoria de Patrimonio Inmaterial (5.COM) en noviembre 2011 (UNESCO, 2010). La elaboración del documento que sustentó la candidatura estuvo a cargo del Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana y fue presentado por el Gobierno Mexicano, de acuerdo a las disposiciones de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. La declaratoria reconoce a la cocina tradicional mexicana como modelo cultural integral que comprende practicas productivas y culturales ancestrales (UNESCO,2010).

El arte culinario mexicano es muy elaborado y está cargado de símbolos. Resultado de la participación de la colectividad en toda la cadena alimentaria tradicional, lo que permite apreciar el conjunto de actividades, que van desde la siembra, la cosecha, hasta la misma preparación y degustación de platillos excepcionales. A los productos

básicos de la cocina mexicana se le añaden ingredientes autóctonos como tomates de variedades diversas, calabazas, aguacates, cacao y vainilla.

En todo México se pueden encontrar agrupaciones de cocineras tradicionales y de otras personas practicantes de las tradiciones culinarias que se dedican a la mejora de los cultivos y de la cocina tradicional. Sus conocimientos y técnicas son una expresión de la identidad comunitaria y permiten fortalecer los vínculos sociales y consolidar el sentimiento de identidad a nivel nacional, regional y local. Cabe resaltar que los agroalimentos autóctonos son un elemento único que diferencia la cocina mexicana en el mundo, procurar su salvaguarda es una tarea impostergable para la sociedad.

La UNESCO con esta declaratoria exige que el gobierno mexicano se comprometa en adoptar las medidas necesarias para garantizar la salvaguardia del Patrimonio Cultural concernido mediante un plan de acción que incluya medidas de rescate, salvaguardia y promoción. La sociedad civil debe tener un rol fundamental para la aplicación de la Convención ya quien es a quien le corresponde colaborar en la sensibilización de la necesidad de la preservación del bien patrimonial y en el fortalecimiento de las capacidades de los portadores de los saberes y las tradiciones (CCGM, 2017).

2.2 Materiales y métodos

Para estimar la valoración turística que genera la importancia, interés y atracción sobre el conocimiento de los agroalimentos autóctonos, se realizó un estudio exploratorio para identificar el perfil del posible interesado en este nicho de mercado. El estudio exploratorio tiene el objetivo de examinar un problema de investigación

poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio (Hernández *et al.*, 2010).

El desarrollo de la metodología fue de febrero a junio de 2018 (Figura 5). La encuesta se aplicó directamente en dos sitios de relevancia turística en Orizaba, y se diseñó en Google Docs para distribuir en redes sociales. Una vez obtenida la información los datos fueron capturados y procesados en una hoja de cálculo (Excell Office para Windows).

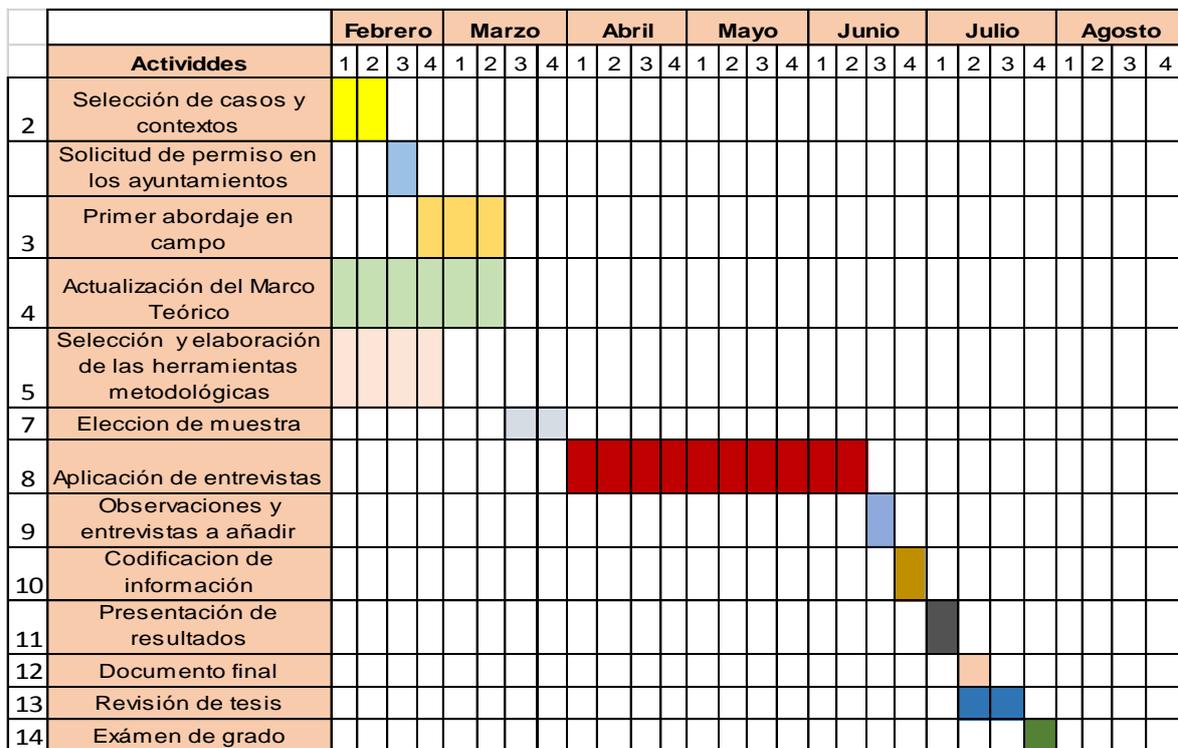


Figura 5. Cronograma de actividades para conocer el interés del turista en los agroalimentos autóctonos del lugar que visita. Fuente: Elaboración propia.

2.2.1 Determinación del interés del turista en los agroalimentos locales

El instrumento más utilizado para recolectar datos en fenómenos sociales, es el cuestionario. En esta investigación se utilizó la encuesta. Un cuestionario es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Chasteauneuf, 2009, citado por Hernández *et al.*, 2010; Brace, 2013).

Se inició con la selección de los casos y contextos para la aplicación de la encuesta; enseguida se realizó un pilotaje en uno de los sitios de estudio durante el mes de febrero, previa solicitud de autorización de las autoridades del municipio de Orizaba para la aplicación del instrumento de evaluación. Los sitios para la aplicación directa fueron el teleférico y las instalaciones de Mier y Pesado.

2.2.2 Estructura de la encuesta

El cuestionario estuvo integrado por preguntas estructuradas y abiertas, con el objetivo de medir las actitudes de los encuestados hacia los agroalimentos autóctonos. Se diseñó en tres secciones: conocimiento, importancia y atracción de las personas hacia los agroalimentos autóctonos. En cada sección se incorporó una escala para medir las actitudes. Una actitud es una predisposición aprendida para responder coherentemente de una manera favorable o desfavorable ante un objeto, ser vivo, actividad, concepto, persona o símbolo; así, los seres humanos tenemos actitudes hacia muy diversos objetos, símbolos, otros aspectos (Murillo, 2006).

Para estimar la valoración de las personas sobre el recurso se utilizó el método de completar las frases Hodge y Gillespie (2003), el cual es una derivación del

escalamiento Likert, en la cual se incluyen frases incompletas respecto al objeto de actitud y a éstas se les agrega un continuo que sirve como base para las respuestas claves. Los autores sostienen que las personas usan un número para guiarse en sus respuestas, y la frase introductoria los orienta para su respuesta; además de sugerirles responder con el número que mejor refleje su respuesta. Plantearon un continuo con 11 puntos o categorías (0 a 10) y que se “ancla” en cada extremo con terminaciones respecto a la frase a la que hacen referencia, las cuales representan la ausencia del constructo (cero) y la máxima “cantidad” o “presencia” de éste (10). El constructo se mide por ítems que enfatizan la fuerza del atributo. Los números trabajan en concordancia con las frases para implicar el grado de presencia de éste (Anexo III).

En este caso se utilizó una muestra no probabilística, pues se trata de un estudio exploratorio y un enfoque fundamentalmente mixto; es decir, no resulta concluyente, sino que su finalidad es documentar ciertas experiencias. Debido a que existían ciertas limitaciones, como la confiabilidad para la obtención de datos sobre la afluencia turística del municipio de Orizaba. Las muestras no probabilísticas se realizan mediante un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización. Los sujetos en una muestra no probabilística generalmente se elegirán en función de su accesibilidad o a criterio personal e intencional del investigador (Hernández *et al.*, 2010).

El criterio para la elección de los encuestados fue ser mayor de 16 años, encontrarse en el sitio de estudio y la disposición en participar. Fueron encuestadas 209 personas. En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la

probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador.

2.3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La figura 6 muestra, la participación por género en la encuesta para determinar la atracción de los turistas hacia los alimentos autóctonos del lugar que visitan. Estuvo integrada por 119 mujeres (57% de la muestra) y por 90 hombres (43%).

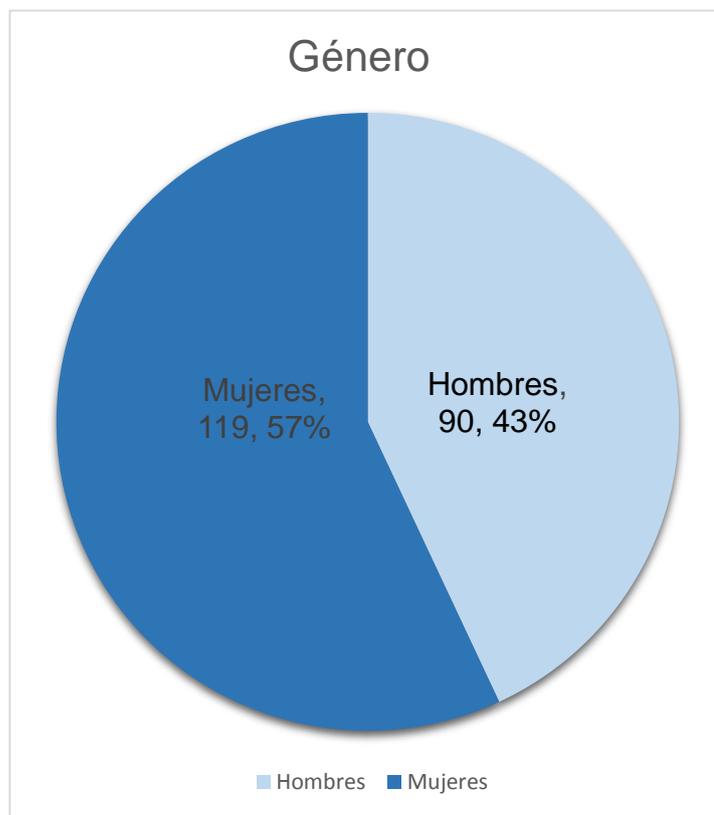


Figura 6. Género de los interesados en los agroalimentos autóctonos.

Fuente: Elaboración propia.

Los rangos de edades con mayor participación (Figura 7) fueron de 26 a 35 años con el 34 %, de 16 a 25 años con el 23 % y de 36 a 45 años con el 22 %. Así, podríamos inferir que el 79 % de los participantes estuvieron en el rango de 16 a 45 años.

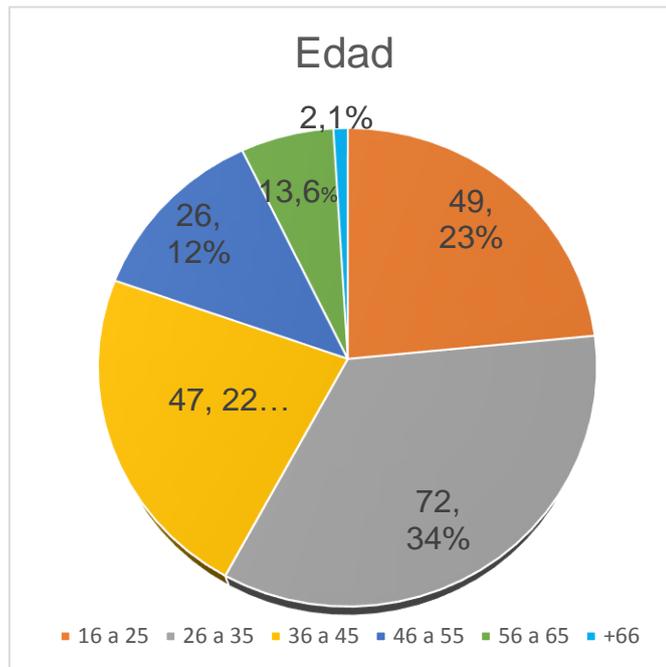


Figura 7. Edad de los visitantes de Orizaba, Veracruz, interesados en los agroalimentos autóctonos. Fuente: Elaboración propia.

Respecto al lugar de residencia (Figura 8), el 49 % de los participantes viven en el estado de Veracruz, seguido de Puebla (8 %), Estado de México (5 %) y Ciudad de México (5 %), el 29 % proviene de otros Estados del país y un 4 % reside en otros países.

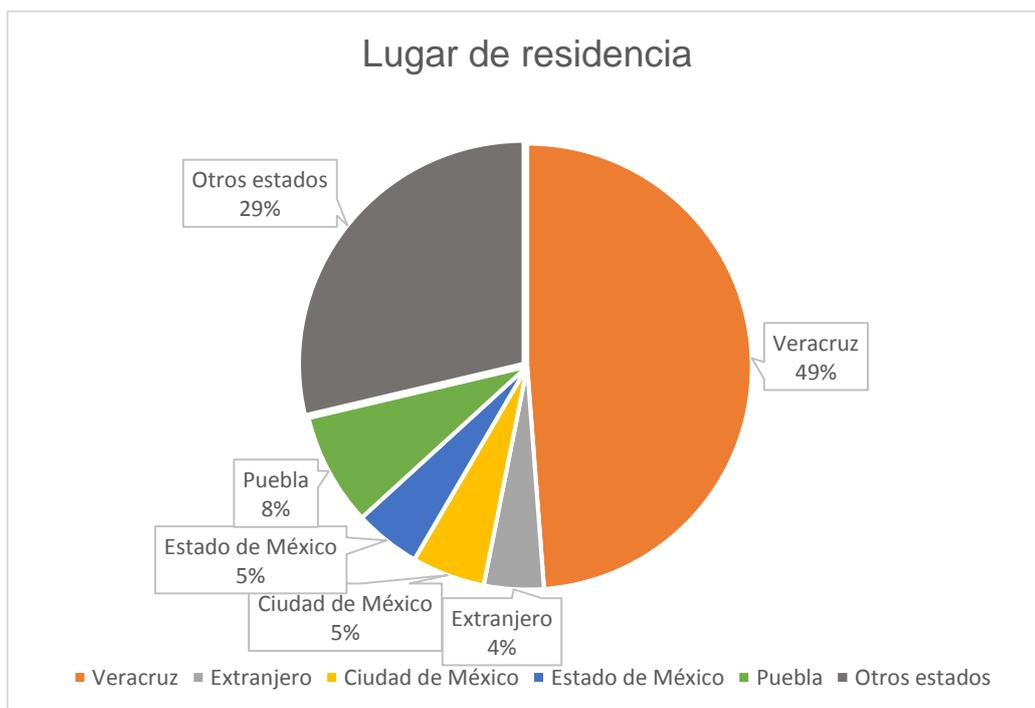


Figura 8. Lugar de residencia de los visitantes de Orizaba, Ver., interesados en los agroalimentos autóctonos. Fuente: Elaboración propia.

En la figura 9 se detalla por grado de escolaridad de los participantes de la muestra, observándose que con carrera profesional participó el 43 % (siendo los que mayor interés mostraron en participar), seguidos por los de posgrado (maestría) con el 28 % y continuando con instrucción preparatoria (12 %).

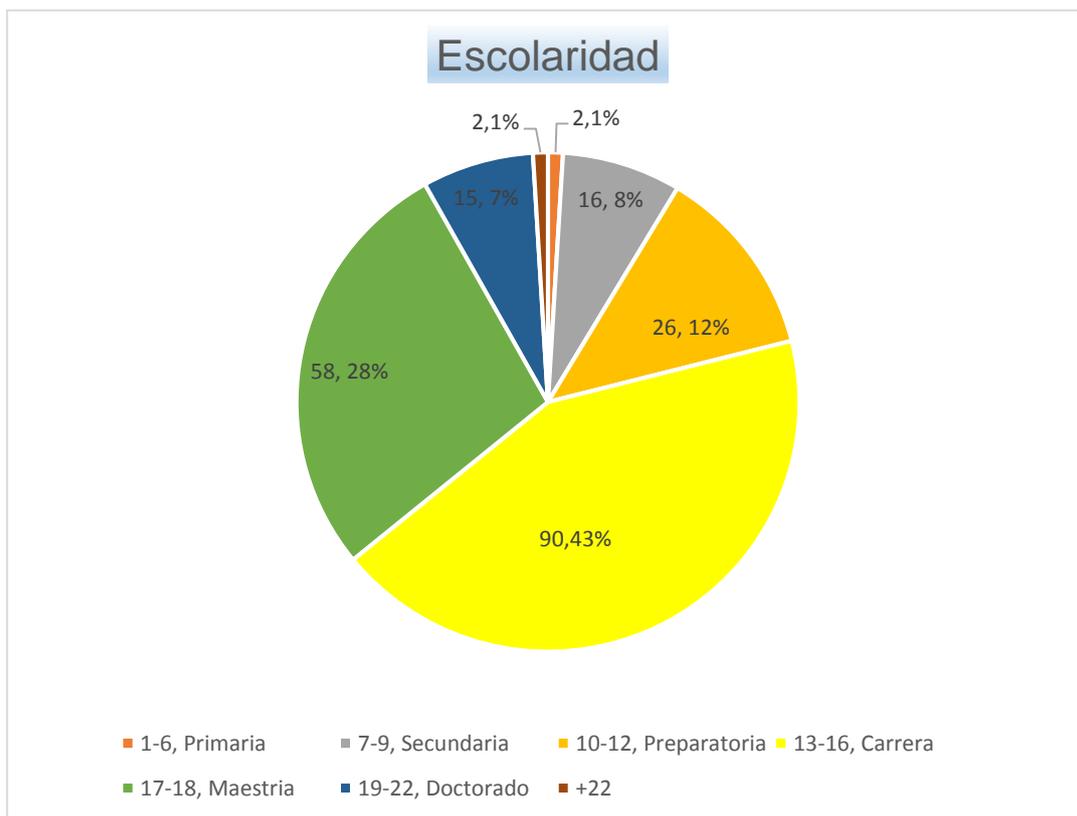


Figura 9. Escolaridad de los interesados en lo agroalimentos autóctonos. Fuente: Elaboración propia

En la categoría de “conocimiento”, respecto a la pregunta ¿Sabía que es un agroalimento autóctono? Las respuestas fueron: el 48 % Sí los conocen y 52 % dijeron que No. De las 101 personas que indicaron conocerlos, 94 hicieron mención de al menos uno y 7 personas lo relacionan con los productos agrícolas locales y los platillos típicos.

La categoría referente al “Interés”, en la pregunta ¿Es importante para usted conocer los agroalimentos autóctonos del lugar que visita? De 209 personas, el 78 % (164 con respuestas: 82 de calificación 10, 49 con 9, y 33 con 8) identifican con los valores más significativos la pregunta, lo que sugiere que a los encuestados les resultaría relevante conocer estos recursos en sus viajes (Figura 10).

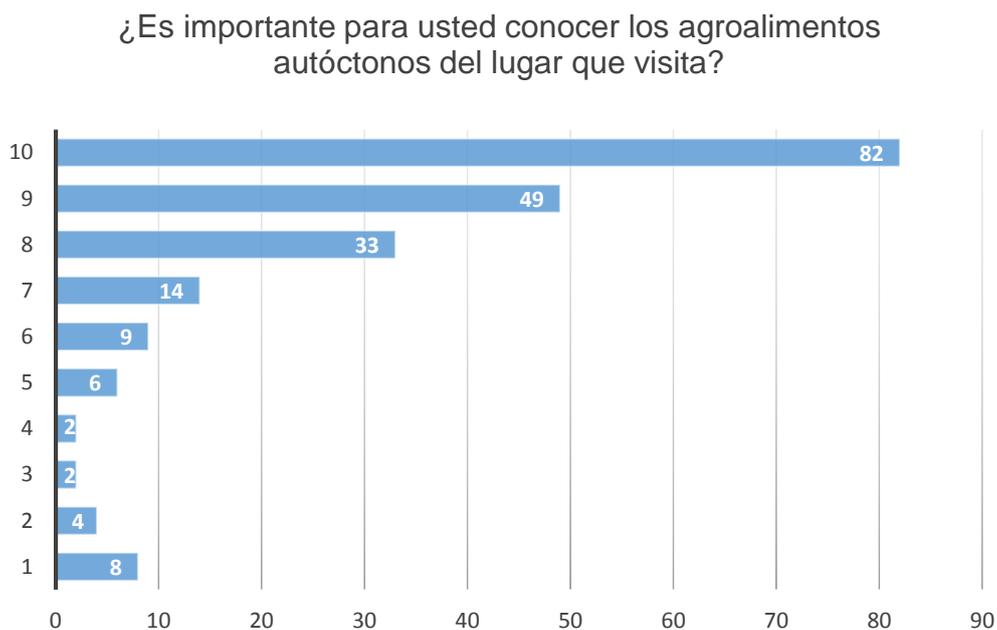


Figura 10. Interés de los turistas en conocer los agroalimentos autóctonos del lugar que visitan. Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la consulta, ¿Le resulta relevante conocer el proceso de producción de los agroalimentos autóctonos del lugar que visita? el 78 % (164 personas) de los encuestados respondieron con las más altas evaluaciones (70 con 10, 56 con 9 y 38 con 8). Esto permitiría considerar al agroturismo dentro de la posible oferta turística a los visitantes.

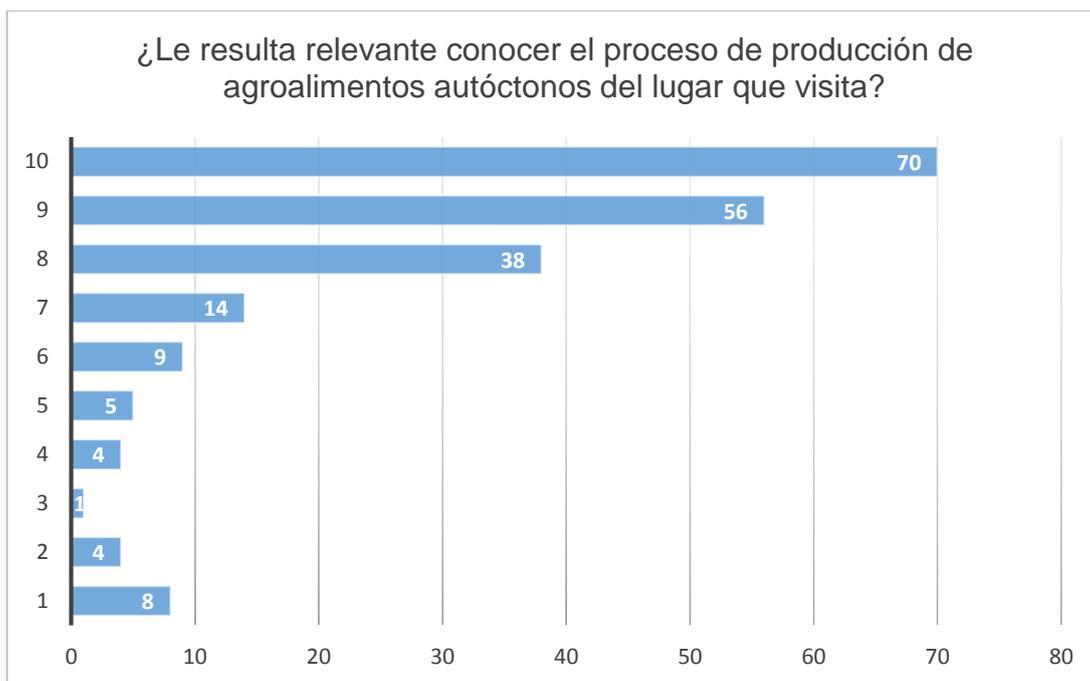


Figura 11. Relevancia en los turistas de conocer el proceso de producción de los agroalimentos autóctonos del lugar que visitan. Fuente: Elaboración propia.

En la categoría “atracción”, respecto a la pregunta ¿Cuál sería el motivo para consumir los agroalimentos autóctonos en sus viajes? Los encuestados respondieron con los siguientes 3 motivos principales:

El motivo de Conocer, con 136 respuestas.

El Sabor de los alimentos locales con 74 menciones.

Y finalmente por Salud, con 85 menciones.

Las respuestas a la pregunta ¿Le resulta atractivo consumir alimentos y bebidas nuevas? 97 de las personas respondieron con 10, 48 con 9 y 31 con ocho; es decir, el 84% (176 participantes con respuestas mayores a 8) muestran el interés por conocer productos alimenticios nuevos, lo que afirma la posibilidad de generar una oferta gastronómica variada incluyendo alimentos que pocas veces se integran a la oferta local.

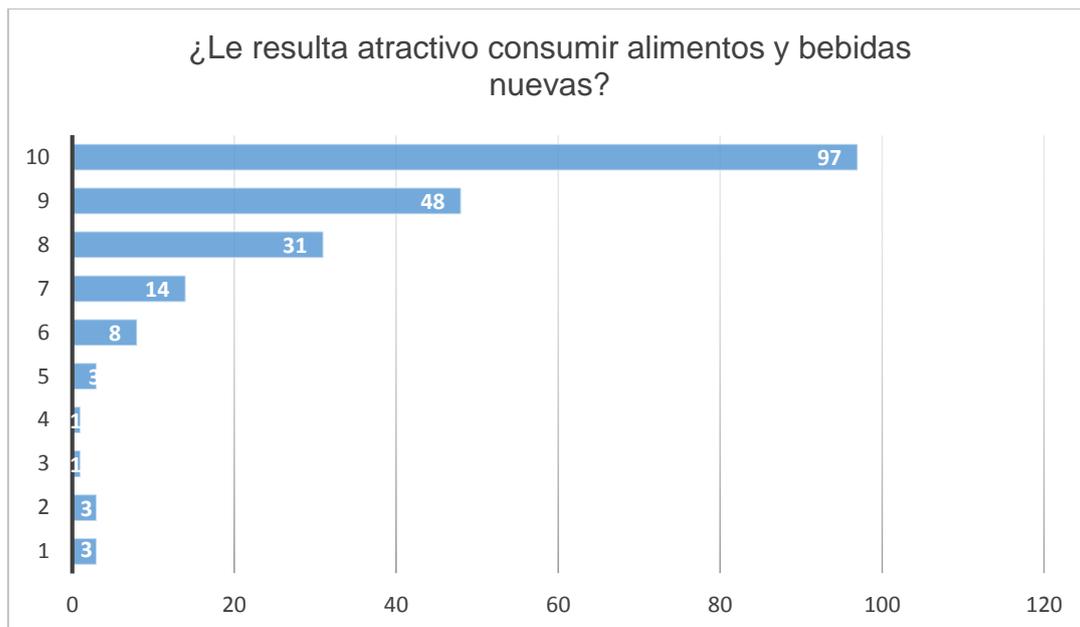


Figura 12. Atractivo de consumir alimentos y bebidas nuevas. Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la pregunta ¿Qué tan importante es para usted consumir los agroalimentos autóctonos del lugar que visita? 176 de los participantes (84 %) respondieron con una valoración mayor a ocho, de los cuales 85 respondieron con 10, 51 con 9 y 40 con 8. Esto muestra la relevancia de integrar este recurso gastronómico a la oferta turística.

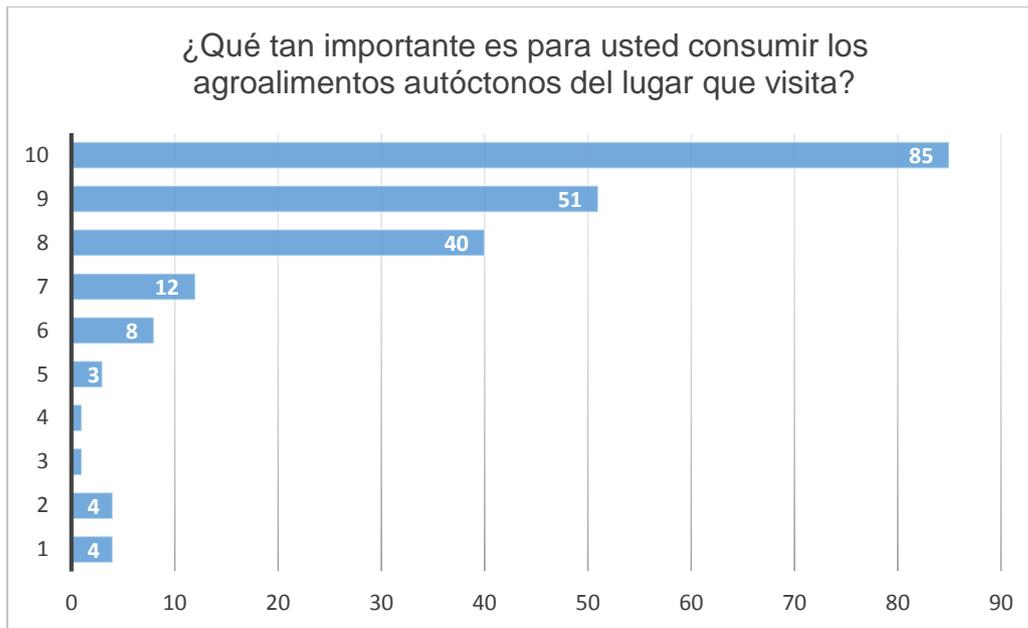


Figura 13. Importancia de consumir agroalimentos autóctonos del lugar que visita.
Fuente: Elaboración propia.

Para validar la pregunta anterior respecto a ¿Qué tan importante es para usted consumir los agroalimentos autóctonos del lugar que visita? Las respuestas se presentan en la siguiente figura 14.

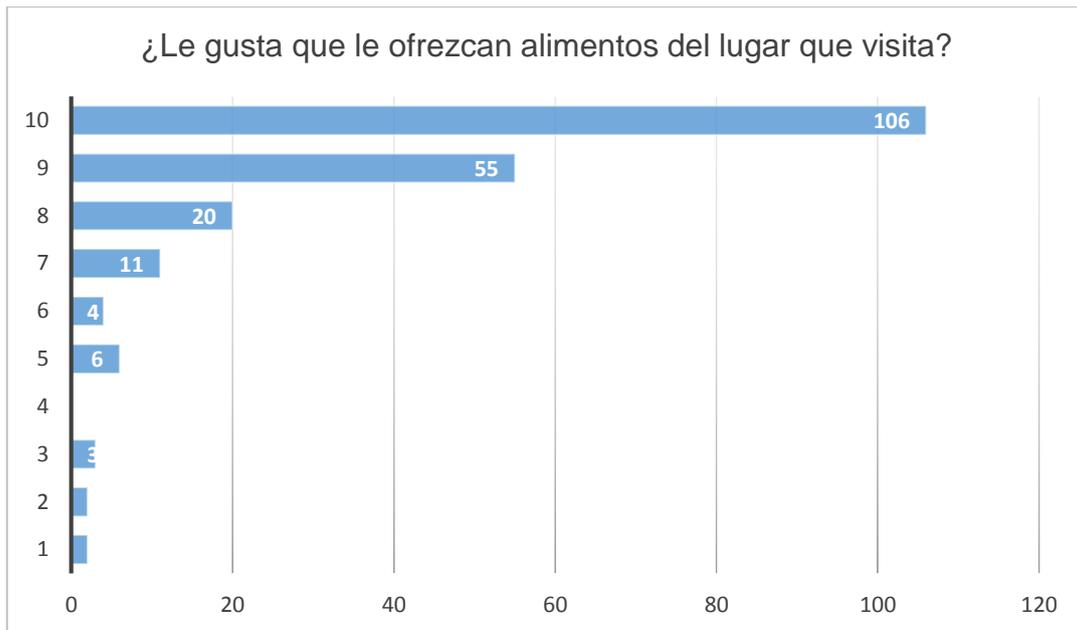


Figura 14. Gusto por el ofrecimiento de alimentos locales del lugar que visita.
Fuente: Elaboración propia.

El 87 % de los encuestados (181 personas), indicaron con puntuaciones mayores a 8, la atracción que les genera el ofrecimiento de alimentos locales del lugar visitado. Esto reitera la posibilidad de incrementar la oferta gastronómica resultado del conocimiento de los alimentos endémicos del sitio de estudio.

Sobre la pregunta ¿Visitaría un lugar con la intención de conocer y consumir sus agroalimentos autóctonos? La figura 15 presenta estos resultados, el 83 % de los participantes (173 personas, de las cuales 88 asignaron un 10 al grado de atracción, 44 personas un 9 y 41 un 8). Estos resultados fortalecen la posibilidad de desarrollar estrategias comerciales para el ofrecimiento de alimentos nativos como elemento diferencial para el desarrollo del turismo local.

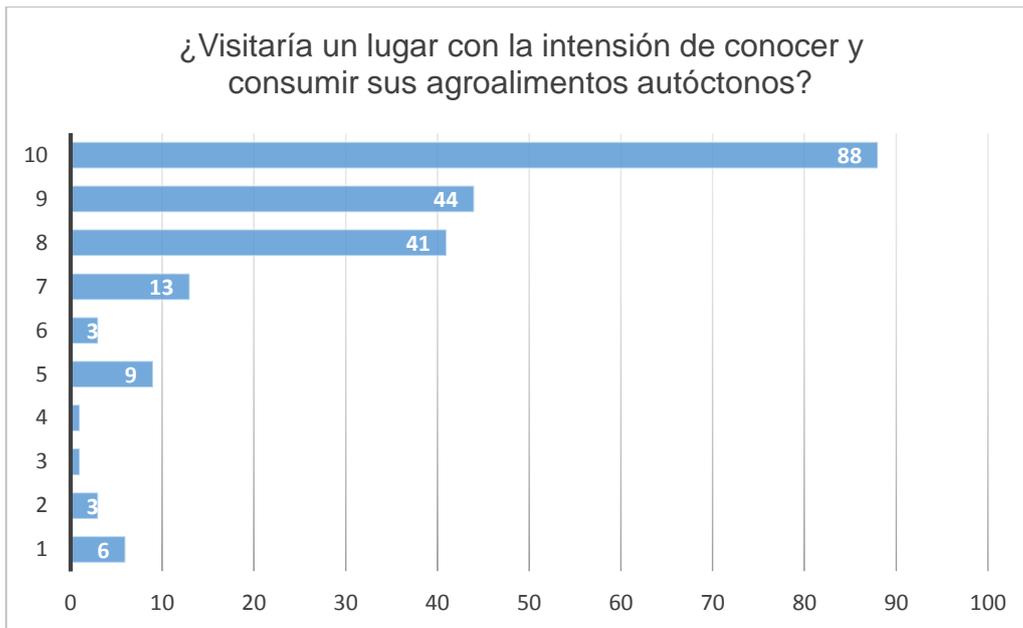


Figura 15. Interés por visitar un lugar con la intención de conocer y consumir sus agroalimentos autóctonos. Fuente: Elaboración propia.

Con el objetivo de identificar el grado de atracción sobre el proceso de producción de los alimentos endémicos del sitio de estudio, se diseñó la siguiente pregunta (Figura 16).

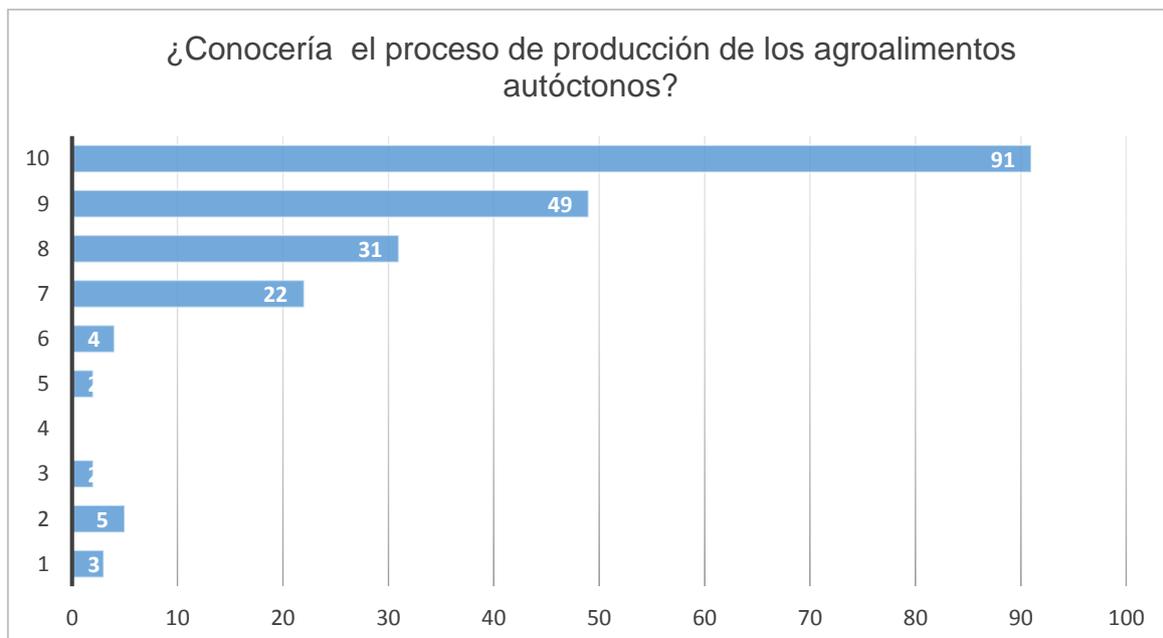


Figura 16. Interés por conocer el proceso de producción de los agroalimentos autóctonos. Fuente: Elaboración propia.

Los resultados indicaron que el 82 % de los participantes (171 personas asignaron valores mayores a 8), están interesados en conocer los procesos de producción de los alimentos locales. Además, 22 personas emitieron una calificación de 7, que si es considerado, suman 193 de una muestra de 209. Esta información refleja el potencial atractivo del agroturismo como parte del producto turístico en torno del patrimonio gastronómico y cultural que genera el conocimiento de los alimentos endémicos del sitio de estudio.

2.4 CONCLUSIONES

En este estudio se identifica la oportunidad de insertar una oferta turística en torno a un recurso potencial como es el caso de los agroalimentos autóctonos. El turismo al valorizar el recurso cultural y natural que poseen las comunidades rurales en México, es posible empoderar a todos los actores sociales en el proceso de valorización de dichos recursos. Para lograr el empoderamiento en el uso de sus recursos por la sociedad rural Mexicana, es necesario como especialistas en turismo, comprender su propia etnogénesis (entendida como el proceso histórico de la configuración de colectividades étnicas), así como el proceso en el que las culturas del presente luchan entonces por constituirse como colectividades, como sujetos colectivos, para poder articularse o confrontarse con un “estado” en mejores condiciones políticas, ya que la magnitud numérica y las demandas compartidas incrementan sus posibilidades de éxito (Foucault, 1988) y así generar un proceso unificado de desarrollo colectivo. Se deben abordar diálogos con las comunidades sobre el uso los recursos genéticos como fruto de una construcción y transformación social que pertenecen a los pueblos como patrimonio cultural, resultado de ello se identificaría si las comunidades pueden decidir por vender dichos recursos como una mercancía (Ulloa, 2012).

Principalmente en áreas rurales de los países en vías de desarrollo, el turismo es observado por la comunidad local, los gobiernos nacionales y los organismos internacionales como una estrategia de desarrollo económico y social para poblaciones en grado de vulnerabilidad, además de convertirse en una estrategia de articulación territorial de áreas con alta riqueza natural y cultural, en donde habitan minorías étnicas o comunidades de campesinos, quienes históricamente, han dependido del uso de los recursos naturales (Rozo y Vélez, 2012).

Los alimentos pueden concebirse como recursos turísticos y no sólo como facilitadores de la experiencia turística, debido a su carácter histórico y cultural. El turismo valoriza los alimentos y el trabajo de los actores de la cadena gastronómica. Las Rutas Alimentarias son estrategias de negocios asociativos y sustentables que requieren que el Gobierno cree las condiciones propicias para que el sector privado sea exitoso (Barrera y Bringas, 2008).

La magnitud de las tareas y los resultados esperados ameritan la puesta en marcha de programas nacionales que integren a las áreas gubernamentales con competencia agropecuaria, turística y cultural, dejando de lado las frecuentes competencias por los límites jurisdiccionales que afectan negativamente a la población rural necesitada.

Para la construcción de las rutas alimentarias se requiere la acción de gobiernos mediante la creación de políticas que favorezcan el turismo de los alimentos, las cuales deben procurar la sensibilización de la población local en torno al valor de los alimentos identitarios, la promoción más activa entre los clúster de alimentos y bebidas con el de turismo, el desarrollo de productos turísticos memorables, la formulación de un sistema de calidad para la oferta garantizando la inocuidad de los

alimentos, el desarrollo de marcas de calidad referenciadas en origen y medidas de protección para los alimentos con identidad, la creación de medidas que favorezcan la capacitación. En la gestión de una ruta alimentaria se debe crear y desarrollar asociaciones de la ruta, diseñar y poner en marcha un plan estratégico con un plan de inversiones, investigar y desarrollar un inventario de los recursos (Barrera y Bringas, 2008). Identificar información respecto al conocimiento (cultivo, hábitos de consumo, diversos saberes) de los agroalimentos locales permitirá identificar los medios adecuadas para su difusión.

Las nuevas tendencias de mercado se han orientado hacia las cadenas de comercio justo y solidario, donde la reivindicación de los pequeños productores ha ido aumentando. En este sentido, este subsector representa un alto potencial para integrarse a cadenas productivas que se encuentren vinculadas a estos mercados. La importancia de integrarse en cadenas productivas radica en que permiten mejorar la eficiencia de todos los eslabones de la cadena, además de poder enfrentar los problemas de información, financiamiento e innovación tecnológica entre los agentes productivos y las instituciones públicas y privadas locales que trabajan alrededor de una cadena determinada. Sin embargo, para ello, resulta fundamental desarrollar capacidades organizacionales en los productores de agricultura familiar (SAGARPA, 2012).

2.5 LITERATURA CITADA

- Barrerra, E. y Bringas O. 2008. Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura basada en la identidad de los alimentos. *Gastronomic Sciences*. 3(706): 1-11.
- Barrera, E. 2006. Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola. CINTERFOR-OIT. Montevideo, Uruguay. 172 p. https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/barrera.pdf.
- Barrera, E. 2006. Turismo rural en Argentina y el Potencial de México. Colección para Emprender. Instituto Nacional de Turismo Rural. México, D.F. 2: 9-33. https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/turismo_rural_en_argentina_y_el_potencial_de_mexico_2006.pdf.
- Barrera, E. y Muñoz R. 2003. Manual de Turismo para micros, pequeños y medianos empresarios rurales. PROMER. 100 p. https://www.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/promer_manual_de_turismo_rural_2003.pdf.
- Blanco M. y Riveros H. 2011. El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Estudios agrarios*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. San José. Costa Rica. 49 (19) 117-125.
- CCGM. 2017. Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana. <http://www.ccgmx/ccgm/quienes-somos/>.
- Comaroff, J., Comaroff, J. 2009. *Ethnicity, Inc.* The University of Chicago Press, Chicago.
- Díaz, B. 2015. El diseño de productos y servicios turísticos. Los recursos turísticos. Editorial Síntesis. Madrid. España. 15 p.
- Foucault, M. 1988. El sujeto y el Poder. *Revista Mexicana de Sociología*. UNAM, México. (50)3: 3-20.
- Hernández R., Fernández C., Baptista P. 2010. *Metodología de la investigación*. Quinta edición. Mc Graw Hill. México. 656 p.
- Hodge, D.R. and Gillespie, D.F. (2003) Phrase Completions: An Alternative to Likert Scales. *Social Work Research*, 27:45-55.
- Millán, Ma. G. y Agudo E. M. 2010. El turismo gastronómico y las denominaciones de origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso. PASOS, Revista de turismo y patrimonio cultural, España. Pasos. 8(1): 91-112.
- Murillo, F. J. (2006), *Cuestionarios y escalas de actitudes*, Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. 16 p.
- Lenton, D. 2010. Política indigenista argentina: una construcción inconclusa. *Anuário Antropológico* 1: 57-97.

- OCDE. 2007. OECD Rural Policy Reviews MEXICO.
<http://www.oecd.org/centrodemexico/medios/39076610.pdf>.
- Rivera, D.; Verde, A.; Fajardo, J.; Inocencio C.; Obón C.; Heinrich M. (2006) Guía etnobotánica de los alimentos locales recolectados en la provincia de Albacete. Instituto de estudios Albacetenses "Don Juan Manuel". Albacete, España. Serie I. Núm. 167. 470 p.
- Rodríguez M. 1982. Teoría General del Turismo. South Western Publishing Co. Ohio, E.U.A. 83 p.
- Rozo, E. y Vélez M. 2012. Turismo Rural: Experiencias y desafíos en Iberoamérica. El turismo rural: Estrategia para la reducción de la pobreza de las familias campesinas de la provincia del Alto Ricaurte, Boyacá, Colombia. Colegio de Postgraduados. 39-64.
- Ruiz, A. 2001. El campo en el crecimiento nacional: apoyo y desarrollo. SAGARPA. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.1-21.
<http://www.sagarpa.gob.mx/desarrolloRural/Publicaciones/Lists/Documentos%20de%20inters/Attachments/20/itesm.pdf>.
- SIAP. 2017. Atlas agroalimentario 2017. Primera Edición. Servicio de información agroalimentaria y pesquera. Ciudad de México, México. 236 p.
- Torres G. y Larroa R. M. 2012. SISTEMAS AGROALIMENTARIOS LOCALIZADOS. Identidad territorial, construcción de capital social e instituciones. Primera Edición. Universidad Nacional Autónoma de México. 384p.
- UNESCO. 2010. Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage. Paris, Francia. 58 p. <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/ITH-10-5.COM-CONF.202-6-EN.pdf>.
- Ulloa, A. 2012. Los territorios indígenas en Colombia: de escenarios de apropiación transnacional a territorialidades alternativas. Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales XVI (418): 65.

CAPÍTULO III. ESTRATEGIA PRODUCTIVA PARA LA VALORACIÓN COMERCIAL DE LOS AGROALIMENTOS AUTÓCTONOS

3.1 Introducción

La riqueza del acervo gastronómico de México, es un legado único en el mundo, reconocido como patrimonio inmaterial de la humanidad (UNESCO, 2010); lo que identifica la oportunidad para el diseño de estrategias públicas para el fomento de la producción de agroalimentos y la gastronomía local. Los agroalimentos autóctonos representan recursos genéticos de importancia para afrontar los retos de seguridad alimentaria nacional y su resguardo resulta primordial para el país (Del Amo y Trinidad, 2010). Resultado de la oferta y demanda del mercado internacional, el sector agropecuario mexicano en específico el segmento comercial de hortalizas, frutales y flores, se han vinculado con las relativas ventajas y apoyos gubernamentales; mientras que el resto, especialmente el de los cultivos básicos y en general los vinculados a la autosuficiencia y soberanía alimentaria han sido abandonados a su suerte ante las importaciones masivas (Trench y Cruz, 2008).

Las denominaciones de origen y las rutas alimentarias representan instrumentos de desarrollo y promoción de regiones y países. Ambas contribuyen a aumentar la producción y la creación de empleo, permite desarrollar estrategias de diferenciación que se traducen en precios más elevados y contribuye a mantener la producción de los agroalimentos. La denominación de origen constituye un instrumento colectivo del que pueden servirse los productores para promover los productos de su región y preservar la calidad de los mismos, así como la reputación que hayan ido adquiriendo a lo largo del tiempo (OMPI, 2016). Para la utilización de una denominación de origen,

los productores deben reunir una serie de requisitos, relacionados, entre otras cosas, con la zona geográfica de producción, las características específicas del producto, los métodos de producción, entre otros. La Organización Mundial para la Protección Industrial, indica que contar con un sistema eficaz de protección de denominaciones de origen otorga beneficios a los productores, debido a que la denominación los ayuda a obtener precios diferenciados por sus productos. Respecto a los consumidores, la denominación de origen proporciona una garantía respecto a la calidad del producto y los métodos de producción. La denominación permite mejorar la distribución del valor añadido en toda la cadena de producción, desde el productor de la materia prima al fabricante (OMPI, 2016). Para el director General de Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), denominación de origen “es una expresión de autenticidad ligada a la tradición de los pueblos, que aprovechan las condiciones geográficas y los recursos naturales para generar un producto único” (IMPI, 2016).

La autorización para el uso de una denominación de origen debe ser solicitada al Instituto y se otorgará a toda persona física o moral que directamente se dedique a la extracción, producción o elaboración de los productos protegidos por la denominación. Las actividades antes mencionadas deben realizarse en el territorio determinado en la declaración y cumplir con las normas oficiales establecidas por la Secretaría de Economía de acuerdo con las leyes aplicables al producto de que se trate (IMPI, 2016).

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es la única autoridad administrativa en el país, competente para emitir las declaratorias de protección de denominación de origen y autorizar su uso. Entre las facultades más importantes del Instituto es impulsar, fortalecer y hacer reconocer la protección que otorga la denominación de

origen. Para promover el empleo del sistema de protección de denominación de origen y el consumo de productos originales, el IMPI participa en foros, negociaciones, seminarios y realiza convenios de colaboración con consejos reguladores e instituciones. Con esto se pretende mantener la denominación de origen como sinónimo del arraigo a una zona del país, así como la tradición y el sentimiento de pertenencia a una cultura capaz de generar productos de calidad, ligados a la historia, que pueden ser apreciados por personas de diversos lugares (IMPI, 2016). La autorización para usar una denominación de origen dura diez años, contados a partir de la fecha de la presentación de la solicitud, y puede renovarse por periodos iguales. El usuario de la denominación se obliga a utilizarla como aparece en la declaratoria, de lo contrario le será cancelada.

La primera denominación de origen mexicana fue el Tequila en 1974. Actualmente contamos con catorce denominaciones de origen protegidas por la Ley de la Propiedad Industrial, muchas de ellas, también reconocidas en diferentes instrumentos internacionales de los que México es parte (IMPI, 2016): ámbar de Chiapas, arroz del estado de Morelos, café de Chiapas, café de Veracruz, charanda de Michoacán, chile Habanero de la Península de Yucatán, mango ataúlfo del Soconusco de Chiapas, mezcal, sotol de Chihuahua, talavera de Puebla, tequila, vainilla de Papantla, las piezas trabajadas en madera de Olinalá y Bacanora.

Bajo el contexto de las denominaciones de origen y las rutas alimentarias, en este capítulo se analizará la experiencia del Laboratorio de Sabores Argentino, iniciativa público privada creada con la finalidad de agregar valor a la producción local de agroalimentos. Este proyecto en una primera etapa de impulso durante 2015 y 2016 en el Centro de Apoyo a la Producción de Esquel y la Comarca (CAPEC); en la

provincia de Chubut, Argentina. Actualmente continúa en ejecución alcanzado ya los 138 productos registrados con habilitación nacional. Esta iniciativa pretende cubrir el déficit de competitividad originado por la producción informal de pequeña escala, y mejorar la orientación al mercado y comercialización a partir de un proceso de diferenciación y desarrollo de sabores identitarios. Implementando buenas prácticas de manufactura y elaborando en condiciones sanitarias que garantizan la inocuidad y la calidad de los alimentos, los productores logran obtener el Registro Nacional de Producto Alimenticio (RNPA), condición necesaria para comercializar sin restricciones tanto en ferias, canales específicos de la economía local, regional, nacional e inclusive internacional (Schiavone, 2010).

El desarrollo de modelos de innovación para el agregado de valor en los agroalimentos autóctonos encamina acciones público-privadas para la activación de la economía local y así fortalecer al turismo gastronómico, el agroturismo y el turismo rural. Estas son oportunidades escasamente aprovechadas en México y que pueden fortalecer las economías locales y generar mejoras en la calidad de vida de las familias rurales.

3.1.1 Antecedentes del “Laboratorio de Sabores”

El Laboratorio de Sabores y Desarrollo de Productos Comerciales Gourmet con Identidad Patagónica, fue una iniciativa financiada por un programa público del Ministerio de Agroindustria Argentino a través del proyecto de asistencia integral para el valor agregado en alimentos (PROCAL) a cargo de la Subsecretaria de Alimentos y Bebidas de Argentina, que inició con su aprobación en agosto de 2015. La implementación del proyecto tuvo lugar dentro del Centro de Apoyo a la Producción

de Esquel y la Comarca (CAPEC), el cual es una incubadora de empresas dependiente de la Secretaria de Producción de la municipalidad de Esquel, el cual cuenta con una sala de elaboración de alimentos regionales con registro nacional de establecimiento, en el que diversos emprendedores pueden elaborar productos habilitados que se comercializan con sus propias marcas. En la propuesta de crear productos identitarios locales se buscó potenciar las denominaciones comerciales que ya existían en la producción de alimentos (tales como la Asociación de Apicultores de la Comarca los Alerces y el grupo que está conformando por la Asociación de Productores Primarios y Elaboradores de la Comarca Los Alerces, y de Eventos Gastronómicos).

El objetivo principal del Laboratorio de Sabores fue favorecer la competitividad de los productos alimenticios regionales a partir del desarrollo de sabores basados en atributos diferenciadores y del escalamiento industrial de las producciones locales. Para la formulación del proyecto se realizaron diversos talleres y reuniones con productores y elaboradores de productos artesanales, que fueron coordinadas por el referente del PROCAL en Patagonia y por el equipo técnico del CAPEC. El equipo de trabajo fue constituido por un grupo heterogéneo de personas, miembros de la iniciativa privada y pública; entre quienes se incluyen a 20 emprendedores (productores de agro productos, elaboradores de productos locales y propietarios de locales de comercialización de alimentos y productos regionales), dos chefs, un cocinero, dos técnicos del PROCAL representantes de la Secretaria de la Producción y Empleo de la Municipalidad de Esquel, empleados del CAPEC y representantes del Ministerio de la Producción de la Provincia de Chubut.

Resultado de la serie de encuentros, la redacción del proyecto fue realizada por el equipo técnico del CAPEC. Concluyendo que, por medio de Laboratorio de Sabores, se crearía una estrategia conjunta público-privada para elevar la competitividad, detectar y aprovechar atributos diferenciales de Patagonia y de la microrregión de influencia (Comarca Los Alerces, Esquel, Trevelín, Parque Nacional Los Alerces, Nahuelpan) desarrollando productos innovadores. Además de que los beneficiados podrían escalar y formalizar sus producciones, comprar y abastecerse a precios competitivos de materia prima e insumos; para así acceder a mercados formales.

3.1.2 Centro de Apoyo a la Producción de Esquel y la Comarca (CAPEC)

Esta dependencia fue creada por la Secretaría de la Producción y el Empleo de la municipalidad de Esquel en 2008 con fondos nacionales, con el fin de generar iniciativas para el desarrollo del empleo. Se encuentra ubicado en la ruta 259, kilómetro 17.5 en la ciudad de Esquel (Figura 17). Provee servicios de apoyo a la producción en base a su infraestructura instalada y está integrado por: área de carpintería, área para albañilería, sala de elaboración de alimentos no cárnicos y un área para la producción intensiva de hongos, frutas finas y hortalizas. Además de apoyar en la formulación de proyectos productivos, asesoramiento contable, asesoramiento legal y comercial.



Figura 17. Instalaciones del Centro de Apoyo a la Producción de Esquel y La Comarca (CAPEC), Esquel, Chubut, Argentina. Fuente: propia.

3.1.3 Sala de elaboración de alimentos regionales

La sala de elaboración de alimentos regionales, finalizada en julio de 2014, cuenta con una extensión de 400 metros cuadrados; habilitada con los permisos operativos para funcionar como una sala de gestión comunitaria de alimentos con registro nacional de establecimiento para procesar productos no cárnicos. Creada con el propósito de contar con el equipamiento necesario para la elaboración de una amplia diversidad de alimentos como confituras, mermeladas, dulces, licores, conservas (chutneys, escabeches, pickles), salsas, aderezos, entre otros. Es coordinada por un jefe del laboratorio (Figura 18) y un técnico de apoyo, quién verifica que la producción se lleve a cabo en estricto apego a las disposiciones del Código Alimentario Argentino. Es labor de los técnicos del CAPEC asesorar en la tramitología para que accedan al Registro Nacional de Producto Alimenticio.

La sala está equipada con una paila industrial, cuatro hornillos para cocción tradicional y un sistema integrado de frío (frío positivo y frío negativo) que permite conservar y congelar la materia prima (constituida principalmente por hortalizas, frutas finas y hongos patagónicos), una cámara de mantenimiento de 6,000 a 12,000 kg de guarda en fresco, una cámara de congelado de 960 a 1,920 kg y un área de producto terminado. Las instalaciones están equipadas con cámaras de seguridad para monitorear las actividades. Cada productor firma un convenio donde se compromete a colaborar en acuerdo al reglamento de operación. Este documento fue resultado de las reuniones del Laboratorio de Sabores. En este reglamento se establece que el tiempo de operación dentro del laboratorio será de 4 horas por productor y asignado por el jefe del laboratorio.



Figura 18. Jefe de sala de elaboración de alimentos regionales CAPEC, Esquel, Chubut, Argentina. Fuente: propia.

La maquinaria instalada es de origen argentino (Figura 19), en caso de requerir accesorios fuera de los disponibles en el laboratorio, cada productor tiene la posibilidad de incorporarlos, previa autorización de los técnicos. El costo que erogan los productores por concepto de uso de instalaciones y equipos es de 25 dólares (a noviembre de 2017). Incluye los costos por uso de energía eléctrica, agua, gas, cámara de frío, acceso de sala de producto terminado, uso de las maquinas. Se debe

considerar que dicho costo puede fluctuar resultado de la producción realizada y la cantidad de envases requeridos. El proceso de fabricación es completamente dirigido por cada productor.



Figura 19. Maquinaria de origen nacional, ubicada en la sala de elaboración de alimentos regionales CAPEC, Esquel, Chubut, Argentina. Fuente: propia.

3.2 Materiales y métodos

Para identificar el modelo de integración del proyecto se realizó un estudio de caso entre el 01 y el 10 de noviembre de 2017 que consistió en la documentación de toda la información formal al alcance; la realización de entrevistas a profundidad con preguntas semiestructuradas a 5 productores, dos chefs, el director de CAPEC, el jefe de la sala comunitaria del CAPEC y al representante de PROCAL en la Provincia de Chubut. La entrevista en profundidad permitió que los involucrados compartieran sus experiencias, además de describir lo que sucede y cómo fue percibido el Laboratorio de Sabores en el contexto local/regional y como valor agregado a las producciones autóctonas (Taylor y Bogdan, 1996).

3.2.1 Localización y zona geográfica de influencia del “Laboratorio de Sabores”

Los participantes del proyecto pertenecieron a las localidades de Trevelín, Esquel, Parque Nacional Los Alerces y los parajes rurales de Alto Río Percy, Nahuelpan, Los Cipreses, Aldea Escolar, Lago Rosario y Sierra Colorada (Figura 21), en la provincia de Chubut, Argentina (Figura 20).



Figura 20. Ubicación de la Provincia de Chubut, Argentina, entre los paralelos 42 y 46 latitud sur. Fuente: Consultado en www.googlemaps.com.

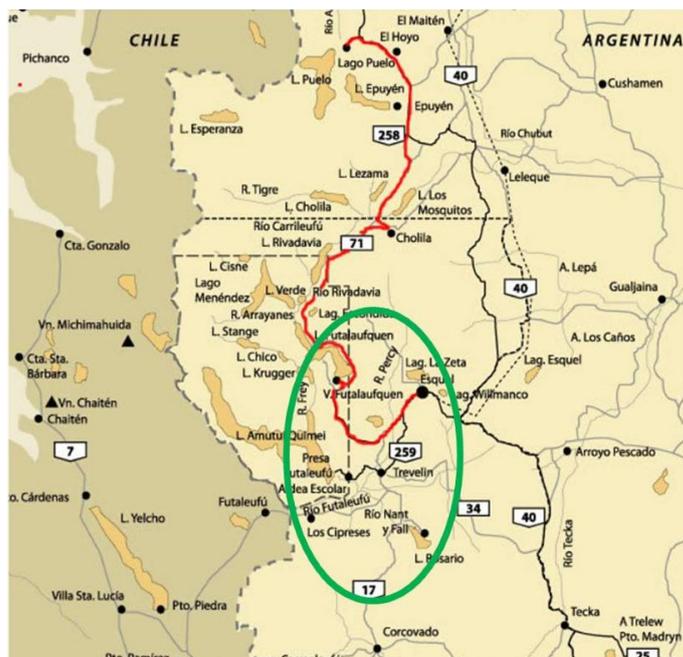


Figura 21. Región de influencia del proyecto Laboratorio de Sabores.
Fuente: Proyecto PROCAL 2015.

3.2.2 Descripción del proyecto

El proceso de implementación del proyecto se llevó a cabo durante 8 meses (septiembre 2015 a abril 2016), en dos fases (Cuadro 10). En la primera fase se identificaron los productos identitarios, en la segunda fase se integró la cartera de alimentos y se propuso el escalamiento industrial. La metodología de trabajo se basó en el “modelo de innovación abierta” en la cual se promueve mediante el trabajo colaborativo, soportado en inteligencia colectiva (por el capital humano) con la interacción de los diversos grupos externos de interés para desarrollar un proceso estructurado y permanente de innovación, para ser competitivos (Álvarez y Bernal, 2017). Parte fundamental de la metodología implementada fue lograr desarrollar un ambiente colaborativo participativo, donde todos los participantes opinaran, lo que generó un sentimiento de comunidad (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, 2015).

Cuadro 10. Etapas del proceso de implementación del Laboratorio de Sabores.

Primera Fase	Segunda Fase
a. Definición de atributos estratégicos.	a. Formalización del Laboratorio de Sabores Comarca Los Alerces.
b. Definición de mercados y canales.	b. Promover e incrementar a escala industrial los productos innovadores resultantes de la primera fase.
c. Identificación de recursos disponibles.	c. Desarrollo de 10 nuevos productos identitarios innovadores.
d. Desarrollo de sabores y productos identitarios.	d. Implementación del reglamento e instructivo para el uso de la identidad marcaria para los alimentos regionales de la Comarca Los Alerces.
e. Formulación de productos alimenticios.	e. Apoyo en la promoción y comercialización de los productos de las marcas integrantes.

Fuente: Elaboración propia con base al proyecto ejecutivo: Laboratorio de Sabores, del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca Argentino (2015, 2016).

3.2.3 Primera fase del “Laboratorio de Sabores”

En la primera fase (septiembre a diciembre de 2015) se identificaron 5 etapas que consistieron en reuniones quincenales, contratando a un técnico en alimentos con experiencia internacional en el desarrollo de productos y dos chefs reconocidos regionalmente (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, 2015). El técnico en alimento fue quien se encargó de la parte antropológica en el diseño de los nuevos

productos. Se replantearon los objetivos del proyecto, identificando las áreas de oportunidad comercial para la gestión de los productos locales.

Se identificaron de manera participativa las tendencias y nichos de mercados potenciales desabastecidos en el orden local, provincial y nacional. Fueron elegidas las materias primas de disponibilidad continua a precios competitivos para asegurar la producción, identificando los recursos disponibles en la zona (tecnología interna del CAPEC y tecnología externa disponible en la región: envasadora al vacío, deshidratador, sopladora de botellas, ahumadero, cámaras de frío, otros). Además de identificar los recursos logísticos, recursos institucionales, de capital humano y conocimientos previos de los participantes.

La cuarta fase consistió en el desarrollo de sabores propuestos, se ensayaron los productos en el laboratorio y se realizó una prueba de aceptabilidad de los alimentos resultantes para obtener una realimentación del mercado que permitió diseñar un prototipo, considerado para que los alimentos pudieran ser registrados en el Código Alimentario Argentino. Finalmente, se definieron los procesos productivos y se realizó el análisis de la factibilidad técnica de los productos.



Figura 22. Prototipo de logo de marca colectiva “Comarca Los Alerces” elaborado por el grupo de trabajo con apoyo profesional en Esquel, Chubut, Argentina. Fuente: propia.

3.2.4 Segunda fase del “Laboratorio de Sabores”

Para el desarrollo comercial (enero a abril 2016), que consistió en la creación de un diseño de la experiencia de venta, el diseño de empaque y presentación, la difusión para lo cual se contrató un experto en diseño quien colaboró en la creación de las etiquetas y la marca (Figura 22, 23 y 24) (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, 2016). Además, fue necesaria la contratación de dos profesionales para el desarrollo de competencias empresariales, esta acción se hizo en el marco del programa de capacitaciones “escuela de negocios”, dirigida por una licenciada en turismo y una contadora.

Durante la puesta en marcha de las reuniones, se organizaron diversas instancias de degustación de los productos, a fin de cualificar los diversos atributos que deben considerarse para la estandarización de los mismos. Se conformó un panel de

catación integrado por personas entrenadas para percibir propiedades organolépticas (sabor, textura, color, olor), y periódicamente se apoya de grupos de personas no entrenadas (López, 2016). En la escuela de negocios se contó con el asesoramiento financiero y jurídico, lo que resultó relevante para mejorar las características empresariales de los productores ya que desconocían la política de precios. El énfasis estuvo puesto en que identificaran la oportunidad para convertirse de pequeño productor a una pequeña y mediana empresa (PYME).



Figura 23. Marca Paso Ancho gestionada dentro del Laboratorio de Sabores, Esquel, Chubut, Argentina. Fuente: propia.



Figura 24. Marca Momi's, gestionada dentro del Laboratorio de Sabores en Esquel, Chubut, Argentina. Fuente: propia.

3.3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al ser un grupo heterogéneo de análisis (productores de alimentos, intermediarios, comercializadores), las entrevistas trataron de registrar sus opiniones y expectativas resultado de la implementación del proyecto después de 2 años de su creación, las cuales se presentan a continuación:

-En la actualidad son 15 productores activos de los 20 participantes iniciales que conformaron el “Laboratorio de Sabores”, totalizando 138 productos registrados ante las autoridades respectivas.

- De los 15 productores activos, resultan 3 (Figura 25) de mayor operación; con un promedio de 500 kilos de alimentos procesados durante 2017 y con una expectativa de procesamiento de una tonelada para 2018.



Figura 25. Productora Momy Piú, principal productora del Laboratorio de Sabores, Esquel, Chubut, Argentina, y chef Fredy Álvarez Walter. Fuente: propia.

-Los productores entrevistados indicaron que la capacitación y herramientas proporcionadas para el diseño, creación y elaboración de sus productos, fue la adecuada para alcanzar el conocimiento necesario para llevarlo a cabo por sí mismos.

-Quienes antes del “Laboratorio de Sabores” fabricaban artesanalmente sus productos, observaron una mejora sustancial en sus procesos de elaboración.

-El reglamento interno de operación de la sala de elaboración de alimentos regionales, resulta un instrumento útil para organizar de forma ordenada y equitativa las actividades que se realizan dentro de la sala.

- Respecto a la limpieza y el orden de los equipos e instalaciones, en cada turno el productor se compromete a entregarlas en las mismas condiciones en las que la recibió.

- En el segundo año de operación se encuentran en la capacidad de acceder a créditos públicos y privados, por lo que su principal reto es el crecimiento en ventas para contar con la certeza de poseer la liquidez necesaria para seguir creciendo.

-El ingreso que obtienen por la venta se ha convertido en la mayoría de los casos en su principal sustento, comentan que hay familias en la que todos sus miembros colaboran al menos en una actividad, lo que ha fomentado la integración familiar.

-El desarrollo de una marca propia para cada productor ha sido benéfico, ya que consideran ha sido un logro crear productos distintivos de la región. La búsqueda de espacios como ferias, exposiciones y foros, les ha dado la oportunidad de crecer y aprender a promover su mercado, lo que antes se consideraba imposible. Sin embargo, como consenso de las entrevistas, la puesta en marcha de la marca colectiva “Comarca de los Alerces”, una de las propuestas iniciales del Laboratorio de

Sabores, no ha sido implementada, lo que genera inquietud en los productores quienes presentan dudas sobre las repercusiones que pueda tener sobre sus marcas individuales.



Figura 26. Productora Norma Ñancuam, generadora de su empleo con la venta de productos elaborados en el Laboratorio de Sabores Esquel, Chubut, Argentina. Fuente: propia.

-Cada uno de los productores ha generado su propio canal de suministro para los alimentos que se procesan (Figura 27), lo que se ha convertido en un reto para su obtención en tiempo y forma, para así alcanzar la producción de los productos que comercializan.

-Resultado de la escuela de negocios, en los casos en los que los productores tienen que adquirir en el mercado local la materia prima, se encontró que existe conciencia de adquirir los insumos en la localidad directamente al productor de la región, a precios justos para el comprador y el vendedor, esto les permite competir en calidad y precio.

-Los productores entrevistados manifestaron que, a través del proceso de innovación aplicado en el Laboratorio de Sabores, fue posible rescatar productos locales y recetas que se estaban perdiendo, tal como el caso del calafate (un alimento autóctono nativo del sur de Argentina y Chile).

-Como reflexión respecto a uno de sus principales clientes, indicaron que los turistas buscan productos elaborados en la ciudad y en estos han encontrado un importante nicho de mercado. Parte de los productores mencionan prefieren vender sus artículos en ferias, en sus propios establecimientos, en negocios en localidades cercanas, y están en la disposición de expandir su mercado incluso en supermercados.



Figura 27. Familia Ludueña que integra la producción primaria a la transformación de productos en el Laboratorio de Sabores, Esquel, Chubut, Argentina.

La transformación en el sector tradicional agrícola en México ha sido limitada por falta de inversión, particularmente en infraestructura; las políticas públicas e instrumentos orientados a impulsar el desarrollo del sector rural y pesquero no incluyen de manera clara y diferenciada a la pequeña agricultura (SAGARPA, 2012). Resulta necesario

evaluar la posibilidad de replicar los Laboratorios de Sabores como modelos de desarrollo del sector agroalimentario.

Actualmente el espacio rural ha cambiado, se ha modernizado, y muchas veces se ha resignificado frente al ámbito urbano (Bengoa, 2003). Este tipo de trabajo permite a los gobiernos locales identificar acciones para la valoración social del patrimonio de las poblaciones rurales. La política económica influye directamente en los productores, los monocultivos prevalecen en el sector agropecuario, sus actividades son severamente afectadas por la degradación del medio ambiente, el efecto del cambio climático, la contaminación de los suelos y las aguas (Zúñiga, 2011), por lo que diversificar la producción podría convertirse en una estrategia productiva que tendría que ser valorada.

En América Latina la ruralidad está ligada al problema agrario, en donde estudios institucionales han enfocado sus esfuerzos durante décadas para evaluar la estructura de la propiedad y el sistema de tenencia de la tierra, la incorporación de tecnología a la empresa agrícola y la función que se le asigna a la agricultura en el proceso de desarrollo económico (Girbal, 2004); bajo estas consideraciones, la valoración turística de los espacios rurales genera oportunidades productivas para el desarrollo de economías locales. México posee catorce productos nacionales que cuentan con una declaratoria de denominación de origen (IMPI, 2016). El agregado de valor a las producciones locales permitiría el acceso a la protección de los agroalimentos autóctonos de México poco estudiados. Para plantear oportunidades para el desarrollo del sector agroalimentario, es primordial entender al territorio como una realidad “construida” a partir de procesos complejos donde intervienen interacciones sociales, condicionantes físicas, dimensiones institucionales y

culturales y relaciones de poder (Lenton, 2010). La metodología que se planteó para el desarrollo del Laboratorio de Sabores, permite esa oportunidad de integración de los saberes locales, lo cual le genera ventajas como modelo productivo.

3.4 CONCLUSIONES

Las denominaciones de origen y las rutas alimentarias representan instrumentos de desarrollo y promoción de regiones y países; estas estrategias permiten entender al territorio como una realidad “construida” a partir de procesos complejos donde intervienen, interacciones sociales, condicionantes físicas, dimensiones institucionales y culturales y relaciones de poder (Lenton, 2010). Ambas contribuyen a aumentar la producción y la creación de empleo, permiten desarrollar estrategias de diferenciación que se traducen en precios más elevados y contribuye a mantener la producción de los alimentos, estrategias productivas como la que propone el Laboratorio de Sabores, permiten alcanzar mayores niveles de competitividad, por medio del agregado de valor a los productos locales, siendo fundamental el asociativismo. El asociativismo en las comunidades es importante no solo relacionado con aspectos sociológicos, en cuanto a que promueve el desarrollo del capital social potenciando acciones de cooperación a través de la comunicación, identificación y acciones convenidas, sino también implicaciones económicas, tecnológicas y humanas (Pérez *et al.*, 2012).

El desarrollo de modelos de innovación para el agregado de valor en los alimentos autóctonos encamina acciones público-privadas para la activación de la economía local y así fortalecer al turismo gastronómico, el agroturismo y el turismo rural. Estas son oportunidades escasamente aprovechadas en México y que pueden fortalecer las economías locales y generar mejoras en la calidad de vida de las familias rurales.

Este tipo de laboratorio para los alimentos se apoya en el diseño colaborativo de productos denominado “innovación abierta”, en donde como atributo principal sin hacer diferencia entre los miembros del equipo de trabajo, se toman en cuenta todas y cada de sus ideas, para fortalecer el proceso de generación de nuevos productos.

El Laboratorio de Sabores beneficiando directamente a la producción local, potencia al desarrollo del turismo gastronómico, a través de la colaboración local. Como alcance del proyecto fue posible observar que actualmente los ciudadanos logran identificar a los agroalimentos autóctonos, lo que anteriormente no sucedía, existe un proceso de identificación local “esto hacemos, estos somos” (Nusbaumer *et al.*, 2013).

Este proyecto ha resultado exitoso a nivel institucional ya con 138 productos registrados por el CAPEC en Esquel. El Ministerio de Agroindustria ha decidido replicarlo en la municipalidad de Gaiman, dentro de la misma provincia, en donde en 2016 se inició la primera etapa del Laboratorio de Sabores y se espera la autorización de la segunda etapa para 2018. A nivel institucional se considera al proyecto como una respuesta metodológica a una problemática, que resuelve la diferenciación de los productos locales con identidad territorial en el corto y mediano plazo (menos de seis meses) y ha pasado a formar parte de líneas de ejecución de proyectos, por lo que se espera que en alguna instancia puede ser replicado en todo el país. En la entrevista el representante de PROCAL comentó que existen espacios con similares características a la sala de elaboración, que se encuentran subutilizados y que tienen un alto potencial para usarse en este tipo de proyectos, “...lo que hace falta es la iniciativa del emprendedor”, indicó.

Los productores deben estar conscientes de que existen sistemas de protección agroalimentaria que permiten fortalecerlos en el mercado, desde el reconocimiento de la calidad de sus productos como es el caso del sello “Alimentos Argentinos”. Los entrevistados mencionaron que la promoción a nivel local es prioritaria para asegurar que sus productos perduren, es necesario que se creen los espacios en la localidad para su difusión.

3.5 LITERATURA CITADA

Bengoia, J. 2003. 25 años de Estudios Rurales. Sociologías, Porto Alegre, año 5, 10: 36-98.

Comaroff, J., Comaroff, J. 2009. Ethnicity, Inc. The University of Chicago Press, Chicago.

Del Amo S. y Trinidad R. 2010. Guía de frutos silvestres comestibles en Veracruz. Fondo sectorial para la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica industrial. Conafor-Conacyt. México, 142 p.

Álvarez E. L. y Bernal C. A. 2017. Modelo de Innovación Abierta: Énfasis en el Potencial Humano. Información tecnológica. La Serena, Chile. (28) 1 http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642017000100007.

Girbal-Blacha, N. 2004. Espacio regional, sujetos sociales y políticas públicas. Reflexiones históricas sobre el estudio de las continuidades y cambios de la Argentina rural. Estudios 15: 171-186.

IMPI. 2016 Denominaciones de Origen. Orgullo de México. 16 p. http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/104879/DO_Orgullo_de_Mexico.pdf.

Lenton, D. 2010. Política indigenista argentina: una construcción inconclusa. Anuario Antropológico 1: 57-97.

López C. 2016 Laboratorio de Sabores. Compartiendo saberes, construyendo sabores, cuidando la salud. Segundo Simposio Bioeconomía Patagonia. <http://www.bioeconomia.mincyt.gob.ar/wp-content/uploads/2017/01/Compartiendo-saberes.pdf>.

- Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (2015): Laboratorio de Sabores y desarrollo de productos comerciales gourmet con identidad patagónica. Comarca Los Alerces, Provincia de Chubut, Argentina. 10 p.
- Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca. 2016. Laboratorio de Sabores y desarrollo de productos comerciales gourmet con identidad patagónica. Etapa II. Comarca los Alerces Provincia de Chubut, Argentina. 8 p.
- Nussbaumer, B. et al. 2013. Territorio e identidad en la mirada de los pobladores. Contribuciones de la foto-elucidación al abordaje de la producción étnica Huarpe en Mendoza (Argentina). Revista Chilena de Antropología Visual. 22:115-147.
- Pérez, A. M., Juárez J. P., Ramírez B., César F. 2012. Turismo Rural: Experiencias y desafíos en Iberoamérica. Capital Social y la articulación de servicios turísticos en empresas rurales indígenas de México. Colegio de Postgraduados. 65-82.
- SAGARPA. 2012. Agricultura familiar con potencial productivo en México. 139 p
http://www.sagarpa.gob.mx/programas2/evaluacionesExternas/Lists/Otros%20Estudios/Attachments/42/Agricultura%20Familiar_Final.pdf
- Schiavone, E. 2010. Indicaciones geográficas y denominación de origen en la República Argentina. Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca. Presidencia de la Nación. FAO. Buenos Aires, Argentina.
http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/IGeo/Material%20de%20consulta/Elena_Schiavone.pdf.
- Taylor, S. y Bogdan, R. 1996. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Caps. 6 y 7. Paidós: Buenos Aires.
- Trench T. y Cruz A. 2008. La dimensión cultural en procesos de desarrollo rural regional: casos del campo mexicano. Universidad Autónoma Chapingo, Texcoco, México. 212 p.
- UNESCO. 2010. Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage. Paris, Francia. 58 p. URL: <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/ITH-10-5.COM-CONF.202-6-EN.pdf>.
- Zúñiga C. A. 2011. Texto básico de economía agrícola: su importancia para el desarrollo Local sostenible. Editorial Universitaria. UNAN. León, Nicaragua. 311 p.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

1. CONCLUSIONES

Este trabajo demuestra que, a pesar de la especialización industrial de la actividad productiva de la ciudad de Orizaba, resulta posible incorporar al sector agroalimentario dentro de la oferta turística. Los resultados de la investigación permiten considerar la oportunidad de incorporar al agroturismo, al turismo gastronómico y al turismo rural principalmente, en la oferta turística del sitio de estudio. Consolidando un producto turístico alrededor del recurso alimentario es posible identificar una oferta, que generaría un atractivo para los turistas.

El Laboratorio de Sabores que se propone como estrategia para la valoración de los alimentos, fomenta directamente el asociativismo. Este tipo de emprendimiento permite estrechar nuevas relaciones fincadas en el aprovechamiento de los recursos naturales, como los mencionaron los entrevistados, la búsqueda de una identidad local a través de los productos, ayuda a su comercialización y fortalece aspectos intangibles del territorio.

Como muestran los resultados de la investigación, el consolidar productos turísticos a través del conocimiento y agregado de valor de los agroalimentos autóctonos, permitiría generar nuevas oportunidades productivas a las comunidades de origen de los alimentos locales.

2. RECOMENDACIONES

Este estudio evalúa un segmento del patrimonio gastronómico del territorio en el que se encuentra la ciudad de Orizaba, Veracruz, representa un elemento único de la identidad cultural regional. Resultado del alcance de este proyecto es posible realizar trabajos similares en nuestro Estado y en el país, con el objetivo de preservar el recurso natural, los usos y costumbres de las comunidades de origen, así como el acervo culinario ancestral adherido al conocimiento de los alimentos.

La oportunidad que genera el agregar valor a los agroalimentos autóctonos, resulta en un campo de estudio que, añadido al saber local, identifica el diseño de estrategias regionales para la diversificación productiva, principalmente de los sitios de origen de los alimentos endémicos.



ANEXOS



A1. Guión de entrevista para inventario de agroalimentos autóctonos

Con el objetivo obtener un inventario de los agroalimentos autóctonos que se comercializan en los mercados municipales de la ciudad de Orizaba, Veracruz, el Colegio de Postgraduados Campus Córdoba a través de la Maestría en Paisaje y Turismo Rural, realiza el estudio “**Los agroalimentos autóctonos y su valoración en el turismo**”, que es conducido por el estudiante Ángel Eduardo Vázquez Martín. La información obtenida se usará exclusivamente con propósitos de esta investigación y será de carácter confidencial. Cualquier duda o comentario favor de dirigirla al teléfono 271 180 57 56, o al correo-e: angel.vazquez@colpos.mx.

SECCIÓN I. DATOS GENERALES

No. de entrevista: _____	Fecha de la entrevista (día/mes/año): ___/___/___
Nombre del encuestador:	Sitio donde se realizó la encuesta:

SECCIÓN II. PERFIL DEL COMERCIANTE

1. Nombre del comerciante:	2. Edad: _____ años
3. Lugar de residencia:	
4. Actividad a la que se dedica:	
1. () Produce	
2. () Acopia	
3. () Revende	

SECCIÓN III. CONOCIMIENTO SOBRE LOS AGROALIMENTOS AUTÓCTONOS

5. En caso de ser productor de agroalimentos autóctonos ¿Aceptaría usted la visita de turistas a su traspatio o parcela para conocer cómo se producen éstos agroalimentos?

1. Si ()
2. No ()

6. Mencione en orden de importancia, 10 agroalimentos autóctonos de mayor consumo y/o venta en Orizaba _____

7. Explique ¿Por qué son importantes estos agroalimentos autóctonos para dar a conocer a los turistas en Orizaba?

¿Cuáles agroalimentos autóctonos conoce y vende usted en Orizaba?

8. Nombre del agroalimento autóctono	9. ¿Cómo lo adquiere?: 1. Lo produce en su traspatio 2. Lo produce en su finca o parcela 3. Lo recolecta 4. Lo compra al productor 5. Lo compra a un recolector o acopiador 5. Por trueque o intercambia por productos que él produce. 6. Otra	10. ¿De qué lugar viene el agroalimento? (Localidad, Municipio, Estado)	11. ¿En qué meses se comercializa o vende el agroalimento autóctono en los mercados de Orizaba?	12. ¿De qué forma se consume o prepara el agroalimento autóctono? 1. Consumo en fresco 2. Se prepara en platillo típico 3. Agua fresca 4. Postres 5. Vinos y licores (toritos, concentrados) 6. Dulces típicos 7. Medicina (infusión, preparado, etc.) 8. Otro _____
3.			E F M A M J J A S O N D	
4.			E F M A M J J A S O N D	
5.			E F M A M J J A S O N D	
6.			E F M A M J J A S O N D	
7.			E F M A M J J A S O N D	
8.			E F M A M J J A S O N D	
9.			E F M A M J J A S O N D	
10.			E F M A M J J A S O N D	

A2. Inventario de agroalimentos autóctonos de Orizaba, Veracruz

Citlale (*Lycopersicon esculentum* Mill.)

FICHA N° 1

Nombre vernáculo Nombre en náhuatl
Citlale Citlaltomatl

Nombre científico
Lycopersicon esculentum Mill.

Lugar donde proviene
San Juan del Río, Rafael Delgado

Temporalidad
Abril-mayo



Forma de consumo Forma de preparación
Cocinado Crudo como ingrediente en una salsa junto a chiles

Chile tabaquero (*Capsicum annuum* L.)

FICHA N° 2

Nombre vernáculo Nombre en náhuatl
Chile tabaquero Chilixochobitl

Nombre científico
Capsicum annuum L.

Lugar donde proviene
Moyoapan, Ixtaczoquitlán

Temporalidad
Abril-mayo



Forma de consumo Forma de preparación
Consumo en fresco/cocinado Crudo o asado como ingrediente en una salsa

Chayote verde (*Sechium edule* (Jacq.) Sw.)

FICHA N° 3

Nombre vernáculo

Chayote verde

Nombre en náhuatl

Pitzayotli

Nombre científico

Sechium edule (Jacq.) Sw.

Lugar donde proviene

Tuxpanguillo, Ixtaczoquitlán

Temporalidad

Mayo a agosto



Forma de consumo

Cocinado

Forma de preparación

Hervido, servido solo o en ensaladas y como un ingrediente de un platillo llamado “tesmole”

Quelite (*Amaranthus hybridus* L.)

FICHA N° 4

Nombre vernáculo

Quelite

Nombre en náhuatl

Quilitl

Nombre científico

Amaranthus hybridus L.

Lugar donde proviene

Tequila, Tequila

Temporalidad

Mayo-junio



Forma de consumo

Cocinado

Forma de preparación

Hervido en agua

Papatla o platanillo (*Heliconia schiedeana* Klotzsch)

FICHA N° 5

Nombre vernáculo Nombre en náhuatl
Papatla o platanillo Panixtlap

Nombre científico
Heliconia schiedeana Klotzsch

Lugar donde proviene
Atzompa, Soledad Atzompa

Temporalidad
Enero a diciembre

Forma de consumo Forma de preparación
Aditamento Utilizado como envoltura para la preparación de tamales



Huitlacoche (*Ustilago maydis* (Persoon) Roussel)

FICHA N° 6

Nombre vernáculo Nombre en náhuatl
Huitlacoche Sin datos

Nombre científico
Ustilago maydis (Persoon) Roussel

Lugar donde proviene
Distintas localidades de la región

Temporalidad
Mayo a noviembre

Forma de consumo Forma de preparación
Cocinado Frito en aceite y posteriormente cocinado con masa de maíz para la preparación de "empanadas"



Chinene (*Persea schiedeana* Nees)

FICHA N° 7

Nombre vernáculo

Chinene

Nombre en náhuatl

Sin datos

Nombre científico

Persea schiedeana Nees

Lugar donde proviene

Distintos lugares de la región

Temporalidad

Mayo-junio

Forma de consumo

Consumo en fresco

Forma de preparación

No aplica



Tila (*Ternstroemia sylvatica* Schltld. et Cham.)

FICHA N° 8

Nombre vernáculo

Tila

Nombre en náhuatl

Cuahuitziote

Nombre científico

Ternstroemia sylvatica Schltld. et Cham.

Lugar donde proviene

Atlahuilco, Atlahuilco

Temporalidad

Enero a diciembre

Forma de consumo

Cocinado

Forma de preparación

Hervido en agua para la obtención de un "Té"



Ciruela (*Spondias purpurea* L.)

FICHA N° 9

Nombre vernáculo
Ciruela

Nombre en náhuatl
Xocotl

Nombre científico
Spondias purpurea L.

Lugar donde proviene
Acultzingo, Acultzingo

Temporalidad
Mayo-junio

Forma de consumo
Consumo en fresco

Forma de preparación
No aplica



Semilla de calabaza (*Curcubita moschata* Duchesne)

FICHA N° 10

Nombre vernáculo
Semilla de calabaza

Nombre en náhuatl
Sin datos

Nombre científico
Curcubita moschata Duchesne

Lugar donde proviene
Ojo de Agua de Abajo, Acultzingo

Temporalidad
Todo el año

Forma de consumo
Cocinado

Forma de preparación
Tostado en comal con sal



Flor de Izote, palmito (*Yucca guatemalensis* Baker)

FICHA N° 13

Nombre vernáculo
Flor de Izote, palmito

Nombre en náhuatl
Sin datos

Nombre científico
Yucca guatemalensis Baker

Lugar donde proviene
Atlahuilco, Atlahuilco

Temporalidad
Mayo-junio



Forma de consumo
Cocinada

Forma de preparación
Hervida como ingrediente en tamales, tesmole, ensalada y cocinada junto con huevo

Gasparitos (*Erythrina americana* Mill.)

FICHA N° 14

Nombre vernáculo
Gasparitos

Nombre en náhuatl
Sin datos

Nombre científico
Erythrina americana Mill.

Lugar donde proviene
Atlahuilco, Atlahuilco

Temporalidad
Marzo a mayo



Forma de consumo
Cocinada

Forma de preparación
Hervidos y posteriormente fritos mezclados con huevo

Tempesquistle (*Sideroxylon palmeri* (Rose) T.D. Penn.)

FICHA N° 15

Nombre vernáculo Nombre en náhuatl
Tempesquistle Tempezquixtli

Nombre científico
Sideroxylon palmeri (Rose) T.D. Penn.

Lugar donde proviene
Atzompa, Soledad Atzompa

Temporalidad
Marzo a mayo

Forma de consumo Forma de preparación
Cocinado Hervido y cocinado en una salsa, cocido o frito



Coacuyul (*Acrocomia aculeata* (Jacq.) Lodd. ex Mart.)

FICHA N° 16

Nombre vernáculo Nombre en náhuatl
Coacuyul Coacuyul

Nombre científico
Acrocomia aculeata (Jacq.) Lodd. ex Mart.

Lugar donde proviene
Capoluca, Ixtaczoquitlán

Temporalidad
Mayo

Forma de consumo Forma de preparación
Cocinado Cocido con piloncillo o miel



Pipicha (*Porophyllum linaria* (Cav.) DC.)

FICHA N° 17

Nombre vernáculo

Pipicha

Nombre en náhuatl

Nahuiligua

Nombre científico

Porophyllum linaria (Cav.) DC.

Lugar donde proviene

Ixtaczoquitlán, Ixtaczoquitlán

Temporalidad

Mayo-junio



Forma de consumo

Consumo en fresco y cocinada

Forma de preparación

Hervida y agregada como ingrediente para una salsa

Aguacate de cáscara, aguacate aventurero (*Persea americana* var. *drymifolia* (Schltdl. et Cham.) S.F. Blake)

FICHA N° 18

Nombre vernáculo

Aguacate de cáscara,
aguacate aventurero

Nombre en náhuatl

Sin datos

Nombre científico

Persea americana var. *drymifolia* (Schltdl. et Cham.)
S.F. Blake

Lugar donde proviene

Potrero, Acultzingo

Temporalidad

Mayo-junio



Forma de consumo

Consumo en fresco

Forma de preparación

Ingrediente principal de un platillo denominado "Guacamole"

Pápalo (*Porophyllum ruderale* subsp. *macrocephalum* (DC.) R.R. Johnson)

FICHA N° 19

Nombre vernáculo Nombre en náhuatl

Pápalo Papaloquilitl

Nombre científico

Porophyllum ruderale subsp. *macrocephalum* (DC.)

R.R. Johnson

Lugar donde proviene

Ixtaczoquitlán, Ixtaczoquitlán

Temporalidad

Mayo-junio

Forma de consumo Forma de preparación

Consumo en fresco No aplica



Guaje (*Leucaena leucocephala* (Lam.) de Wit)

FICHA N° 20

Nombre vernáculo Nombre en náhuatl

Guaje Huaxhin

Nombre científico

Leucaena leucocephala (Lam.) de Wit

Lugar donde proviene

Tehuacán, Puebla

Temporalidad

Mayo-junio

Forma de consumo Forma de preparación

Consumo en fresco, cocinado Las semillas se usan como ingrediente en platillo llamado "tesmole"



Hierba Mora (*Solanum americanum* Mill.)

FICHA N° 21

Nombre vernáculo

Hierba mora

Nombre en náhuatl

Tomaquililtl

Nombre científico

Solanum americanum Mill.

Lugar donde proviene

Acultzingo, Acultzingo

Temporalidad

Todo el año



Forma de consumo

Cocinada

Forma de preparación

Cocida en agua para obtener para obtener una bebida

Quelite blanco(*Chenopodium berlandieri* Moq.)

FICHA N° 22

Nombre vernáculo

Quelite blanco

Nombre en náhuatl

Cocoquililtl

Nombre científico

Chenopodium berlandieri Moq.

Lugar donde proviene

Tlapextitla, Acultzingo

Temporalidad

Mayo a agosto



Forma de consumo

Cocinado

Forma de preparación

Hervido y/o cocinado con huevo

Epazote (*Dysphania ambrosioides* (L.) Mosyakin et Clemants)

FICHA N° 23

Nombre vernáculo

Epazote

Nombre en náhuatl

Sin datos

Nombre científico

Dysphania ambrosioides (L.) Mosyakin et Clemants

Lugar donde proviene

Maltrata, Maltrata

Temporalidad

Todo el año



Forma de consumo

Cocinado

Forma de preparación

Utilizado como ingrediente para el platillo denominado “tesmole”, añadido en fresco con nopales cocidos y/o con frijoles

Chilacayote (*Curcubita ficifolia* Bouché)

FICHA N° 24

Nombre vernáculo

Chilacayote

Nombre en náhuatl

Ayococonet

Nombre científico

Curcubita ficifolia Bouché

Lugar donde proviene

Atzompa, Soledad Atzompa

Temporalidad

Diciembre a mayo



Forma de consumo

Cocinada

Forma de preparación

Hervida con azúcar o piloncillo, postre cocinado en dulce

Calabaza Melona (*Sicana odorifera* (Vell.) Naudin)

FICHA N° 25

Nombre vernáculo

Calabaza Melona

Nombre en náhuatl

Sin datos

Nombre científico

Sicana odorifera (Vell.) Naudin

Lugar donde proviene

Tuxpanguillo, Ixtaczoquitlán

Temporalidad

Enero a mayo

Forma de consumo

Cocinado

Forma de preparación

Cocida con agua y panela o azúcar



Guía de chayote (*Sechium edule* (Jacq.) Sw.)

FICHA N° 26

Nombre vernáculo

Guía de chayote

Nombre en náhuatl

Güisquilet

Nombre científico

Sechium edule (Jacq.) Sw.

Lugar donde proviene

Atetecocho, Atlahuilco

Temporalidad

Marzo a junio

Forma de consumo

Cocinada

Forma de preparación

Hervida en agua para obtener una infusión para remedio



Tejocote (*Crataegus mexicana* DC.)

FICHA N° 27

Nombre vernáculo

Tejocote

Nombre en náhuatl

Sin datos

Nombre científico

Crataegus mexicana DC.

Lugar donde proviene

Capoluca, Ixtaczoquitlán

Temporalidad

Octubre a diciembre



Forma de consumo

Consumo en fresco, bebida

Forma de preparación

Hervido como ingrediente de una bebida llamada "ponche", cocida con azúcar como postre

Chayote espinudo (*Sechium edule* (Jacq.) Sw.)

FICHA N° 28

Nombre vernáculo

Chayote espinudo

Nombre en náhuatl

Güixme

Nombre científico

Sechium edule (Jacq.) Sw.

Lugar donde proviene

Tuxpanguillo, Ixtaczoquitlán

Temporalidad

Enero a junio



Forma de consumo

Cocinado

Forma de preparación

Hervido en agua y/o preparado en postre con leche evaporada

Chayote güero o chayote blanco (*Sechium edule* (Jacq.) Sw.)

FICHA N° 29

Nombre vernáculo
Chayote güero o chayote blanco

Nombre en náhuatl
Bixcayotl

Nombre científico
Sechium edule (Jacq.) Sw.

Lugar donde proviene
Tuxpanguillo, Ixtaczoquitlán

Temporalidad
Enero a mayo

Forma de consumo
Cocinado

Forma de preparación

Hervido añadido como ingrediente en ensalada junto con vinagre, cebolla y orégano, como ingrediente de platillo llamado “tesmole”



Chayote recio (*Sechium edule* (Jacq.) Sw.)

FICHA N° 30

Nombre vernáculo
Chayote recio

Nombre en náhuatl
Chijahuaa

Nombre científico
Sechium edule (Jacq.) Sw.

Lugar donde proviene
Tuxpanguillo, Ixtaczoquitlán

Temporalidad
Enero a mayo

Forma de consumo
Cocinado

Forma de preparación

Hervido añadido como ingrediente en ensalada junto con vinagre, cebolla y orégano, como ingrediente de platillo llamado “tesmole”



Flor de quiote (*Agave angustifolia* Haw.)

FICHA N° 31

Nombre vernáculo

Flor de quiote

Nombre en náhuatl

Sin datos

Nombre científico

Agave angustifolia Haw.

Lugar donde proviene

Ojo de Agua de Abajo, Acultzingo

Temporalidad

Abril-mayo



Forma de consumo

Cocinada

Forma de preparación

Hervida en agua para posteriormente cocinarla con huevo

Calabaza (*Cucurbita moschata* Duchesne)

FICHA N° 32

Nombre vernáculo

Calabaza

Nombre en náhuatl

Tamalayotl

Nombre científico

Cucurbita moschata Duchesne

Lugar donde proviene

Tuxpanguillo, Ixtaczoquitlán

Temporalidad

Todo el año



Forma de consumo

Cocinada

Forma de preparación

Cocida con panela o azúcar hasta obtener un postre

Chayotestle-gizcamotl, raíz de chayote (*Sechium edule* (Jacq.) Sw.)

FICHA N° 33

Nombre vernáculo
Chayotestle-gizcamotl,
raíz de chayote

Nombre en náhuatl
Chayotextl, gizcamotl

Nombre científico
Sechium edule (Jacq.) Sw.

Lugar donde proviene
Tuxpanguillo, Ixtaczoquitlán

Temporalidad
Todo el año

Forma de consumo
Cocinada

Forma de preparación
Hervido en agua con tlaneпа y como ingrediente en platillo llamado
“tesmole”



Flor de gato, Chile gato (*Spathiphyllum cochlearispathum* (Liebm.) Engl.)

FICHA N° 34

Nombre vernáculo
Flor de gato, Chile gato

Nombre en náhuatl
Sin datos

Nombre científico
Spathiphyllum cochlearispathum (Liebm.) Engl.

Lugar donde proviene
Potrerillo, Ixtaczoquitlán

Temporalidad
Agosto-septiembre

Forma de consumo
Cocinada

Forma de preparación
Como ingrediente en salsa con chiles y jitomate



Hongo de encino (*Hypomyces lactifluorum* (Schwein.) Tul. et C.Tul.)

FICHA N° 35

Nombre vernáculo

Hongo de encino

Nombre en náhuatl

Chilnanagame

Nombre científico

Hypomyces lactifluorum (Schwein.) Tul. et C.Tul.

Lugar donde proviene

Potrerrillo, Ixtaczoquitlán

Temporalidad

Mayo a julio

Forma de consumo

Cocinado

Forma de preparación

Una vez rebanado, se cocina mezclado con huevo



Tlanepa (*Piper auritum* Kunth)

FICHA N° 36

Nombre vernáculo

Tlanepa

Nombre en náhuatl

Sin datos

Nombre científico

Piper auritum Kunth

Lugar donde proviene

Magdalena, Magdalena

Temporalidad

Todo el año

Forma de consumo

Cocinada

Forma de preparación

Hervidas o utilizadas en fresco en diversos platillos, como ingrediente en barbacoa y tamales



Hoja de aguacate (*Persea americana* Mill.)

FICHA N° 37

Nombre vernáculo

Hoja de aguacate

Nombre en náhuatl

Ahuaximitl

Nombre científico

Persea americana Mill.

Lugar donde proviene

Magdalena, Magdalena

Temporalidad

Todo el año



Forma de consumo

Ingrediente

Forma de preparación

Como ingrediente añadido para barbacoa y tamales

Chile de cera (*Capsicum pubescens* Ruiz et Pav.)

FICHA N° 38

Nombre vernáculo

Chile de cera

Nombre en náhuatl

Chiltapon

Nombre científico

Capsicum pubescens Ruiz et Pav.

Lugar donde proviene

Magdalena, Magdalena

Temporalidad

Marzo a septiembre



Forma de consumo

Consumo en fresco, cocinado

Forma de preparación

Asado como ingrediente para salsa con vinagre y cebolla

Tepejilote (*Chamaedorea tepejilote* Liebm.)

FICHA N° 39

Nombre vernáculo

Tepejilote

Nombre en náhuatl

Sin datos

Nombre científico

Chamaedorea tepejilote Liebm.

Lugar donde proviene

Diversas localidades de la región

Temporalidad

Enero a marzo

Forma de consumo

Cocinado

Forma de preparación

Hervido en agua para posteriormente capearlo con huevo



Jinicuil (*Inga inicuil* Schltdl. et Cham. ex G. Don.)

FICHA N° 40

Nombre vernáculo

Jinicuil

Nombre en náhuatl

Icxinecuilli

Nombre científico

Inga inicuil Schltdl. et Cham. ex G. Don

Lugar donde proviene

Diversas localidades de la región

Temporalidad

Julio-agosto

Forma de consumo

Consumo en fresco

Forma de preparación

No aplica



A3. Encuesta dirigida a turistas

El Colegio de Postgraduados Campus Córdoba a través de la Maestría en Paisaje y Turismo Rural realiza el estudio “Los agroalimentos autóctonos y su valoración en el turismo rural”, que es conducido por el estudiante Ángel Eduardo Vázquez Martín. La información obtenida se usará únicamente con propósitos de esta investigación y su uso es confidencial. Cualquier duda o comentario dirigirse al teléfono 271 180 57 56. O bien al correo-e: angel.vazquez@colpos.mx

Objetivo. Valoración del conocimiento de los agroalimentos autóctonos. Este instrumento va dirigido a turistas en la ciudad de Orizaba, Veracruz.

Instrucciones: favor de marcar su selección con (X) o complementar según corresponda.

I. Perfil del turista

1. Nombre _____ 2. Edad _____
3. Años de escolaridad: 1-6 Primaria 7-9 Secundaria 10-12 Preparatoria
 13-16 Carrera 17-18 Maestría 19-22 Doctorado +22 Ninguno
4. Lugar de Residencia _____
5. ¿Lugar visitado? Coscomatepec Orizaba Ambos
6. Motivo de su viaje: Descanso/Diversión/Vacaciones Negocios/Trabajo/Profesional
 Cultura/Educación Familiar/Amistad Otros

Instrucciones: favor de marcar su selección con (X) o complementar según corresponda.

II. Conocimiento de los agroalimentos autóctonos

6. ¿Sabía que es un agroalimento autóctono? Sí No
7. Si su respuesta es Sí, indique cuáles conoce:

III. Importancia

Elija una opción para cada pregunta. 10 es la máxima calificación

	Escala										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. ¿Es importante para usted conocer los agroalimentos autóctonos del lugar que visita?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. ¿Le resulta relevante conocer el proceso de producción de agroalimentos autóctonos del lugar que visita?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Instrucciones. favor de marcar su selección con (X) o complementar según corresponda.

IV. Atracción sobre los agroalimentos autóctonos

10. ¿Cuál sería el motivo para **consumir** los agroalimentos autóctonos en sus viajes?

Conocer Salud Sabor Recomendación Presentación Precio Otra

Elija una opción para cada pregunta. 10 es la máxima calificación

	Escala										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. ¿Le resulta importante consumir alimentos y bebidas nuevas?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. ¿Qué tan importante es para usted consumir los agroalimentos autóctonos del lugar que visita?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. ¿Le gusta le ofrezcan alimentos del lugar que visita?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. ¿ Visitaría un lugar con la intención de conocer y consumir sus agroalimentos autóctonos?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15.¿Conocería el proceso de producción de los agroalimentos autóctonos?	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

“Los resultados de este trabajo se usarán para promover la valoración de los agroalimentos autóctonos a través del turismo”

“GRACIAS POR SU APOYO”