



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**

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

**ALIMENTOS LOCALES DE MÉXICO COMO MEJORAMIENTO  
DE LA ECONOMÍA RURAL: CASO QUESO CRIOLLO Y  
CECINA EN YECAPIXTLA MORELOS**

**TRABAJO TERMINAL DE GRADO**

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

**PRESENTA**

**YADIRA FERNANDA ORTEGA ARMIJOS**

**COMITÉ DE TUTORES:**

**DR. ALFREDO CESÍN VARGAS**

**DR. ENRIQUE ESPINOSA AYALA**

**DR. FERNANDO CERVANTES ESCOTO**

**UNIDAD SAN CAYETANO, TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO. JUNIO 2013**



## DEDICATORIA

---

Dedico este trabajo, a mis padres en especial a mi madre Isabel, quien siempre ha estado a mi lado apoyándome.

A mis hermanos y sobrinos, para quienes, no quiero ser, solo su hermana y tía sino, ser, el impulso para que busquen las oportunidades que la vida nos presenta.

A José Luis, mi compañero de vida, que ha apoyado incondicionalmente para la culminación de mis estudios.

A los amigos y amigas, que desde lejos y cerca, me han acompañado en este proceso.

A los pequeños productores de queso y cecina de Yecapixtla, Morelos, en especial a mi gran amiga Isela Torres y su familia, que siempre me recibió en su casa, en todo el trabajo de campo realizado.

Yadira Fernanda

## RESUMEN

---

Se analizó el vínculo entre la producción de queso y cecina en Yecapixtla, Morelos, alimentos esenciales de la cultura gastronómica local, para generar una propuesta de desarrollo local. Se utilizó la metodología con enfoque de cadenas y diálogos propuesto por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), se realizaron entrevistas a detalle con informantes clave, se aplicaron cuestionarios estructurados a queseros y cecineros, además de la revisión de información secundaria pertinente; instrumentos que, en su conjunto, permitieron la construcción de un diagnóstico, identificando las oportunidades y problemática de las actividades.

Yecapixtla, Morelos, tiene como actividad económica principal el turismo, además de la ganadería bovina, de la cual obtienen dos productos con una fuerte vinculación con el territorio: el queso criollo, fresco y maduro, y, otro altamente emblemático y de añeja tradición, la cecina, la cual al añadirle el patronímico Yecapixtla adquiere fama nacional, y es uno de los productos alimenticios que se envían a Estados Unidos de América, como parte del mercado de nostalgia.

Los productos, queso y cecina, representantes de la riqueza gastronómica del municipio, se elaboraban totalmente, hasta hace algunos años, con carne y leche provenientes de la ganadería de potrero, que se desarrolla en el municipio. En la actualidad, parte de la carne utilizada en la elaboración de la cecina es importada, la que es transportada hasta la comunidad envasada al vacío y congelada.

Yecapixtla aprovecha su ubicación estratégica, su cercanía con el Distrito Federal y con la capital del estado para tener un importante flujo de visitantes, actualmente forma parte de la Ruta de los Conventos; considerado un incentivo para el desarrollo local, lo que permitirá dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales y gastronómicas locales, ofreciendo, al mismo tiempo, empleo a una alta proporción de los habitantes del lugar.

**Palabras clave:** cadena agroalimentaria, cecina, turismo, territorio.

## **ABSTRACT**

We analyzed the link between the cheese and cured-meat production in Yecapixtla, Morelos, which are essential food of the local gastronomic culture, in order to mature a proposal on local development.

The methodology used was chain approach and dialogs proposed by the Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture (IICA), we interview in detail to key informants, structured questionnaires were applied to cheese makers and cecineros, in addition to the review of applicable secondary information; these instruments, as a whole, led to the construction of a diagnostic, identifying opportunities and problems of the activities.

Tourism represents the main economic activity of Yecapixtla, Morelos, as well as the cattle which yields two products with a strong link with the territory: creole cheese, fresh and ripe; and other highly emblematic and with old tradition, cecina, which added to the Yecapixtla popularity acquired national fame, moreover, it is one of the food products exported to the United States of America as part of the nostalgia market.

The products, cheese and cecina, representatives of the municipality gastronomical wealth, were fully made, not long ago, from cattle pasture of the Municipality. Nowadays, part of the meat used in the preparation of the cured-meat, is imported and transported to the community in frozen vacuum packages.

Yecapixtla take advantages of its strategic location, its proximity to the Federal District and state capital generates a significant flow of visitors, Now it is part of the Convent Route, considered an incentive for local development, which will encourage the traditional economic activities, and value the cultural and local food, offering, at the same time, work at a high number of local people.

Key Word: Agri-food chain, cecina, tourism, territory

## AGRADECIMIENTO

---

Al Dios de la vida, por darme la sabiduría y la fuerza en cada momento.

Al Dr. Alfredo Cesín Vargas, tutor y amigo; quien contribuyo significativamente en mi vida personal y profesional, pero principalmente a la culminación del presente trabajo, Gracias maestro.

Al Dr. Fernando Cervantes y al Dr. Enrique Espinoza, gracias por el aporte en este trabajo.

A todos y cada uno de los maestros y personal administrativo del Instituto Agropecuario y Rural (ICAR), quienes compartieron estos años de mi vida.

A todos los compañeros de la MARDTYTA, amigos y hermanos, por todas las vivencias, trabajos en grupos, sonrisas y por su cariño y amistad, mil gracias por todo.

Yadira Fernanda

## CONTENIDO

---

<b>1 INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>2 REVISIÓN DE LITERATURA</b>	3
2.1 Características del Territorio	3
2.2 Productos con identidad territorial	10
2.3 Turismo cultural y gastronomía	14
2.4 Cadena de valor con enfoque agroalimentario	26
2.5 Producción ganadera	38
2.6 Sistemas Agroalimentarios localizados	50
<b>3 ANTECEDENTES</b>	57
<b>4 JUSTIFICACIÓN</b>	60
<b>5 OBJETIVOS</b>	62
5.1 Objetivo General	62
5.2 Objetivos Específicos	62
<b>6 METODOLOGÍA</b>	63
6.1 Enfoque Metodológico	63
6.2 Etapas de la investigación	63
<b>7 RESULTADOS</b>	67
7.1 Cadena de Producción y Comercialización del Queso.	67
7.2 Cadena de Producción y Comercialización de la Cecina	80
7.3 Principales Atractivos Turísticos	94
7.4 Análisis FODA	105
<b>8 DISCUSIÓN GENERAL</b>	108
8.1 Relación con el territorio	108

8.2 Relación a nivel Productivo	108
<b>9 CONCLUSIONES</b>	<b>112</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>114</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>120</b>

### **LISTA DE FIGURAS**

<b>Figure 1.</b> Mapa político y territorial del Estado de Morelos	3
<b>Figura 2.</b> Jeroglífico de Yecapixtla	8
<b>Figura 3.</b> Cadena Agroalimentaria	29
<b>Figura 4.</b> Actividades básicas y de apoyo en un sistema agroalimentario	32
<b>Figura 5.</b> Multidimensionalidad de la competitividad	36
<b>Figura 6.</b> Cadena de valor con enfoque competitivo	38
<b>Figura 7.</b> Leche por sistema de producción en México	42
<b>Figura 8.</b> Relación Modelo SIAL con al AIR y el territorio	55
<b>Figura 9.</b> Fases y etapas de activación SIAL	56
<b>Figura 10.</b> Mapeo de la Cadena de Queso	68
<b>Figura 11.</b> Actores de la cadena	69
<b>Figura 12.</b> Producción de ganado vacuno	70
<b>Figura 13.</b> Instalaciones queseras familiares	72
<b>Figura 14.</b> Actores a nivel pequeña industria	73
<b>Figura 15.</b> Comercialización en el mercado municipal	74
<b>Figura 16.</b> Flujograma de proceso del queso criollo	75
<b>Figura 17.</b> Mapeo de la cadena de la cecina	80
<b>Figura 18.</b> Actores de la cadena de cecina	81
<b>Figura 19.</b> Faenamiento de la canal	83

<b>Figura 20.</b> Restaurantes ubicados alrededor del convento	85
<b>Figura 21.</b> Instalaciones del Mercado Municipal	86
<b>Figura 22.</b> Flujograma de proceso de elaboración de cecina	87
<b>Figura 23. Presentación del plato de cecina</b>	<b>89</b>
<b>Figura 24.</b> Mapa de la Ruta Turística	98

### **LISTA DE CUADROS**

<b>Cuadro 1.</b> Resumen nacional de producción leche bovina	42
<b>Cuadro 2.</b> Producción Mexicana de Carne en Canal de Bovino	48
<b>Cuadro 3.</b> Actores directos con referencia a la cadena queso fresco	77
<b>Cuadro 4.</b> Actores Indirectos con referencia a la cadena queso fresco	79
<b>Cuadro 5.</b> Actores directos en referencia a cecina	90
<b>Cuadro 6.</b> Actores indirectos en referencia a cecina	93
<b>Cuadro 7.</b> Inventario de Atractivos Turísticos	94
<b>Cuadro 8.</b> Itinerario de la Ruta Cecina y Queso	99
<b>Cuadro 9.</b> Programa Curricular	102
<b>Cuadro 10.</b> Matriz FODA	105



## **1 INTRODUCCIÓN**

En Yecapixtla, Morelos, la principal actividad económica es el turismo, este es, generalmente, de fin de semana y de estancias cortas o en "puentes", otra actividad importante es la ganadería bovina, de la cual se obtienen dos productos con una fuerte vinculación con el territorio, el queso criollo, fresco o maduro y otro altamente emblemático y de añeja tradición, la cecina; la cual al añadirle el patronímico Yecapixtla adquiere fama nacional e internacional, y es altamente apreciada en el mercado de la nostalgia, donde es consumida por mexicanos radicados en Estados Unidos de América.

Estos productos, representantes de la riqueza gastronómica del municipio, se elaboraban totalmente, hace algunos años, con carne y leche provenientes de la ganadería del potrero (doble propósito) que se desarrolla en el municipio.

Actualmente, la mayoría de la carne con que se elabora la cecina es de importación, la que llega a Yecapixtla congelada y empacada al alto vacío, en piezas que son trabajadas por tablajeros de la comunidad.

La valoración de un territorio manifestado en un conjunto de productos a nivel local, permite rescatar la forma y particularidad del proceso productivo, no solo para lograr posicionamiento en el mercado sino preservar la calidad del producto y que éste se identifique con ella. Yecapixtla como territorio, es un escenario en el cual los diferentes grupos sociales que viven y realizan

actividades, utilizan los recursos naturales que disponen, y generan modos de producción, consumo e intercambio; transformándose en bienes culturales y gastronómicos.

Con el objetivo de crear estrategias para fortalecer el vínculo entre la producción de queso y cecina en Yecapixtla, Morelos, alimentos esenciales de la cultura gastronómica local, se realizó una investigación para identificar la cadena de queso fresco o de rancho, y de la cecina y su vinculación dentro del territorio. Lo anterior, para generar una propuesta de desarrollo local.

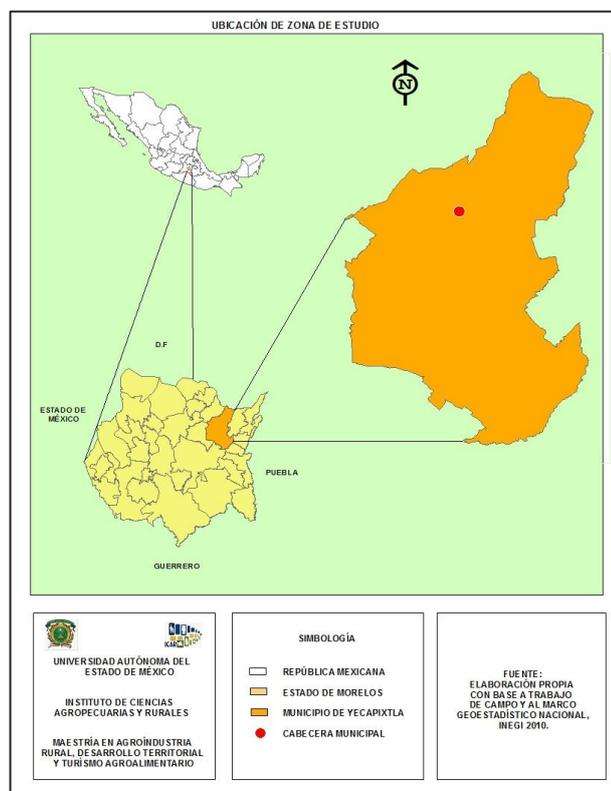
## 2 REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Características del Territorio

- **Medio físico**

Yecapixtla es municipio del estado de Morelos y se ubica en la región oriente, geográficamente en la latitud 18°53'00 norte, longitud 98°51'54 oeste del meridiano de Greenwich, a 1,580 msnm y con una superficie de 176.41 kilómetros cuadrados, cifra que representa el 3.62% del total de la entidad (INEGI, 2010).

**Figure 1. Mapa político y territorial del Estado de Morelos**



**Fuente: INEGI, 2005**

El clima del municipio es húmedo, semicálido con invierno poco definido, con lluvias, principalmente, de junio a octubre. La temperatura promedio anual es

de 22°C, se registra una precipitación pluvial media anual de 890 milímetros y forma parte de las concavidades del sistema orográfico del Volcán Popocatepetl (Enciclopedia de los municipios, 2010).

Las elevaciones máximas del municipio de Yecapixtla, son el cerro de Achichipilco que tiene 2,110 metros de altura y el cerro del Mirador, con 1,882 msnm (INEGI, 2010).

- **Población y economía**

Según INEGI, en el año 2010, la población total del municipio fue de 46,809 habitantes de los cuales 22,967 pertenecían al género masculino y 23,842 al femenino. La población total en la cabecera municipal fue de 16,811 habitantes, 8,293 hombres y 8,518 mujeres (INEGI, 2010).

Los indicadores de participación económica del municipio de Yecapixtla, de acuerdo a INEGI 2010, se distribuyeron en Población Económicamente Activa (PEA), con un total de 18,450 habitantes, siendo, 12,900 hombres y 5,550 mujeres. Del total de la PEA, la población ocupada era de 17,538 personas (INEGI, 2010).

La distribución de la población ocupada, por situación de trabajo, en el año 2010, reportada por INEGI, estuvo representada en las siguientes categorías: profesionales, técnicos y administrativos 11.91%, trabajadores agropecuarios 12.72%, comerciantes y trabajadores en servicios diversos 51.82%; y habitantes que no especifican su actividad 0.28% (INEGI, 2010).

La distribución de la población, en términos relativos, en los distintos sectores fue la siguiente: primario 18.13%; secundario 27.33%; terciario 54.27%, y no especificada 0.27% (INEGI, 2010).

- **Producción**

Con respecto al uso del suelo y al tipo vegetación presente, para el año 2011, en Yecapixtla fue: agricultura 86.36%, zona urbana 0.57%, Pastizal 7.95%, y vegetación secundaria 4.54% (INEGI, 2011).

Mientras que el uso potencial de la tierra, considerando el nivel tecnológico que se puede utilizar en la actividad agrícola, apta para agricultura mecanizada 72.97% de la superficie; agricultura trabajada con tracción animal 11.49%; agricultura mecanizada estacional 10.20%; agricultura manual estacional 0.28% y no útil para la agricultura 5.06% (INEGI, 2009).

Y en el área pecuaria, se consideró para el desarrollo de praderas cultivadas el 94.66%; para el aprovechamiento de la vegetación de pastizal el 0.28% y no apta para uso pecuario el 5.06% (INEGI, 2009).

- **División territorial**

De acuerdo al Periódico Oficial “Tierra y Libertad” periodo 2009 - 2012, el municipio de Yecapixtla, Morelos, limita al norte con el Estado de México, al sur con el municipio de Cuautla, al este con Ocuituco y al oeste con Atlatlahucan.

El municipio se divide territorialmente en la cabecera municipal, del mismo nombre, integrada por seis barrios: Cruz Verde; La Concepción; San Pablo; Santa Mónica; Santo Tomás y Tlachichilco o San Marcos.

Además de diecinueve ayudantías municipales: Achichipico, Adolfo López Mateos, Aquiles Serdán, Los Capulines, Francisco I. Madero, Huexca, Juan Morales, Los Limones, Los Reyes, Mexquemeca, Paraíso Escondido, Pazulco, Tecajec, Texcala, Tezontetelco, Tlamomulco, Xochitlán, Yecapixteca y Zahuatlán.

Así como once comunidades: Chichicastles, Girasoles, Unidad Habitacional Condominios del Bosque, Loma Bonita, Los Amates, Mixtlalcingo, Noche Buena, Nueva Yecapixtla, Paraíso de las flores, Xalpa I y Xalpa II.

### **2.1.1 Orígenes de Yecapixtla**

El actual municipio de Yecapixtla es un asentamiento prehispánico, según la mitología del pueblo, se cree que fue fundado en el año 1325 por los Xochimilcas y a este territorio se le denominó Xihuatza – Capitzalan, debido a que los gobernantes tenían chalchihuites atravesados en la nariz (Méndez, 2003: 16).

Otros autores, como Manuel Orozco y Berra, consideran las raíces etimológicas Yácatl (nariz); Piztli (la figurilla o cuesco de cierta fruta), dando como resultado “los de las narices aguzadas o afiladas“, y el historiador Domingo Diez menciona a Hehecapixtla, que se deriva de Hehecatl (viento), Pixtli (el cuesco de alguna fruta) y Tlan (lugar). Es decir, “lugar en donde hay vientos y narices aguileñas“ (Méndez, 2003).

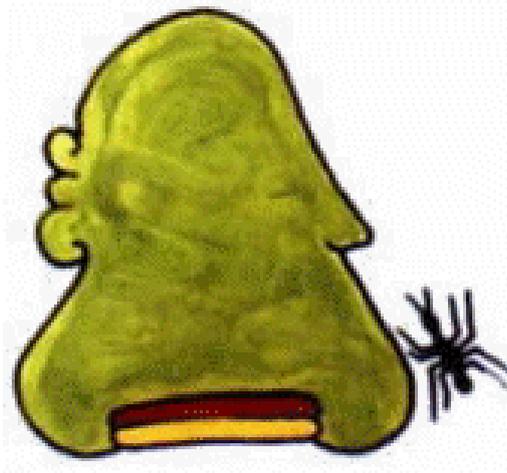
Asimismo el fraile Bernardino de Sahagún comenta: “Yacapitzauac” era hermano de dios “Yacatecuhtli”; a quien honraban los mercaderes y con quien se relaciona el nombre del lugar. Otro autor, Simeón, en el diccionario de lengua Náhuatl, lo llamó, Yacacoliuhqui, por el ídolo encontrado en una piedra sobre el Tecoalli del pueblo Tlahuica, encima del Tecoalli se construyó el convento dedicado a San Juan Bautista (Méndez, 2003).

Continuando con las bases etimológicas, Bernal Díaz de Castillo, en su obra “Historia verdadera de la conquista de la Nueva España”, menciona el nombre Acapistla, aunque la palabra náhuatl del lugar era Ayacapixtlán, con la variación de Atl: que significa Guerra y Pitzahuac: alargado o estrecho, y se traduce como: “Tierra estrecha o alargada donde se preparan los guerreros de Yacapitzauac” (Méndez, 2003).

En este mismo contexto, una vez sometido el pueblo de Ayacapixtlán, y después de extinguirse los guerreros, el pueblo tlahuica toma por nombre Yecapixtla (Méndez, 2003). Donde, Yekapitzda, que provienen de yeka-tl, o eka-tl, “aire”; pitz-auak, “casa delgada”, y tla-n, lugar, y quiere decir "Lugar de sutiles aires" (Enciclopedia de los municipios, 2010).

Finalmente, Yecapixtla se describe bajo la referente toponímica, “la tierra de los hombres y mujeres de nariz afilada”. Y su jeroglífico (Figura 2), aparece con un insecto para indicar que produce el aire delgado con sus alas.

**Figura 2. Jeroglífico de Yecapixtla**



**Fuente: Enciclopedia de Municipios, 2010**

Adicionalmente, el topónimo tiene la forma de un monte considerado la parte fundamental, para ubicar la geografía del municipio.

### **2.1.2 Antecedentes históricos de Yecapixtla**

De acuerdo al libro *Ayacapixtlán, historia de un pueblo Puchteca por tradición*, escrito por el cronista Antonio Méndez Ramírez, donde se relatan las raíces culturales del municipio de Yecapixtla. Inicia la historia el año 1325, con la fundación por los tlahuicas; aunque se han encontrado vestigios, Olmecas, Mexicas, Xochimilcas y Chalcas, anteriores. Yecapixtla fue uno de los imperios en los que estuvo dividida la antigua provincia de Tlalnahuátl y fue conquistada por Moctezuma entre los años 1440 y 1489 (Méndez, 2003).

Siguiendo con la narración, en el año 1521, llegaron a tierras tlahuicas los españoles invasores, al mando de Gonzalo de Sandoval, quien, por

instrucciones de Hernán Cortés, debía someter a estas provincias para derrotar definitivamente a la gran Tenochtitlán. Esta labor fue cumplida y según el relato de Bernal Díaz del Castillo, “Fue una lucha bastante numerosa entre guerreros mexicanos, casi imposible de ganar dada la conformación geográfica que tiene este lugar, pues gracias a su fortaleza natural, fue muy difícil el sometimiento, sus profundas cañadas que ahí se encuentran, e impedían el ingreso de los nuestros” (Díaz, 1992).

En el año 1525, aun sin haber cesado la rebelión interna de los naturales ante el yugo de los españoles, llegaron al lugar los frailes franciscanos, quienes se insertaron en la comunidad y aprendieron el idioma local, aseguraron la protección de las artes, la ciencia, la agricultura, pero también les enseñaron castellano a los habitantes originarios del sitio; el cual sirvió como inicio de la evangelización, ésta se basó en las prácticas de los ancianos principalmente en la predicción del tiempo; fue así como los frailes descubrieron que los moradores esperaban una serie de acontecimientos, coincidentes con el año que estaba iniciando, razón por la cual se impuso el cristianismo rápidamente (Méndez, 2003).

Posteriormente, en el año 1533, llegaron los frailes agustinos a México, quienes fundaron su primer convento en el poblado de Ocuituco, siendo pionero en Latinoamérica y por la cercanía e importancia de Yecapixtla, como centro tributario de los Mexicas, se extendieron hasta ese pueblo.

En esta ciudad, anteriormente llamada Ayacapixtlán, y de acuerdo a la mitología, dada en ese tiempo se dice que la figura del Señor “Yacapitzauac”, el gobernante cósmico, quien representaba al guía de los caminos y protector

de los Puchteca del lugar, fue sustituido por la doctrina cristiana, y en su lugar colocaron al santo que ellos traían, San Juan Bautista (Méndez, 2003, 57).

Entre 1535 y 1540, los frailes agustinos construyeron el monasterio de San Juan el Bautista y desde allí atendieron un grupo reducido de poblaciones. El monasterio se convirtió en el centro de la organización regional durante la época colonial (Enciclopedia de los municipios, 2010).

Posteriormente, en el año 1580, Ayacapixtla pasa a ser una de las cuatro villas del marquesado de Oaxaca. En 1603, bajo el proyecto urbano de Felipe II, se formaron los barrios coloniales de Santa Mónica, San Esteban, San Pablo y la Concepción; los cuales fueron reducidos particularmente a Yecapixtla, en 1630 se dio la liberación de los recursos naturales, en 1750 los pobladores de Yecapixtla salen a trabajar en las haciendas de la región de Cuautla, Calderón, Buenavista, Coahuixtla y Tenextepango; en 1754 se da la secularización del monasterio, y en 1810 se integró el municipio de Yecapixtla con el de Jonacatepec (Enciclopedia de Municipios, 2010).

Finalmente, el 2 de julio de 1824 se segregó el municipio de Yecapixtla del de Jonacatepec y se incorporó al de Cuautla. Al constituirse el estado de Morelos, en 1869, Yecapixtla siguió teniendo la categoría de municipio, la que conserva hasta la fecha.

## **2.2 Productos con identidad territorial**

### **2.2.1 Definición**

Tomando como base los conceptos dados en el desarrollo rural con enfoque territorial, se define al territorio: “como un constructo social que le confiere un

tejido social único, dotado de una determinada base de recursos naturales, ciertos modos de producción, consumo e intercambio, y una red de instituciones y formas de organización que se encarga de darle cohesión al resto de elementos“ (Sepúlveda et. al., 2003).

Afín a lo anterior, identidad territorial “es una asociación de significados que tienen que ver con el pasado histórico, con sus formas de resignación, con la transmisión y la perdurabilidad de los valores que con él vienen adheridos. El tema de la identidad territorial es un proceso a largo plazo” (UNT, 2002).

Otro aspecto, relativo al territorio, es el escenario en el cual los diferentes grupos sociales viven y realizan sus actividades, utilizando los recursos naturales que disponen y generan modos de producción, consumo e intercambio, que respondan a ciertos valores culturales y que se enmarcan, asimismo, en una organización político - institucional determinada. (Sepúlveda, 2008).

### **2.2.2 Fundamentos conceptuales de la visión territorial**

Para sustentar el proceso organizativo en un territorio, y proyectar una adecuada perspectiva de desarrollo, se describen ocho fundamentos de una visión territorial:

**Cohesión territorial**, su definición viene de la experiencia europea de integración, entendiéndose como el ordenamiento del territorio, de tal manera que la distribución de las actividades humanas sea equilibrada y se dé el acceso equitativo, de los ciudadanos y de los agentes, a los servicios de

interés económico, social y político general, independientemente del sector al que pertenezcan (Gómez, 2010).

La cohesión territorial debe tener en cuenta la particularidad de los distintos territorios, ya que no todos son iguales ni su desarrollo puede plantearse de manera uniforme. No obstante, se debe promover el desarrollo amplio e interconectado, aplicando políticas coordinadas y guiadas por una lógica no sectorial, sino integral.

**Cohesión social**, se puede definir, en este contexto, como el grado de consenso de los miembros de un grupo social sobre la percepción de la pertenencia a un proyecto común, dando prioridad a las percepciones de los actores y no a los mecanismos necesarios para conseguirlos (Sojo, 2007).

La creación de pactos y acuerdos entre quienes integran las comunidades, es la base fundamental para crear confianza necesaria entre los actores de los territorios locales, de tal manera que se transformen en socios de su propio desarrollo.

**Desarrollo endógeno**, se relaciona con la capacidad de dicho territorio para progresar y crecer económica, social, política y culturalmente en virtud de sus capacidades internas (Vázquez, 2002).

El desarrollo endógeno, por lo tanto, es una interpretación útil para entender la dinámica económica y productiva y para definir y ejecutar las respuestas de las organizaciones e instituciones a los retos de la competitividad.

**Desarrollo regional**, perfila un panorama de relación entre territorios locales, en función de una región geográfica determinada, donde las dinámicas de competitividad dejan de ser sectoriales para ser procesos localizados en escenarios región - ciudad, donde, a partir de las características propias de las actividades funcionales de la zona, buscan moldear las economías regionales para hacerlas más competitivas en la economía nacional y global (Moncayo, 2003).

El desarrollo regional, busca crear el ambiente propicio para fortalecer las capacidades, utilizar la infraestructura y tecnología dada dentro de un territorio circundante, para garantizar su desarrollo.

**Sistema Agroalimentario Localizado**, se designa como la concentración sectorial o geográfica de empresas que se desempeñan en la misma actividad o actividades estrechamente relacionadas, de un territorio local o global, vinculado a lo largo de la cadena productiva que intervienen (Boucher, 2010).

**Diseño de políticas públicas**, orientadas por la demanda, como expresión de la sesión de competencias a los agentes locales, referidas a la adopción de procesos abiertos de participación, no solo en el diagnóstico del territorio, sino en la presentación de proyectos o propuestas, manejo de recursos existentes y cogestión durante la implementación a través de los consejos territoriales. El objeto de un proceso de políticas públicas orientado por la demanda es generar relaciones horizontales entre los actores locales y las instituciones públicas, aprovechando las redes de cohesión social y territorial anteriormente descritas (Gómez, 2010).

**Red de políticas públicas:** Una red de políticas públicas puede identificarse como: 1) una estructura configurada por los vínculos, más o menos estables, que mantengan un determinado número de actores públicos y privados, y 2) que intercambien recursos, materiales e inmateriales, en razón de su mutua dependencia en el proceso de formulación, decisión y ejecución de las políticas públicas al interior de un determinado ámbito sectorial o subsectorial (Porras, 2006).

Además la red permitirá la concentrar los esfuerzos de la gestión pública en el territorio con los actores locales y favorecer la distribución de recursos orientados hacia ellos mismos.

**Consejos territoriales,** estos consejos son propuestos como centrales en la estructura institucional del enfoque, conformados por representantes de todos los actores con injerencia en el territorio, organizaciones sociales de base, empresas privadas, instituciones públicas y privadas (Gómez, 2011).

Las competencias dependerán del caso o producto de estudio pero su objetivo es cuidar la distribución de los recursos para la toma de decisiones en un proyecto dado. Además este consejo, es de vital importancia en la toma de decisiones, por consecuencia debe estar representado y pertenecer los agentes interesados.

## **2.3 Turismo cultural y gastronomía**

### **2.3.1 Conceptos e Importancia**

El Turismo Cultural se define como "aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos,

espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" (SECTUR 2002).

También, el Turismo Cultural juega un papel muy importante para promover, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de un país. Los efectos que genera el tratamiento adecuado del turismo cultural, desde una perspectiva de mercados, trae como consecuencia, la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos (SECTUR, 2011).

Por otra parte, la gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. A menudo se piensa, erróneamente, que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos en torno a una mesa. Sin embargo, ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina, no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida. De esta forma se vinculan: Bellas Artes, Ciencias Sociales, Ciencias Naturales e incluso Ciencias Exactas alrededor del sistema alimenticio del ser humano (Universidad de Perú, 2005).

Desde el punto de vista etimológico la palabra "gastronomía" no tiene un significado del todo válido, deriva del griego "gaster" o "gastros" que quiere decir estómago y "gnomos", conocimiento o ley (Universidad de Perú, 2005).

### **2.3.2 Productos de Turismo cultural**

México experimenta una importante etapa de crecimiento en cuanto al turismo cultural se refiere. El desarrollo y creación de productos turísticos culturales es una buena forma de incrementar el aprovechamiento del patrimonio de forma sustentable, y el crecimiento de este mercado ofrece buenas oportunidades (Ávila, 2011).

El turismo motivado por la cultura representa el 5.5% de los viajes nacionales y el 2.9% de los internacionales, mientras que el interés sobre los destinos culturales alcanza el 35.7% en el mercado nacional y 37% en el internacional. Por otra parte, más del 40% de los turistas que viajan a México realizan actividades culturales como parte de su viaje (Ávila 2011; 83).

De esta manera, el turismo cultural cubre todos los aspectos del viaje, quienes transitan aprenden acerca de las costumbres e idiosincrasia de cada sociedad; así, el turismo es un medio importante para fomentar las relaciones culturales y la participación internacional (Lacanau, 2003).

#### **2.3.2.1. El Turismo gastronómico**

Por otra parte, el turismo desde la perspectiva de la gastronomía se fundamenta entre aquellas personas cuyos motivos de viaje o disfrute se centran principalmente en la comida, a esto se lo llama “turismo gastronómico”, sin excluir a aquellos turistas que cada vez ocupan un papel importante de la demanda, sin estar enfocados directamente al turismo gastronómico.

Aunque no existe una definición específica de turismo gastronómico, la secretaria de turismo (SECTUR) considera que aquellos visitantes que tienen por objetivo o destino específico conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas de la región, para conocer las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o en fechas específicas que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia local y/o nacional, ó porque son de temporada, para conocer sus ingredientes e incluso para aprender a prepararlos, es decir, para descubrir nuevas sensaciones y experiencias culinarias (SECTUR, 2010).

Asimismo, Hall y Sharples (2003), consideran al turismo gastronómico como la visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festividades gastronómicas, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos es la razón principal para la realización del viaje.

Al turista que se alimenta durante su viaje, se le puede colocar en alguno de los siguientes grupos:

Aquellos que disfrutan de comida en tránsito, es el turista que no siente una particular inclinación por conocer una cultura por su gastronomía, se comporta simplemente como una persona no residente en la zona pero que precisa alimentarse diariamente durante su viaje;

Aquellos que disfrutan de comida en destino, es el turista que viaja a un destino en particular sólo para conocer y experimentar comida o tiene un interés especial por la oferta gastronómica.

En cualquier caso, que la demanda sea atendida correctamente es un factor imprescindible para que el turista esté contento durante su desplazamiento y disfrute la estancia en el destino escogido (Torres, 2003).

Además, un aspecto a considerar es que, generalmente, los establecimientos que comercializan alimentos preparados tienen como clientes habituales a habitantes de la localidad, además de los turistas.

### **2.3.3 Alimentación y diversidad cultural**

La cultura de la alimentación considera algunos aspectos de la comida que van más allá del simple aporte de nutrientes, ya que el acto de alimentarse está influido por la construcción de la identidad simbólica de los alimentos. La alimentación no sólo contempla la satisfacción de una necesidad fisiológica, idéntica en todas las personas, sino también la diversidad de culturas y todo aquello que contribuya a moldear la identidad de cada pueblo (Ávila, 2011).

La alimentación siempre está presente como requisito básico para la nutrición de las personas, ayuda al desarrollo humano y garantiza la calidad de vida. Según Gouveia (1999), los hábitos alimenticios están influenciados por diferentes factores:

**Culturales:** los hábitos alimentarios constituyen un aspecto importante de la forma de vida de un pueblo. La cultura se transmite de generación en generación por medio de la familia, escuela, religión, etc.

**Económicos:** dependen de los costos y disponibilidad de los alimentos y el porcentaje que representa del ingreso de las familias

Sociales: los modelos alimentarios dependen de la organización de la sociedad, con sus múltiples estructuras y sistemas de valores que las acompañan.

**Psicológicas:** los hábitos alimentarios constituyen una parte importante en el comportamiento humano.

**Prejuicios, creencias y tabúes:** por más adelantada que sea la cultura en que está insertado el individuo, siempre hay un lugar en su mundo en donde se esconde la superstición, y en el ámbito de la comida se acentúa aún más.

La gastronomía, como parte de la vivencia cultural, es una manifestación espontánea, adquirida y asumida como modo de vida por un individuo o grupo. Las personas se alimentan de acuerdo a su contexto social. La necesidad de alimentarse no forma parte de una cultura, sino está ligada a la elección de que comer (Torres, 2003).

#### **2.3.3.1. La gastronomía en México, elemento diferenciador del turismo.**

México tiene en su cocina una de sus mayores riquezas, elemento que debe ser aprovechado para impulsar el turismo, basado en la integralidad, diferenciación y calidad. Además, la comida mexicana adquiere mayor importancia como turismo gastronómico, aunque no existe una oferta estructurada en este segmento.

De esta manera, la gastronomía es mucho más que un simple arte culinario, es un importante vehículo de la cultura popular, y, al mismo tiempo, posibilita

percibir la forma cómo viven los habitantes de cada lugar en una época determinada (Ávila, 2010).

El rescate de la identidad de la gastronomía típica, de un lugar determinado, significa entrar en contacto con la cultura y el perfil de un pueblo, y a través de sus costumbres culinarias, un lugar no sólo muestra sus gustos y paladares, sino da indicios de las características geográficas, y las influencias recibidas de otros sitios (Torres, 2003).

#### **2.3.4 Rutas Gastronómicas**

Los primeros relatos acerca de la promoción de elementos gastronómicos como atractivos turísticos, datan de mediados del siglo XIX. De acuerdo con Csergo (1998), después de la perfección de la red ferroviaria en Europa, que llevó al incremento de los viajes de placer, surgieron numerosas guías turísticas que dieron importancia, entre otras, a las peculiaridades culinarias como puntos de interés turístico y parte de patrimonio de las localidades (Scuta 2003).

Consecuentemente, Barrera en el año 2005, define la ruta gastronómica como un itinerario que permite reconocer y disfrutar, de forma organizada, el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, expresiones de la identidad cultural.

De este modo, es necesaria la caracterización de las rutas gastronómicas a través de varios elementos, entre ellos, la producción básica que distingue al territorio, el itinerario desarrollado en base a la red vial, el o los establecimientos agropecuarios - comerciales adheridos a la ruta donde se

produce el alimento que da origen al nombre de la misma, la existencia de un número mínimo de integrantes en cada eslabón, que justifique su apertura y la normativa reglamentaria que ejerza el funcionamiento de los integrantes (Barrera, 2005).

Luego, la ruta debe ofrecer, a quienes la recorren, una serie de actividades placenteras, relacionadas con los elementos distintivos de la misma, entre ellos se debe considerar: comida, producción agroindustrial, actividades rurales, entretenimiento en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional.

Otro apartado es la organización de la ruta, este, sirve para consolidar la cultura productiva regional, valorizar los alimentos, dinamizar las economías regionales y promover la cultura gastronómica nacional a través de las expresiones culinarias regionales (Barrera, 2005).

Finalmente, las rutas gastronómicas deben estar integradas por los productores agropecuarios, quienes reciben turistas, a los cuáles les brindan servicios de alimentación, destacando los restaurantes locales que privilegian en sus menús los platos tradicionales basados en la producción primaria local, y los proveedores agroindustriales de la zona

#### **2.3.4.1. Tipos de rutas gastronómicas**

A continuación se detalla una forma de clasificar a las rutas y su fundamento:

Rutas gastronómicas por producto: Se trata de rutas organizadas sobre la base de un determinado producto, vinos, quesos, etc., son las más frecuentes Calzavara, (1998).

Rutas gastronómicas por plato: Se trata de una organización cuyo sustento más importante es el plato preparado; es decir, la cocina constituye el hilo conductor de la organización. Por ejemplo: la Ruta de la Carpa Frita y del Choucrutte (Alsacia) en Francia, o la embrionaria Ruta del Curanto en el Sur de Chile (Barrera, 1999) .

Rutas étnico-gastronómicas: Aunque podrían integrarse a las rutas por plato, el componente étnico es tan importante que merece distinguirse. Se trata de aquellos emprendimientos sustentados en la tradición culinaria de pueblos inmigrantes. Un ejemplo es la ruta de la colonia italiana Roteiros Integrados da Quarta Colonia (Barrera, 1999).

### **2.3.5 Atractivos turísticos**

#### **2.3.5.1. Conceptos**

Atractivos Turísticos es el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés de un visitante.

Un atractivo es un recurso, intangible o tangible, que provoca una motivación por parte de la demanda. (Maldonado, 2010).

#### **2.3.5.2. Inventario de atractivos turísticos**

Para la evaluación de los atractivos, con potencial para el desarrollo del turismo rural, se puede emplear la metodología de evaluación del patrimonio

turístico desarrollada por CICATUR/OEA<sup>1</sup> (1983), la cual divide los atractivos en naturales y artificiales, y, posteriormente, establece clases y jerarquías que son muy útiles para diseñar productos turísticos. Es importante aclarar que, si bien esta clasificación facilita una evaluación objetiva, siempre implica la realización de juicios de valor.

La clasificación propuesta por CICATUR es la siguiente:

**Atractivos naturales**, incluyen: montañas, planicies, volcanes, playas, arrecifes, lagos, ríos, caídas de agua, grutas y cavernas; sitios de pesca y caza, observación de flora y fauna, parques nacionales, termas, etc.

**Atractivos artificiales**, son: museos y manifestaciones culturales: sitios históricos y arqueológicos, obras de arte, ciudades o pueblos construidos con sistemas o estilos propios.

**Folklore**: Manifestaciones religiosas y populares, ferias y mercados, música, danzas, artesanías, grupos étnicos, gastronomía típica.

**Realizaciones técnicas y científicas**: Explotaciones agropecuarias, mineras e industriales, obras de ingeniería como puentes y represas y centros de investigación científica.

**Acontecimientos programados**: Incluye distintas actividades organizadas donde el turista puede participar como actor o espectador, se destacan:

---

<sup>1</sup> Antiguo Centro Interamericano de Capacitación Turística, asociado a la Organización de Estados Americanos (OEA).

música, teatro, deporte, fiestas religiosas o profanas, ferias populares y exposiciones, vida nocturna, carnavales, rodeos, congresos.

### **Clasificación por clases:**

Las clases se definen según un análisis, que se hace de todos los atractivos que se encuentran en un destino turístico determinado, y pueden ser centrales o complementarios:

**Central:** Cuando el atractivo es el que atrae al turista, por sobre todos los demás, y hay una tendencia de los clientes a ocupar mayor tiempo en el sitio donde se encuentra.

**Complementario:** es aquel que contribuye a completar un día de actividades en un destino turístico, pero no es el atractivo principal.

### **Categorización por jerarquías:**

El CICATUR estableció cinco jerarquías (0-5). A continuación se presenta la jerarquización sugerida por Quesada, 2005.

**Jerarquía 5:** atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país o de algún mercado específico.

**Jerarquía 4:** atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o

externo pero en menor porcentaje que los de la jerarquía 5, ya sea por sí sólo, o en conjunto con otros atractivos cercanos.

**Jerarquía 3:** atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales).

**Jerarquía 2:** atractivos con un radio de influencia mayor pero no lo suficiente para motivar por sí solos al viaje turístico, funcionan si se complementan con otros de mayor jerarquía, implican pernocte en forma excepcional.

**Jerarquía 1:** atractivos sin méritos, que por sus atributos sólo son conocidos a nivel local, no implica pernocte. Pueden complementarse con atractivos turísticos de mayor jerarquía.

**Jerarquía 0:** atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización.

La jerarquía asignada a un atractivo debe ser bien ponderada y evitarse la subjetividad, pues los atractivos compiten con otros de su misma tipología a nivel nacional e internacional. Así, se tiene que en el umbral superior (jerarquía 5) son pocos los atractivos que clasifican, pues tienen que tener un carácter excepcional, generalmente son sitios que han sido declarados, por la UNESCO, como patrimonio de la humanidad. Los atractivos de mayor jerarquía (3-5) son los que generan la mayoría de los desplazamientos turísticos internacionales; en contraposición, los atractivos de menor jerarquía (0-2) solamente tienen importancia al nivel local o nacional (Quesada, 2005).

## **2.4 Cadena de valor con enfoque agroalimentario**

### **2.4.1 Conceptos**

Inicialmente el concepto general de cadena de valor, es la organización tradicional y espontánea de los diferentes actores implicados en las actividades económicas que van desde la producción primaria rural hasta los consumidores finales de un producto, sea un bien o servicio (Ostertag, 2007).

En este mismo aspecto la cadena de valor es una secuencia de actividades comerciales conexas (funciones) comenzando por el suministro de insumos específicos para un producto determinado hasta la producción primaria, transformación, comercialización, llegando a su venta final al consumidor (GTZ, 2007)

Así mismo a la cadena de valor se la considera un modelo de negocios para un producto comercial determinado. El modelo de negocios permite atender a clientes definidos, utilizando una tecnología específica y una forma particular de coordinar la producción y la comercialización entre varias empresas (GTZ , 2007).

Pero sobre todo, la cadena de valor no es solamente un concepto económico sino puede constituirse en sistemas sociales, en armonía con las normas sociales dadas y de acuerdo a sus propios intereses comunes o divergentes. En la medida en que el desarrollo de la cadena requiera una mejor coordinación entre los operadores de la cadena y nuevas formas de relaciones contractuales, el comportamiento de los actores también deberá cambiar. Por lo tanto, el mejoramiento (upgrading) de la cadena de valor no

es simplemente un tema de optimización organizacional y técnica, sino que implica aprendizaje y relaciones sociales a la vez (Cooperación Técnica Alemana GTZ, 2007).

En otro sentido, se define a la cadena de producción o agroalimentaria como: “el conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, la transformación y en el traslado hasta el mercado de realización de un mismo producto agropecuario”(Durufle, 1988, cit. por Herrera, 1996).

#### **2.4.2 Características de la cadena agroalimentaria**

La cadena agroalimentaria, debido a que denota diversas concepciones, ideas y propuestas metodológicas, en la que se detallan varios enfoques:

Desde el punto de vista de la realidad socioeconómica, la cadena agroalimentaria, es un sistema que agrupa actores económicos y sociales interrelacionados que participan articuladamente en actividades que agregan valor a un bien o servicio, desde su producción hasta que este llegue a los consumidores, incluidos los proveedores de insumos y servicios, transformación, industrialización, transporte, logística y otros servicios de apoyo como el financiamiento (García-Winder *et al.*; 2009).

Una cadena de valor es también diferente de la relación de la rivalidad en los negocios que se encuentra en muchas partes del sector agroalimentario, los miembros de la cadena de valor, reconocen que todos los participantes deben ganar ganar; es decir la cadena de valor se reconoce más con cooperación en el negocio, antes que con rivalidades (Iglesias, 2002)

Por otra parte, la cadena agroalimentaria también puede ser interpretada desde el punto de vista analítico, como una forma de entender las relaciones entre actores en la agricultura y el medio rural, desde la provisión de insumos, la producción primaria hasta la entrega del producto al consumidor final, donde las relaciones que se establecen pueden ser de tipo contractual o comercial (García-Winder *et al.*; 2009).

La cadena agroalimentaria también se puede analizar desde un enfoque operacional, como el agrupamiento coherente de individuos o grupos de individuos que pueden denominarse agentes, actores o interventores, distribuidos en diferentes niveles, que tienen en común aumentar el valor agregado de un producto agroalimentario o de un grupo de productos en particular (Martin *et al.*, 1999, tomado de Gutiérrez, 2009).

Y desde otra perspectiva, también existen cadenas básicas tradicionales, que corresponden a cadenas centrales en torno a granos básicos o materias primas para consumo humano, y sus características son: gran heterogeneidad en la fase industrial, presencia creciente de economías de escala en la producción primaria y comercio internacional reducido a grandes empresas transnacionales (Chavarría, 2002).

#### **2.4.3 Estructura de cadena de valor con enfoque Agroalimentario**

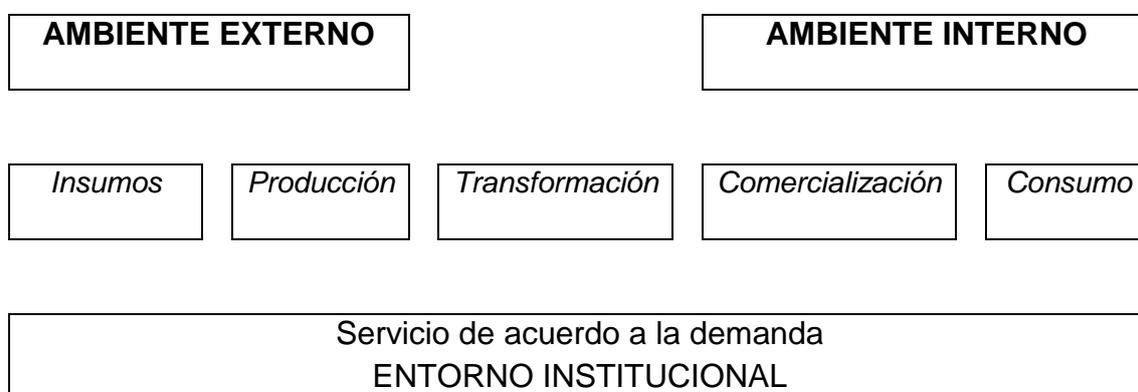
La caracterización de un sistema agroalimentario consiste en identificar las actividades, los actores que lo constituyen y las relaciones técnicas y socioeconómicas existentes. Asimismo a partir de esta caracterización, se identifican las fortalezas y debilidades de cada eslabón y del conjunto, con el

fin de orientar su evolución hacia un mayor nivel de competitividad dentro de un marco sostenible y equitativo (Herrera, 2005).

La cadena agroalimentaria incluye, además, el abastecimiento de insumos (financiamiento, seguros, maquinarias, semillas, fertilizante, etc.) y equipos relevantes, así como todos los servicios que afectan de manera significativa a dichas actividades: investigación, capacitación, asistencia técnica entre otras (SAGARPA, 2005).

A continuación se detalla el esquema general de la cadena agroalimentaria:

**Figura 3. Cadena Agroalimentaria**



**Fuente: Pico y Reinoso, (2006)**

Esta figura se propone, cuando se trabaja en iniciativas agroproductivas, tratando, aunque con dificultad, establecer algunos acuerdos entre actores, ya que este proceso significa beneficios para unos y cambios negativos en su fuente de acumulación para otros (Fortipapa, 2009).

#### **2.4.3.1. Mapeo y análisis de cadena**

El mapeo de la cadena de valor significa trazar una representación visual del sistema de la cadena de valor. Los mapas identifican las operaciones

comerciales (funciones), los operadores y sus vínculos, así como los prestadores de servicios de apoyo, dentro de ella. Los mapas de la cadena son el núcleo de cualquier análisis de cadena de valor y, por tanto, son indispensables (Cooperación Técnica Alemana GTZ, 2007).

Además se puede separar a los actores de los diferentes eslabones en subgrupos para el mapeo, análisis de los servicios de apoyo o líneas de tiempo. Esto es importante especialmente, cuando se quiere diseñar una estrategia de desarrollo que apoye a los pequeños productores o a un grupo específico.

Según CIAT (2004), es importante tener en cuenta diferentes elementos:

**Los actores:** quienes son, sus características, donde están ubicados y las relaciones entre sí.

**El mercado:** donde se vende lo que se produce en cada eslabón de la cadena.

**El producto:** características, volúmenes de producción frente a la venta (mensual o anual).

**Los costos, el rendimiento y distribución** del valor a lo largo de la cadena, costo de producción para cada eslabón, precios de compra y venta, eficiencia de la cadena, distribución del valor total de la cadena entre actores.

**Los sistemas de desarrollo empresarial (SDE)** para cada eslabón de la cadena: quiénes, con qué servicios y calidad. También hay que incluir a los actores informales.

Las reglas de juego: formas de pago para cada eslabón, requisitos de calidad, frecuencias de compra, relaciones internas verticales y horizontales, y si los actores están contentos con la relación existente.

#### **2.4.3.2. Caracterización de los actores**

De acuerdo al “Mapeo de la cadena y análisis de los puntos críticos”; para los actores es importante reconocer la cadena de valor en la que están inmersos, identificar en cuál de los eslabones de la cadena están presentes y, especialmente, visualizar que son parte de un sistema mayor donde existen interrelaciones, interacciones y relaciones de dependencia que deben ser asumidas y gestionadas de forma adecuada para obtener un mayor beneficio conjunto para toda la cadena (Cifuentes, 2011).

Según Osorio (2005), una vez identificado el papel de los actores, en la cadena de valor se identifica 9 actividades estratégicas de la organización para determinar la intervención y el costo que agregan valor. Estas actividades se dividen en 5 actividades primarias y 4 de apoyo:

Actividades Primarias: son las que tratan directamente con la creación del producto y son:

1. Logística de entrada de materias primas: tanto el medio de transporte que utilizamos como el tiempo.
2. Transformación de las materias primas (producción)
3. Logística de salida (distribución)
4. Comercialización de las ofertas (proceso de ventas)
5. Servicios anexos

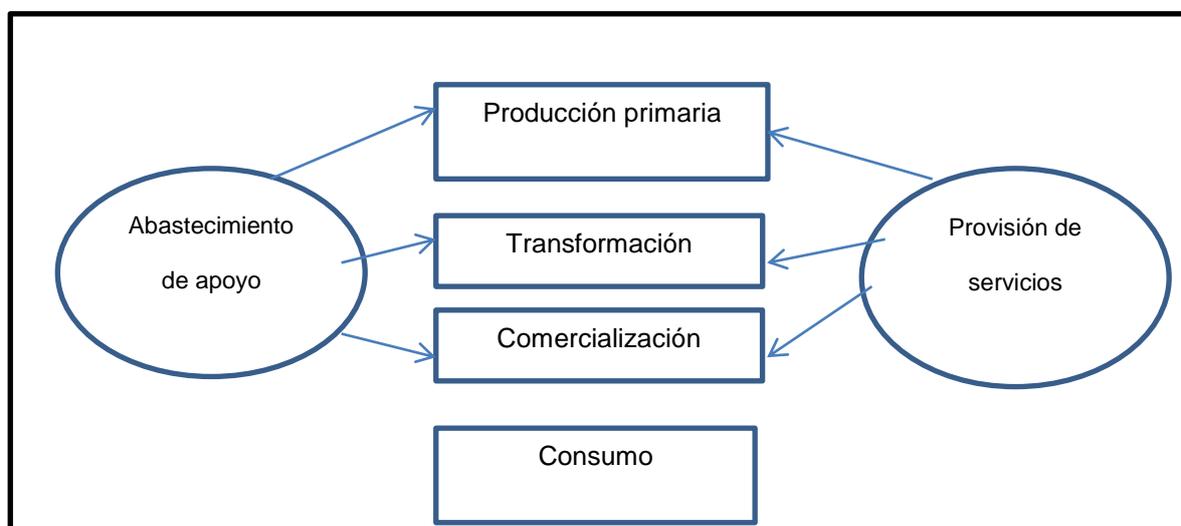
Actividades de apoyo: aquí entramos a las áreas de apoyo que no intervienen directamente en el producto pero que aportan mucho a la calidad y la imagen de la entidad:

1. Mercadotecnia
2. Recursos Humanos
3. Tecnología de la información
4. Finanzas

### Identificación de actividades y actores

Concretamente, en el Figura 4, se representa una caracterización de la cadena de valor, donde intervienen las actividades básicas o eslabones de la cadena, estas son: producción primaria, transformación, comercialización y consumo; y las actividades de apoyo que son: abastecimiento de insumos y la provisión de servicios para todo el sistema.

**Figura 4. Actividades básicas y de apoyo en un sistema agroalimentario**



**Fuente: Herrera, 2005**

Como se muestra en el esquema anterior, para que la cadena sea capaz de hacer frente a la realidad dinámica y compleja, y a los cambios constantes del mercado, el abastecimiento de apoyo y la provisión de servicios son relaciones horizontales y cercanas entre cada eslabón de la cadena, para que exista una estructura territorial con tendencia a la integración de un sistema de producción (Herrera, 2009).

En definitiva, el enfoque de cadena de valor trata de incorporar una mejora sistemática y sostenible al funcionamiento de la cadena productiva, de tal manera que no haya dependencia de agentes externos, y se deje capacidad instalada en los diferentes actores para que puedan asumir por sí solos los cambios del mercado (Herrera, 2005).

Por lo tanto, a la cadena productiva según CODESPA (2003), se la puede visualizar en dos espacios:

- “Hacia atrás” con el sector agropecuario por sus relaciones con el terruño o territorio y con la gestión de los recursos naturales; y
- “Hacia delante”, a través de la calificación de los productos y las relaciones específicas de los consumidores con los productos (reconocimiento de la identidad).

### **Tipificación de los actores y productores**

La tipificación consiste en un esfuerzo por crear categorías homogéneas en cada eslabón de actividades básicas, y permite superar las limitaciones de la investigación, que se sustentan en grandes agregados y que utilizan el promedio para representarlos; además tiene la ventaja de que facilita el

análisis porque reduce la variabilidad y heterogeneidad intrínseca al mundo real (Herrera, 2005).

Así mismo, la finalidad de la tipificación de los actores locales a lo largo de la cadena es agruparse para encontrar soluciones a los cuellos de botella en las cadenas de valor.

### **Cuantificación**

El análisis del sistema agroalimentario es importante porque se profundiza en las categorías de la cadena de producción, los problemas asociados y los posibles propuestas para evaluar la influencia en cada categoría.

El propósito de la cuantificación según Herrera (2005), es adquirir la capacidad de medir, para cada categoría, el aporte, la eficiencia técnica y económica de los actores de la cadena, y determinar los rendimientos, los costos asociados y las utilidades de la población total de productores y la producción

## **2.4.4 Competitividad en cadenas agroalimentarias**

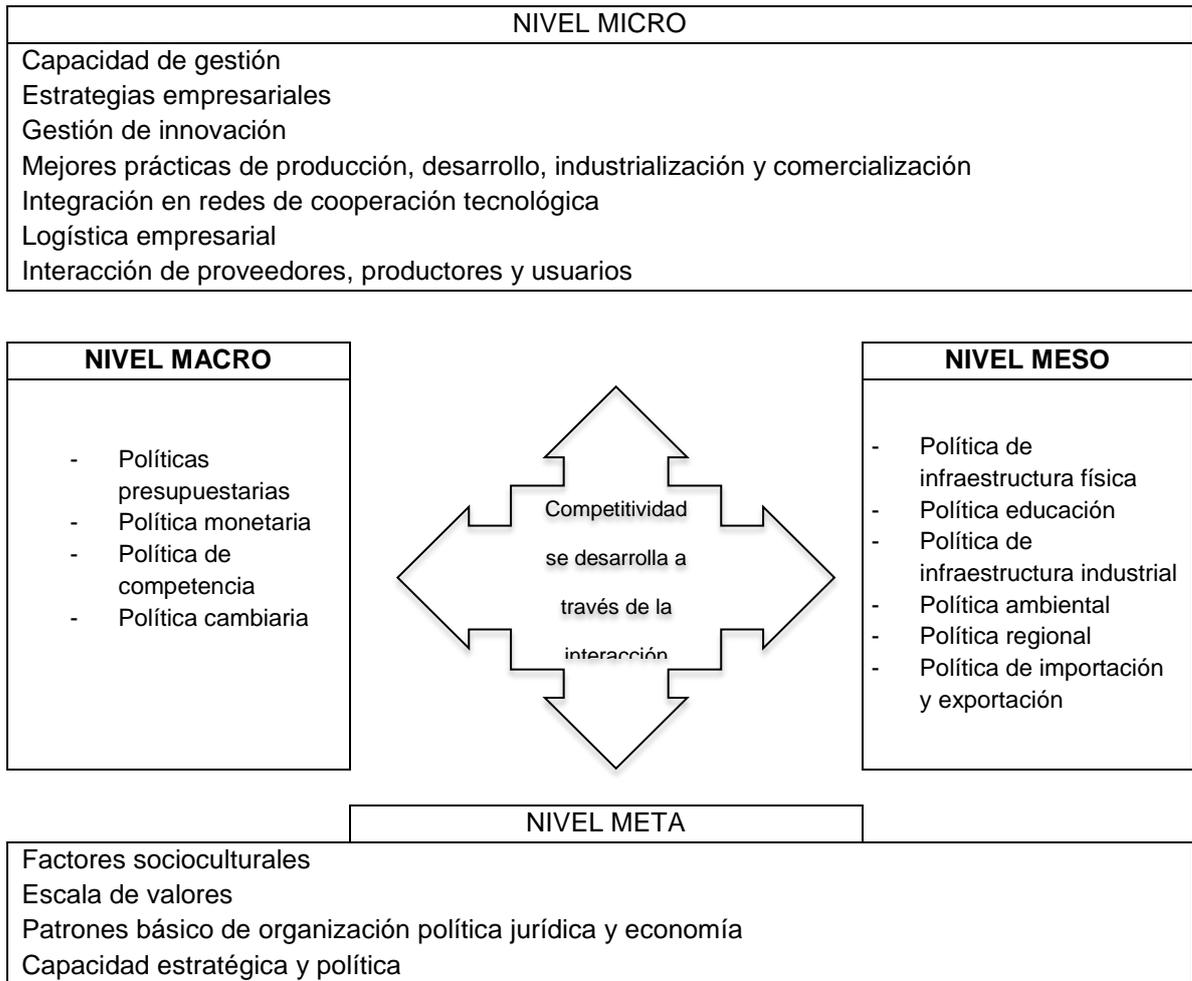
### **2.4.4.1 Conceptos**

La competitividad desde la propuesta del IICA, es un concepto comparativo fundamentado en la capacidad dinámica que tiene la cadena agroalimentaria localizada espacialmente, para mantener ampliar y mejorar de manera continúa y sostenida su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero, a través de la producción, distribución y venta de bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma solicitados, buscando como fin último el beneficio de la sociedad (Rojas y Sepúlveda, 1999).

La competitividad del sector agroalimentario es su capacidad para colocar los bienes que produce en los mercados bajo condiciones leales de competencia, de tal manera que se traduzca en bienestar de la población (García, 1999).

Tal capacidad depende de una serie de elementos a nivel macro, meso y micro. A nivel macro intervienen aspectos referidos al país y sus relaciones con el resto del mundo. A nivel meso se destacan factores espaciales: distancia, infraestructura de apoyo a la producción, base de recursos naturales e infraestructura social. En el nivel micro, se destacan los factores relevantes para la empresa, referidos a precio y calidad, así como factores espaciales que le condicionan directamente (Chavarría, 2002)

**Figura 5. Multidimensionalidad de la competitividad**



**Fuente: SAGARPA y FAO, (2002)**

En la figura anterior, se muestra, el análisis del desarrollo de la competitividad en cadenas agroalimentarias dando como referencia los factores de análisis a nivel micro, macro, meso y meta.

En este sentido Sobrino (2003), señala que la nueva competencia empresarial implica la combinación de cuatro condiciones:

1. Una dirección empresarial capaz de generar innovación en sus productos, procesos productivos y formas de organización interna.

2. Nuevos mecanismos de coordinación entre las fases de la cadena agroalimentaria
3. Una organización más eficiente de la cadena agroalimentaria en cuanto a competencia y cooperación y,
4. El diseño de políticas públicas activas que forman el uso creativo y formativo del mercado.

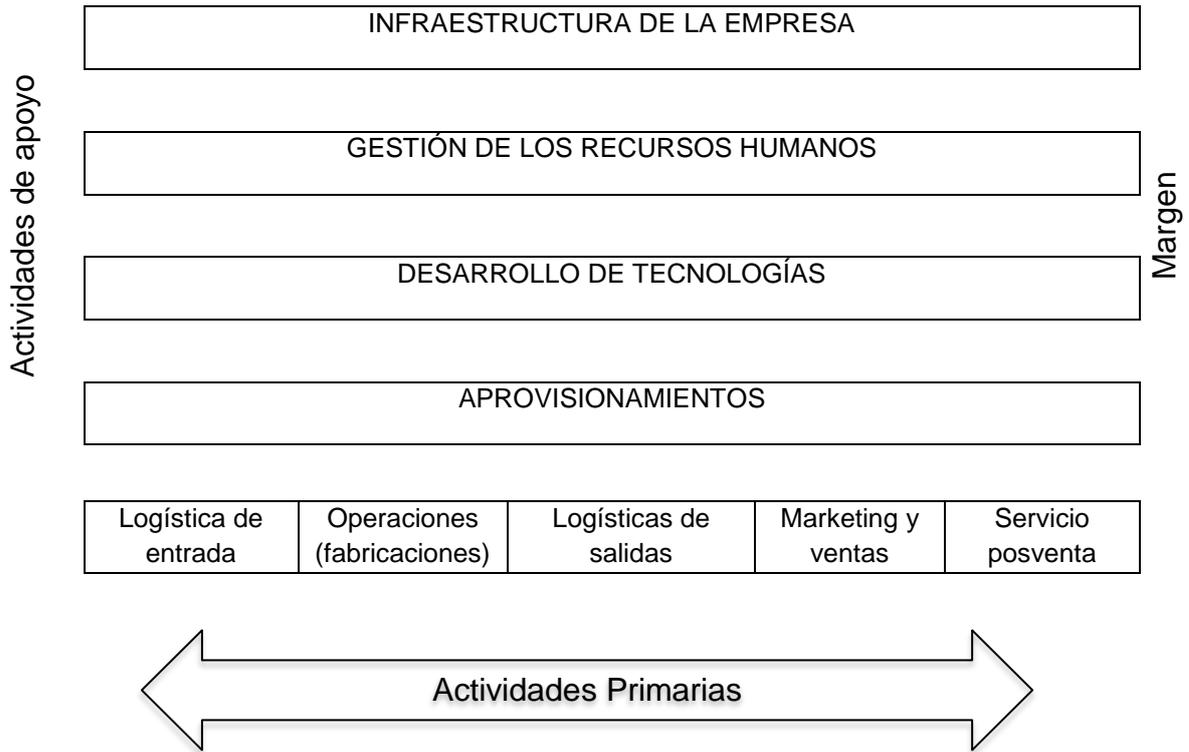
La competitividad así definida es relativa y no absoluta, depende de los comportamientos

#### **2.4.4.2. Ventaja Competitiva**

La ventaja competitiva se deriva de la forma en que las empresas organizan y llevan a cabo actividades discretas, el funcionamiento de las empresas puede dividirse en diferentes actividades por medio de las cuales crean valor para sus compradores, El valor concluyente que crea una empresa es medido por el precio de los compradores están dispuestos a pagar por el producto o servicio (Porter, 1991).

Todas las actividades que conforman la cadena de valor contribuyen a acrecentar el valor para el comprador

**Figura 6. Cadena de valor con enfoque competitivo**



**FUENTE: Arboleda (2002)**

Las empresas obtienen ventajas competitivas al buscar nuevas formas de llevar a cabo sus actividades, emplear nuevos procedimientos, adoptar nuevas tecnologías e incluso, utilizar diferentes insumos, por otra parte, la ventaja competitiva es cada vez una función de los acertadamente que una empresa pueda gestionar todo sus sistema (Arboleda, 2002).

## **2.5 Producción ganadera**

### **2.5.1 Sistemas de producción**

La producción de leche en México se desarrolla en condiciones muy heterogéneas en los aspectos tecnológico y socioeconómico, y por la localización de las explotaciones. Además, dada la variabilidad de

condiciones climáticas, éstas adquieren características propias por región en los diferentes estados del país, influyendo, adicionalmente, la idiosincrasia, tradición y costumbres de la población (SAGARPA, 2001).

En tal sentido, los sistemas productivos van desde el tecnificado hasta los de subsistencia coexistiendo en una misma región, distinguiéndose, de manera general, cuatro sistemas: especializado, semiespecializado, de doble propósito y familiar.

### **Sistema de producción especializado**

Cuentan con ganado especializado en la producción de leche, la raza de los animales son Holstein, Pardo Suizo y Jersey, entre otras. Tienen tecnología altamente especializada, y predomina el manejo de los animales en corrales (estabulado). Los animales se alimentan de forrajes y alimentos balanceados. El proceso de ordeña se realiza con maquinaria especializada y la leche se destina a las principales plantas procesadoras y transformadoras del país (SAGARPA, 2001).

### **Sistema de producción semiespecializado**

En este sistema cuentan con animales de las razas Holstein y Pardo Suizo principalmente. Mantienen a los animales en semiestabulación, es decir, pasan una parte del día en corrales y la otra en pastoreo. El ordeño lo realizan de forma manual o con máquinas sencillas. Muy pocos cuentan con el equipo necesario para almacenar y enfriar la leche. La alimentación del ganado es en pastoreo, con forrajes de corte y alimento balanceado (SAGARPA, 2001).

### **Sistema de producción familiar o de traspatio**

En este sistema el ganado se explota en pequeñas superficies de terreno, principalmente en los patios de las viviendas. Pueden tener a los animales en corrales o en pastoreo dependiendo de las condiciones de sus campos de cultivo. Tienen animales Holstein y Pardo Suizo en menor cantidad, así como cruza. Las instalaciones son rudimentarias y predomina el ordeño manual. En este sistema las vacas pastorean y se complementan con forrajes de corte o rastrojos. La leche que producen, generalmente, es vendida en la misma comunidad ya sea para su consumo como leche fluida o para la elaboración de queso artesanal (SAGARPA, 2001).

### **Sistema de producción de doble propósito**

Este sistema se desarrolla principalmente en las regiones tropicales de México, aunque también se pueden encontrar en regiones de clima árido, semiárido y templado. Utilizan razas Cebú y sus cruza con Pardo Suizo, Holstein y Simental. Se le llama de doble propósito porque con el ganado de estas explotaciones se produce carne y leche. Su alimentación es en pastoreo y la ordeña se realiza, generalmente, de forma manual (SAGARPA, 2001).

Es importante destacar, que el sistema lechero mexicano no es homogéneo, es decir, las unidades productivas no son iguales en cuanto a tecnología, número de vientres, técnicas y procedimientos reproductivos utilizados, calidad de los forrajes y de la alimentación para los animales; así como mecanismos de comercialización y de aprovechamiento de los recursos disponibles (Villamar, 2013).

Existen ranchos grandes y modernos, algunos con más de dos mil quinientas vacas en producción, y también unidades productivas con un nivel de tecnificación menor como las que se encuentran en el estado de Jalisco, cuyas ganancias están en función de la cantidad de animales y no en términos de productividad (FAO, 2005).

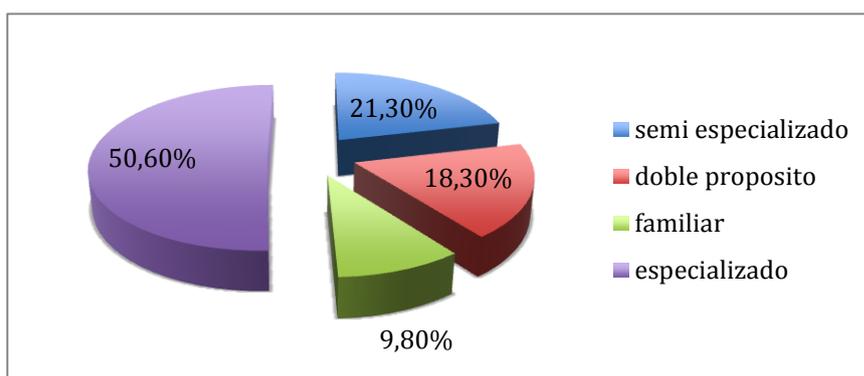
Pero también están las unidades explotadas de manera familiar, con menor o nulo desarrollo tecnológico; con unos cuantos vientres, utilizando tecnología y procedimientos productivos elementales, como la ordeña manual y, además, se basan en el uso de forrajes de menor calidad y esquilmos; en algunos casos hay presencia de componentes tecnológicos promovidos por instituciones gubernamentales, y sus instalaciones son rústicas. Los mecanismos de comercialización se encuentran sujetos a empresas externas o locales dedicadas a la producción de quesos en forma artesanal (FAO, 2005).

### **2.5.2 Producción de leche**

La producción de leche representa la quinta parte del valor total de la producción pecuaria mexicana, siendo la tercera en importancia superando a la producción de cerdo y huevo (SIAP, 2011).

Asimismo, el estudio de la situación de la producción de leche en México (Figura 6), en el año 2004, y en función de la clasificación que hace SAGARPA, al sistema especializado se le atribuye el 50.6% de la leche producida en el país, al familiar 9.8%, el de doble propósito aporta 18.3% y el semiespecializado 21.3% (SAGARPA, 2005).

**Figura 7. Leche por sistema de producción en México  
(porcentaje)**



**Fuente: SIAP, 2004**

A continuación, en el cuadro 1 se presenta la producción de leche, en términos absolutos, a nivel nacional en los últimos años, incluyendo la proyección para 2013.

**Cuadro 1. Resumen nacional de producción leche bovina**

Año	Leche de bovino (miles de litros)
2004	9,900,177
2005	10,062,645
2006	9,998,138
2007	10,183,547
2008	10,498,994
2009	10,805,370
2010	10,689,748
2011	10,877,835
2012	10,828,500
2013	10,942,036*

- Cifras preliminares

**Fuente: SIAP, 2013**

Los volúmenes de producción de leche entre los años 2004 a 2012, oscilan desde 9,900,177 a 10,877,835; con variaciones ascendentes de 1.74% y descendentes de 1.08 %; sin embargo para las proyecciones del 2013 existe un incremento del porcentaje de 1,03%.

Así mismo, existen algunas características o rasgos notables en la producción de leche de bovino:

1. La calidad de la leche proporciona diferentes características dependiendo la especie del animal del que se obtenga, de su raza, del tipo de alimento que ingiera, las condiciones climáticas, épocas del año (en otoño e invierno la cantidad de grasa es mayor que en primavera y verano); la edad, el número de crías que ha tenido, la cantidad de granos en la dieta, (Pérez, 2011).
2. Es un producto nutritivo complejo que posee más de 100 sustancias que se encuentran ya sea en solución, suspensión o emulsión en agua. (Santos, 2006).

### **2.5.3 Producción de queso**

#### **2.5.3.1. Conceptos**

Queso es el producto fresco o maduro, sólido o semisólido, que resulta de la coagulación de la leche natural (entera), de la extracción total o parcialmente, de la crema, del suero de mantequilla, o de una mezcla de algunos de todos estos productos, por la acción del cuajo u otros coagulantes apropiados, con o sin hidrólisis previa de la lactosa, seguida del desuero del coágulo obtenido (Chamorro y Losada, 2002).

Los principales quesos son:

Quesos frescos, tienen un alto contenido de humedad y por lo tanto una vida de anaquel corta, por lo que requieren refrigeración. Son de sabor suave, por su consistencia algunos se consumen untándolos en los alimentos, otros permiten ser rebanados, este tipo de queso carece de corteza. Algunas variedades son de pasta fresca: Panela, Canasto, Sierra, Ranchero, Fresco, Blanco, Enchilado y Adobado , entre otros; de pasta cocida: Oaxaca, Asadero, Mozzarella, Morral y Adobera, etc.; acidificados: Cottage, Doble Crema, Petit Suisse y Neufchâtel, entre otros.

Otro concepto importante es el suero, que es el líquido que se obtiene de la coagulación de la caseína de la leche, mediante la acción de enzimas coagulante de origen animal (renina), vegetal o microbiano, por la adición de ácidos orgánicos o minerales de grado alimentario o por acidificación por intercambio iónico hasta alcanzar el punto isoeléctrico de la caseína (NOM-243-SSA1-2010).

El Requesón o queso de suero, se obtiene a partir del suero de quesos de leche entera, semidescremada o descremada, que se coagula por calentamiento en medio ácido para favorecer la obtención de la cuajada, la cual es salada, drenada, moldeada, almacenada y refrigerada para su conservación.

La crema, es el producto que concentra una fracción determinada de grasa, sólidos no grasos de la leche, ya sea por reposo, por centrifugado o

reconstitución, sometida o no a pasteurización o a cualquier otro tratamiento térmico que asegure su inocuidad. (Maza y Legarreta, 2011)

### **2.5.3.2. La producción y consumo de quesos en México**

Una propuesta de Villegas, para precisar a los quesos que no entran en la Norma Oficial Mexicana, son los quesos genuinos o llamados también quesos auténticos o quesos naturales, en oposición a aquellos de imitación, que implican cierta artificialidad (al menos por el diseño de la fórmula de mezcla y los aditivos y los aditivos empleados) (Villegas, 2004).

Además, en México, desde el punto de vista normativo, la Ley General de Salud (Secretaría de Salud, 1988) reconoce a los quesos genuinos (frescos y madurados), a los fundidos procesados y a los de imitación de queso o queso de imitación. Estos últimos son productos en los que la grasa butírica se ha sustituido parcial o totalmente por grasa vegetal (Villegas, 2003).

El queso, no obstante, es mucho más que una simple cuajada de leche, es también un bien cultural alimentario, soporte de una red (filiere) o cadena agroalimentaria local de importancia económica, que puede contribuir al desarrollo regional (Gerrini y Prost, 2003).

En otro sentido, la elaboración de un queso genuino artesanal también puede incorporar otros elementos vinculados a diferentes recursos que se pueden encontrar en el territorio donde se produce, destacando los siguientes:

- Un saber hacer tradicional, patrimonializado en el sentido de que se transmite dentro de una comunidad “localizada”. Este saber hacer puede generar propiedades organolépticas específicas.

- Una reputación vinculada a una región reconocida como productora de un queso particular, con determinada calidad (sensorial y/o identitaria), la cual la torna intransferible al saber hacer, territorializándolo.
- Una calidad de leche y de microflora láctica vinculadas a los recursos naturales y con un saber hacer ganadero. En conjunto con esas prácticas se origina una serie de otros bienes que tienen características patrimoniales: paisajes, cultura, organización social, etcétera.
- Una cultura de producción y uso del queso.
- Saberes relacionales que permiten el buen funcionamiento de la cadena productiva. (Cervantes y Villegas, 2011).

En el mismo sentido, de los 33 quesos genuinos catalogados (Cervantes *et al.* 2008), entre ellos los artesanales que se basan en leche cruda, son lo que históricamente se elaboraron primero; también son los mejor definidos y tipificados en los textos técnicos y documentos legales. De hecho los quesos genuinos que se basan en leche cruda reinaron durante más de 30 siglos y tuvieron que esperar el desarrollo de tecnologías, incluyendo el uso de la descremadora, la pasteurización, la refrigeración y de cultivos lácteos seleccionados, para dar paso a los quesos de leche pasteurizada y productos similares (Villegas, 2003).

Por otro lado, la producción de queso se estima en 152 mil toneladas, de las cuales 149,888 corresponden a siete tipos de queso, de éstos, el queso fresco es el que tiene mayor peso relativo, tanto en cantidad producida como en valor de producción. En términos generales es el queso que requiere

menor tecnología para su elaboración y es el segundo más barato (Cesín et al., 2012 ).

Por lo anterior, el queso de aro también conocido como queso molido o ranchero, se fabrica en varios estados de la república, se elabora frecuentemente con leche cruda o bronca, de vaca, cabra o mezcla de ambos. Su nombre se asocia al molde que le da la forma: un aro galvanizado, de plástico, o de madera.

También se denomina “molido”, porque uno de los pasos de su elaboración, la cuajada ya desuerada, se muele a mano al mismo tiempo que se adiciona sal; y “ranchero”, porque es tan sencillo el proceso de fabricación, que es posible elaborarlo con implementos muy rústicos, en los ranchos o pequeños poblaciones donde existe leche (Cervantes et. al., 2008).

#### **2.5.4 Producción de carne**

Para utilizar carne de bovino, el proceso de elaboración, es transformarla en canal, a ésta se la define como las estructuras anatómicas que quedan luego de que un bovino vivo ha sido insensibilizado, sacrificado humanitariamente, desollado (eliminado la piel por completo), eviscerado y desprendido la cabeza, lo mismo que las manos, patas y cola (Aja, 2006). La canal es destinada al mercado, de aquí en adelante se trata del proceso de transformación para desarrollar nuevos productos que incluye la generación de valor (SIAP, 2011).

La producción de carne en canal en los últimos 10 años a nivel nacional según datos del SIAP, se presentan en el siguiente cuadro:

## Cuadro 2. Producción Mexicana de Carne en Canal de Bovino

Año	Carne en canal de bovino (toneladas)
2003	1,503,760
2004	1,543,730
2005	1,557,708
2006	1,612,992
2007	1,635,040
2008	1,667,136
2009	1,709,986
2010	1,744,738
2011	1,557,708
2012	1,543,730
2013	1,503,760*

\*Datos preliminares

**Fuente: SIAP, 2013**

La producción de carne en canal de bovino en México, se incrementó entre los años 2003 y 2009, en términos relativos, el aumento máximo fue de 2,51% y el mínimo de 0.90%, a partir del año 2010 se presenta un decremento significativo de -12.01%, pronosticándose para el año 2013 disminución de 2.66% con respecto al año anterior. Lo que significa que desde el año 2010 existe una baja significativa de la producción.

### 2.5.5 Producción de cecina

#### 2.5.5.1 Conceptos

De acuerdo al servicio de inocuidad e inspección de los alimentos y el departamento de Agricultura de los Estados Unidos. En Información sobre Inocuidad de alimentos. “Cecina” es una forma de curado, y además la cecina

es un tipo de carne conservada, adobada o embutida, de origen español, similar al jamón pero realizada mediante el curado de carne de vacuno, de equino o, menos frecuentemente, de chivo e incluso de conejo, buey o liebre.

Por su parte, el Consejo Regulador de la Cecina de España, precisa, que etimológicamente la palabra cecina deriva del término latino *siccus*, que significa seco, o bien, del término céltico *ciercina* que se refiere al cierzo o viento.

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua define la cecina como “carne salada, enjuta y seca al aire, al sol, o al humo”. La única cecina de res que tiene Indicación Geográfica, es la elaborada en León España.

Para el caso mexicano, de acuerdo a la Norma Oficial Mexicana, NOM-213-SSA1–2002. Productos y servicios. Productos cárnicos procesados. Especificaciones sanitarias. Método de prueba; cita dentro de los productos cárnicos secos: a los sometidos a reducción de la humedad por medio de aire, calor o sal, hasta llegar a un valor no mayor a 25%.

#### **2.5.5.2. Elaboración tradicional de cecina en México.**

De acuerdo a la historia del municipio de Yecapixtla, la palabra “Cecina” en la etimología náhuatl significa: carne que se adelgaza, se enfría y se le unta grasa por un solo lado. Este patillo según la mitología del lugar, se preparaba con carne de pierna de venado, sal de grano o marina y tuétano del animal. Su elaboración consistía en tasajear (corte de la carne) la pierna del animal, sazonar, asolear y untar de grasa un solo lado (Méndez, 2003).

La cecina como platillo artesanal y comercial, data a mediados del siglo XIX. Y según la historia en el año de 1869. solo existían tres familias que desarrollaban este trabajo en Yecapixtla, conocimiento transmitido de generación en generación (Méndez, 2003).

Actualmente la cecina de Yecapixtla se considera el platillo emblemático del estado de Morelos hecha de uno de los cortes de carne de res seleccionada y tiene un color rosado característico. La técnica empleada para elaborar la cecina, es el tasajo, y se denomina tasajo de vuelta y vuelta; ya que la pieza de carne es colocada en una tabla y para hacer el corte de forma larga, se gira la pieza dándole vuelta. Después se adiciona sal, se deja secar y, finalmente, se le unta grasa.

## **2.6 Sistemas Agroalimentarios localizados**

### **2.6.1 Generalidades**

Un sistema agroalimentario localizado (SIAL) se asocia con su capacidad de mantener una especificidad institucional y organizacional, y al mismo se adapta al entorno y utiliza las oportunidades. El SIAL como sistema, obtiene su caracterización en la frontera entre autonomía y heteronomía (Pomeón, 2011)

Las características de un sistema agroalimentario consiste en un esfuerzo para identificar las actividades y los actores que lo constituyen, su estructura y las relaciones técnicas y socioeconómicas entre ellos.

El sistema puede dividirse en subsistemas. Cada subsistema se caracteriza por reunir elementos (e. g. agentes individuales y colectivos, organizaciones

o redes, objetos materiales e inmateriales, instituciones) cuyo “grado de acoplamiento” es alto, formando una unidad relativamente coherente y autónoma, articulada alrededor de un objeto común (Lugan, 2005).

El enfoque SIAL abre amplias perspectivas para analizar formas particulares de organización espacial de la producción agrícola y agroalimentaria, permitiendo el análisis de la manera en que esas formas de organización evolucionan frente a las amenazas y los cambios. Además de permitir la reflexión, en términos de competitividad, de la interacción entre dinámicas sectoriales y territoriales y sus impactos, este enfoque permite investigar una serie de problemáticas sobre la relación entre territorio y alimentación (Muchnik et al., 2007 y 2008), interfaz, urbano rural, innovación, lucha contra la pobreza, desarrollo rural, protección del medio ambiente, nuevas modalidades de consumo, así como nuevas preocupaciones alrededor de la calidad de los productos (Requier- Desjardins *et al.*, 2003).

Adicionalmente, de las actividades relacionadas al SIAL, resultan otras particularidades:

- La relación con la agricultura, en tanto que los SIAL se caracterizan por un enlace fuerte con el medio geográfico y sus recursos naturales.
- El anclaje territorial de un SIAL, es reforzado por el carácter “fijo” de las actividades agropecuarias y el fuerte vínculo entre las dinámicas económicas y ambientales; esto permite abordar el desarrollo sustentable y la preservación del medio ambiente.

Un SIAL presenta una complejidad particular inducida por la multiplicidad de los saberes implicados (i.e. del agricultor al consumidor): el saber-hacer, y las capacidades y habilidades influyen tanto en la producción agrícola como en la transformación y el consumo de los productos (Casabianca et al., 2005).

En otro sentido, los productos agroalimentarios, y el saber hacer tradicional asociado a ellos, pueden ser sujetos de procesos de patrimonialización y calificación territorial, denominación de origen (DO), marca colectiva (MC), procesos que se apoyan en una combinación específica de recursos territoriales.

#### **2.6.1.1. Una propuesta de conceptualización del SIAL**

La noción de SIAL se apoyó, en un inicio, en las corrientes de la Economía que estudiaban las concentraciones de las empresas ligadas a un territorio, en particular nociones como: distrito industrial y sistemas productivos locales. Estas formas de concentración fueron denominadas de manera diversa, pero todas tenían en común ciertos activos específicos, que les permitían generar externalidades positivas y, por tanto, un mejor posicionamiento en el mercado (Muchnik, 2006).

A estos primeros elementos descritos se incorporaron elementos teóricos de disciplinas como: Antropología de las técnicas y de los alimentos en gestión de redes de empresas, Geografía Humana y Sociología. De esta forma, a pesar de tratarse de un enfoque económico, está abierto a perspectivas y conceptos de otras disciplinas; lo que resulta en un enfoque multi y transdisciplinario (Pomeón y Fraire, 2011).

### **2.6.1.2. SIAL: riqueza empírica e indeterminación conceptual.**

Una de las características del enfoque SIAL es la diversidad de situaciones empíricas que permite analizar, movilizando diferentes disciplinas científicas y marcos conceptuales, aspectos tanto biotécnicos como sociales (Touzard, 2007).

Para Linck y Boucher (2008), la noción SIAL se ubica entre la investigación y la acción, entre retos científicos y políticos alrededor de la problemática de la valorización de los recursos locales, y frente a las nuevas exigencias sociales sobre los alimentos. Desde esta perspectiva el enfoque permite abordar diversas temáticas rurales, integrando un enfoque agroalimentario con una fuerte base territorial, que permite analizar el vínculo construido entre territorio y alimentación, (procesos de producción, intercambio y consumo) (Muchnik et al., 2008).

La variedad de elementos teóricos y disciplinas que le dieron origen, el SIAL permite abordar la situación de cadenas productivas agroalimentarias localizadas, tanto desde el punto de vista de la investigación científica como de las políticas de desarrollo (Boucher, 2009b).

### **2.6.2 El componente sistémico del SIAL.**

Un sistema es un conjunto de componentes (i.e. elementos, actores, acciones, procesos, efectos) que interactúan uno con otro, con cierta finalidad, permanencia y estabilidad (Lugan, 2005). Y su construcción teórica depende de las opciones tomadas por el investigador, en función de los

objetivos del trabajo. La visión sistemática implica diferenciar el interior del sistema de lo que constituye su contexto (Pomeón y Fraire, 2011).

En el enfoque SIAL un elemento clave es la interdependencia entre actividades económicas (*i.e.* producción, intercambio y distribución) y el territorio (construcción social). Cada elemento de SIAL, sea un agente, un recurso o un producto, es a la vez autónomo y discernible y se encuentra inscrito en relaciones complejas de interdependencia con otros elementos (Boucher, 2011).

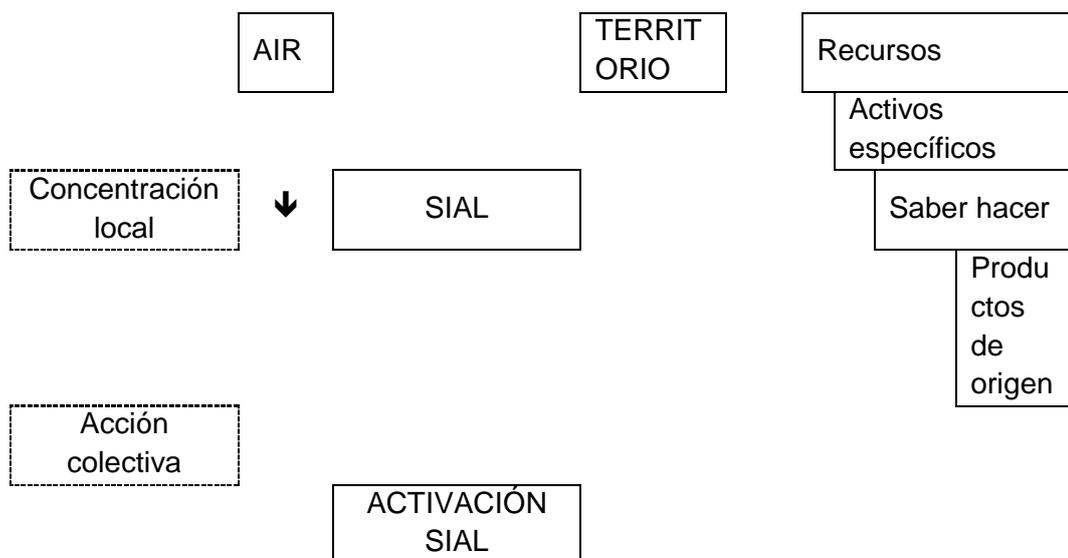
Adicionalmente, Filippa (2002) menciona que lo que caracteriza un sistema productivo son sus modos de producción e intercambio, así como las respuesta estratégicas (organizaciones e institucionales) que surgen frente a los cambios en el contexto (*i.e.* cambios sociales, informacionales y tecnológicos). Desde esta perspectiva, los SIAL se diferencian por un proceso de gobernanza particular, el cual permite que en función del entorno las partes autónomas se ajusten a lograr el objetivo común.

#### **2.6.2.1. El modelo SIAL**

Dentro del entorno comercial, complejo y dinámico para las unidades de producción rural, se pueden identificar alternativas para las Agroindustrias Rurales (AIR). Estas unidades de producción se basan en un territorio particular y pueden ser competitivas al agruparse, integrando sistemas productivos respaldados por redes localizadas de empresas pequeñas de producción y de servicios, y con soporte en dinámicas territoriales e institucionales que promuevan:

- La interacción territorial, la innovación y la generación de productos de calidad, y
- La articulación de lo urbano y lo rural, y a diferencia de los llamados “Clústeres agroindustriales“, los SIAL se componen de una o varias cadenas productivas; es decir de la producción agropecuaria al consumo final (Boucher, 2011).

**Figura 8. Relación Modelo SIAL con al AIR y el territorio**



**Fuente: Guía Metodológica SIAL Boucher, 2011**

Boucher (2011:13) define al SIAL, como un sistema que integra organizaciones diversas de producción y de servicio, vinculadas por sus características y funcionamiento a un territorio específico, de tal forma que los componentes (productos, personas, instituciones, sus relaciones, etc.) se combinan en una organización agroalimentaria bien definida y reconocida.

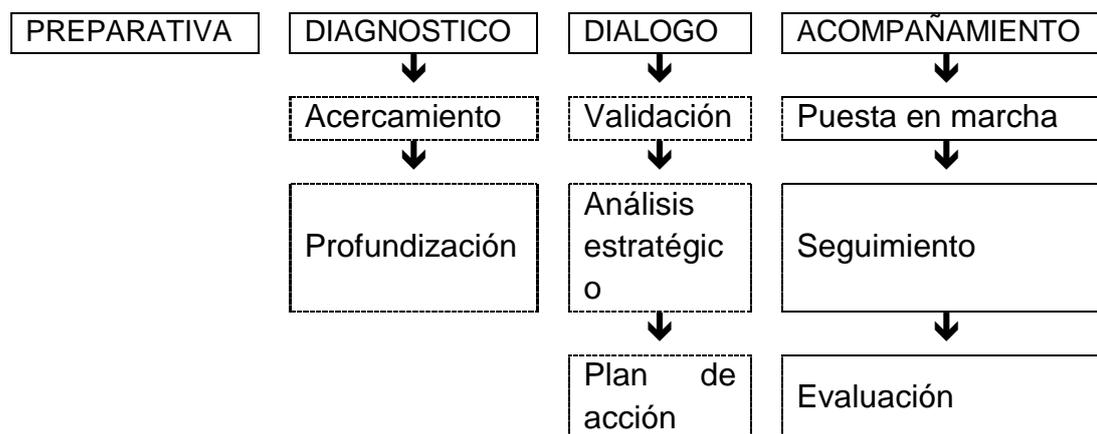
Las principales características del SIAL, están constituidas por organizaciones de producción y servicio, vinculadas mediante sus características y su funcionamiento a un territorio específico (Boucher, 2011).

En este sentido, en el SIAL, se integran actividades agroalimentarias ligadas a un territorio, a través de factores naturales, así como una construcción social y técnica de largo plazo (Boucher, 2011).

### 2.6.2.2. Proceso general de activación del SIAL

La Activación de un SIAL tiene cuatro grandes fases, Preparativa, Diagnostico (con las etapas de acercamiento y profundización), Dialogo (Validación, Análisis estratégico y Plan de acción) y Acompañamiento (Puesta en marcha, seguimiento y evaluación).

**Figura 9. Fases y etapas de activación SIAL**



**Fuente: Boucher, 2011**

### **3 ANTECEDENTES**

El territorio del actual municipio de Yecapixtla ha estado ocupado desde antes de la llegada de los españoles, con manifestaciones de las culturas Olmeca, Mexica, Chalca, Xochimilca y Tlahuica, las que arraigaron en la región sus usos y costumbres, entre ellas la elaboración de productos artesanales, parte importante en la economía existente del municipio.

Actualmente, cada lunes, en la corraleta municipal, se realiza la feria del ganado; los días jueves el tianguis semanal alrededor del zócalo, y el jueves previo a Semana Santa, la feria religiosa conocida como Tianguis Grande, considerada la principal festividad del pueblo.

En el municipio de Yecapixtla, del total de localidades sólo la cabecera municipal que lleva el mismo nombre del municipio, acorde con la clasificación de INEGI, es considerado zona urbana y es habitado por 35% de la población del municipio; mientras que el 64% es población rural (INEGI, 2011).

Al relacionar las principales actividades económicas con el grado de marginación se encuentra que, de las 31 localidades que integran el municipio, 30 son consideradas zonas rurales con niveles de marginación muy alto, alto y medio bajo (CONAPO, 2010), la actividad principal es la producción agropecuaria; mientras que en la cabecera municipal, el nivel de marginación es muy bajo (CONAPO, 2010) y la actividad económica más importante es el comercio, destacando la venta de cecina de res y carne enchilada, derivados lácteos, artesanías, además de otras mercancías.

En el año 2010, el municipio de Yecapixtla tenía un PIB per cápita de \$46,960, y una población de 46,809 habitantes, de estos 16,811 estaban establecidos en la cabecera municipal. El 18.13% de la población vive del sector primario; el 27.33% del secundario, y 32,52% del terciario (INEGI, 2010).

La población económicamente activa (PEA) en el municipio de Yecapixtla es de 18,450 personas, y de éstas cuentan con empleo 17,538 que equivalen al 95.05% de la PEA total (INEGI, 2010); las categorías más representativas son trabajadores agropecuarios 12.72% y comerciantes y trabajadores en servicios diversos 51.82% (INEGI, 2000); lo que indica que un alto porcentaje de la PEA tiene trabajo remunerado.

En Yecapixtla los productos agrícolas con mayor volumen de producción son: sorgo en grano con 40,692 toneladas, maíz en grano con 11,122 toneladas y jitomate con 8,741 toneladas (INEGI, 2010). Estos productos se comercializan a través de la Asociación Nacional de Empresas Comercializadoras del Campo A. C., del H. Ayuntamiento de Yecapixtla, la que se constituyó con el objetivo de mejorar la calidad de vida de población a través del aprovechamiento de los recursos agropecuarios y artesanales.

Una de las fortalezas de Yecapixtla es la organización en los procesos de desarrollo agrario, producción primaria, servicios financieros, actividad altruista, procesamiento de alimentos y servicios. Para cada uno de ellos se ha requerido un proceso de organización, generación de capacidades, obtención de recursos y evaluación de resultados; para verificar el cumplimiento de los objetivos.

Este proceso de organización resultó un factor una actividad importante para el cambio, principalmente en la venta asociativa de sorgo en grano, y el reconocimiento de la organización a nivel estatal y nacional.

En lo relativo a los inmuebles en Yecapixtla, se encuentra el convento de San Juan Bautista, construido en el siglo XVI, y es parte del corredor turístico del estado de Morelos, y de la ruta de los conventos, la que fue reconocida, en 1994 por la UNESCO, como Patrimonio Cultural de la Humanidad por su alto valor histórico y arquitectónico.

Yecapixtla se puede considerar dentro de los productos de turismo cultural, especialmente la parte gastronómica (Ávila, 2011); ya que la comercialización del plato de cecina acompañado de queso y crema, se reconoce como una de las principales riquezas gastronómicas del estado de Morelos.

#### **4 JUSTIFICACIÓN**

El municipio de Yecapixtla de acuerdo al Inegi, en el año 2010, a pesar que el volumen de producción de carne en canal de ganado bovino es de 271 toneladas (INEGI, 2010), a partir de la década de los noventa ha habido un incremento constante en la demanda de cecina, ocasionando que los tablajeros y restauranteros adquieran de Estados Unidos y Canadá carne congelada y empacada al alto vacío para elaborar la cecina que comercializan, lo anterior, ante la incapacidad de los proveedores locales de satisfacer la cantidad que se demanda.

Por otra parte, el volumen de producción de leche de bovino es 1,104,000 litros al año, con un valor aproximado \$5,368,000 (INEGI, 2010); cantidad que no satisface la demanda de leche requerida localmente; situación que ha provocado que los queseros de empresas familiares y micro empresariales se abastezcan de leche en el Estado de México, para producir diferentes tipos de queso.

Asimismo, en el municipio se evidencia una concentración de agroindustrias familiares y pequeñas industrias (cecina y queso); éstas al actuar en el mismo territorio, no se representa una vinculación a lo largo de la cadena agroalimentaria.

Bajo esta perspectiva, existe una falta de organización de los sectores económico y político del municipio, lo que no ha permitido la construcción de estrategias para salvaguardar el saber hacer local, que puede ser considerado parte del patrimonio.

De igual manera, en el municipio de Yecapixtla, no cuenta con un análisis socioeconómico, para determinar el impacto que estos dos productos queso y cecina ejercen dentro de la economía y a nivel social.

Precisamente, existe una dependencia de materias primas para elaboración de cecina y queso, lo que genera variación en los precios de la carne y la leche, baja producción de ganado bovino, compra de materias primas de menor calidad y principalmente la desvinculación con el territorio.

Finalmente, debido al reconocimiento y posicionamiento que tiene la cecina de Yecapixtla a nivel nacional e internacional, se observa el aumento descontrolado de producción de cecina, y la existencia de nuevos oferentes que no necesariamente están vinculados al municipio y su tradición; esto provoca sobreoferta de cecina en el mercado, falta de identidad de la cecina y, en consecuencia, pérdidas económicas.

## **5 OBJETIVOS**

### **5.1 Objetivo General**

Crear estrategias para fortalecer el vínculo entre la producción de queso y cecina en Yecapixtla, Morelos, alimentos esenciales de la cultura gastronómica local, para generar una propuesta de desarrollo local.

### **5.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la problemática de los productos agroalimentarios queso criollo y cecina.
- Identificar la cadena de producción y comercialización del queso criollo
- Identificar la cadena de producción y comercialización de la cecina.
- Analizar los actores de las cadenas del queso criollo y la cecina.
- Diseñar estrategias para el desarrollo del potencial turístico local

## **6 METODOLOGÍA**

### **6.1 Enfoque Metodológico**

El enfoque metodológico que se utilizó en esta investigación es cualitativo. Se emplea la observación, la revisión bibliográfica, la obtención de información secundaria, visitas de campo, entrevistas estructuradas y no estructuradas a informantes clave, aplicación de cuestionarios a productores de queso y de cecina. Conjuntamente se aplicó el enfoque de cadenas y dialogo (CADIAC), que facilita la identificación de acciones para mejorar la competitividad de los sistemas agroalimentarios (Herrera, 2005).

El área de estudio comprende, el municipio de Yecapixtla, estado de Morelos, que es donde se elaboran el queso y la cecina.

### **6.2 Etapas de la investigación**

La investigación se basa en las cuatro fases metodológicas Cadenas y Diálogos para la acción (CADIAC), las que se describen a continuación:

#### **Fase 1: Revisión bibliográfica**

Su propósito es establecer el marco de referencia de la investigación, en el cual se analizan las relaciones entre los productos a investigar y su vínculo con la economía, la productividad, el valor agregado, las características del territorio y su aporte socioeconómico local.

Igualmente, se investigan y verifican los atractivos turísticos, el saber hacer y las tradiciones presentes en el territorio vinculadas a los productos alimentarios.

## **Fase 2: Elaboración de instrumentos**

Se utilizaron tres instrumentos para el trabajo de campo, una hoja de observación para determinar las características iniciales de las cadenas agroalimentarias, queso y cecina; tipologías sociales, turísticas y económicas, que corresponden a la parte principal de la investigación, y dos cuestionarios para establecer la estructura de la cadena de queso criollo, cecina y la vinculación de estos productos con el territorio; el propósito es la identificación técnica – económica de los actores, la elaboración de un análisis FODA y la generación de los mapas de los procesos de producción y comercialización. Instrumentos que se explican a continuación:

### **Hoja de observación (anexo 1 y 2)**

Su propósito fue conocer las generalidades del territorio, está constituido por preguntas abiertas que permiten establecer el diagnóstico inicial de la cadena.

### **Cuestionario de la cadena de cecina (anexo 3)**

Por medio de este instrumento se identifica la cadena de cecina, y los eslabones de producción y comercialización, a nivel nacional como internacional; se empleó un sistema de muestreo al azar y a conveniencia, debido a la cantidad de productores formales e informales que existen dentro del municipio y a los actores que se trabajan a lo largo de la cadena. El cuestionario está estructurado por 28 preguntas, abiertas y cerradas.

## **Cuestionario de la cadena de queso criollo (anexo 4)**

La finalidad fue conocer la cadena agroalimentaria de la producción y comercialización del queso, se aplicó al azar y a conveniencia, a los productores con enfoque familiar y micro empresarial y comercializadores; debido a las condiciones organizativas del municipio. El cuestionario, está conformado de 30 preguntas con preguntas abiertas y cerradas.

### **Fase 3: Aplicación de los instrumentos**

Para la aplicación del primer instrumento (hoja de observación), se realizaron visitas a las diferentes fincas de los barrios Achichipilco, centro de Yecapixtla y Limones; también se entrevistaron a dueños de restaurantes, funcionarios públicos, personal del rastro local, al regidor de turismo, dirigentes de organizaciones sociales, ex funcionarios públicos y productores, que se dedican y/o conocen los procesos: organizativo y productivo del queso y cecina.

El segundo instrumento (cadena de queso), se aplicó a ganaderos, productores de materias primas, de queso, en los niveles familiar y pequeña industria, además, a los comercializadores del producto.

El tercer instrumento (cadena de cecina), se aplicó a dueños de restaurantes, a tablajeros, y a productores y comercializadores de cecina.

La aplicación de estos instrumentos permitió conocer el funcionamiento del sistema agroalimentario, y caracterizar las relaciones técnicas y económicas que se dan entre los distintos actores involucrados.

#### **Fase 4: Sistematización y presentación de resultados**

El análisis de la información e interpretación de resultados se derivan del levantamiento de datos de campo, aplicación de cuestionarios, entrevistas a actores claves, a partir del cual se establecen las cadenas del queso y la cecina, las características turísticas del territorio; e identifican propuestas técnicas, económicas y organizacionales que mejoren la competitividad del sistema agroalimentario en forma sostenible y equitativa.

## **7 RESULTADOS**

### **7.1 Cadena de Producción y Comercialización del Queso.**

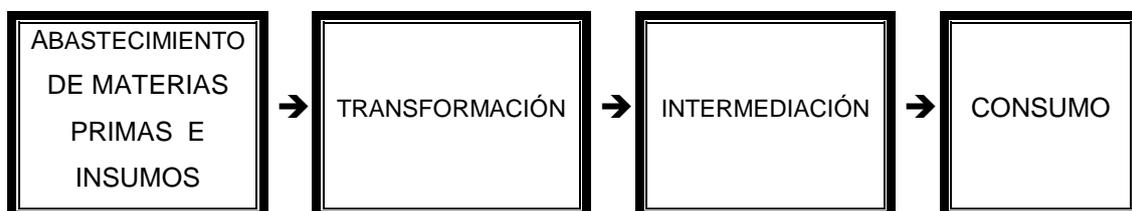
De los resultados obtenidos, el queso criollo que se elabora en el municipio de Yecapixtla, es considerado queso de aro, conocido también como queso molido o rancharo, y es uno de los más difundidos a nivel nacional, porque su elaboración no requiere conocimientos técnicos muy amplios, y goza de la aceptación y de un consumo extenso en amplios sectores sociales de la población mexicana.

El queso criollo, se puede considerar de pasta blanda, se presenta como un cilindro de escasa altura, con un peso de 200 gramos hasta cerca de un kilogramo, y es frecuente que se expenda en los mercados públicos, en cremerías y en tianguis locales o regionales, vendiéndose, generalmente, por pieza, sin empaque.

El rendimiento quesero es la expresión numérica de la cantidad de producto obtenido a partir de un volumen o peso dado de leche en proceso, generalmente 100 litros o 100 Kg (Villegas, 2004). El rendimiento de leche de acuerdo a la investigación es de 12,5 % transformado en queso criollo y el precio varía entre 15 y 40 pesos por pieza; con pesos aproximados de 200, 350 y 500 gramos; así mismo el rendimiento para la obtención de crema es de 2,2% con un precio por kilo de 40 pesos mexicanos y para requesón el rendimiento es de 2,33%, con precio del kilo de 35 pesos.

### 7.1.1 Análisis de la cadena de queso criollo

**Figura 10. Mapeo de la Cadena de Queso**



**Fuente: Elaboración propia**

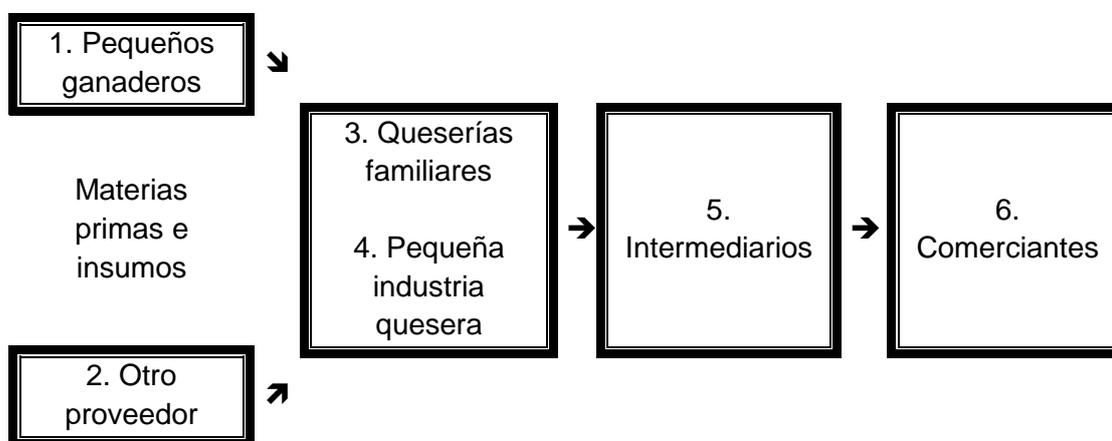
A partir de los instrumentos detallados en la metodología, la cadena del queso criollo se presenta en dos segmentos de producción y mercado:

El primer segmento es una cadena donde el productor interviene desde la producción y abastecimiento de materias primas hasta la comercialización, sea para intermediación y/o venta al consumidor final. Dentro de este mismo segmento, están quienes solo producen la materia prima y la entregan directamente a las agroindustrias familiares o pequeños industriales.

El segundo segmento de la cadena agroalimentaria, se ubica desde el procesamiento de los derivados lácteos hasta la comercialización del queso en el mercado local y estatal. En este mismo segmento se encuentra los intermediarios y/o restaurantes que se encargan de la venta al consumidor final.

## 7.1.2 Análisis de los actores de la cadena de queso criollo

Figura 11. Actores de la cadena



Fuente: Elaboración propia

De los dos segmentos descritos en el mapeo de la cadena, a continuación se presentan las características de cada uno de los actores que intervienen a lo largo de ella.

### EL PEQUEÑO PRODUCTOR GANADERO:

Maneja de 4 a 10 animales en producción bajo un sistema de pastoreo, para la producción de leche predomina el ganado criollo con encaste holstein, o cruza de este último con cebú o charoláis; la alimentación se basa principalmente en forraje seco y grano. La producción de leche es de 7 a 11 litros por vaca al día, en dos ordeñas (7 litros por la mañana y 4 litros por la tarde); así mismo existen ganaderos que realizan una sola ordeña al día y otros que utilizan la leche de la segunda ordeña para autoconsumo o la comercializan localmente para consumo como leche fluida. El precio del litro es de \$5.

Por otra parte, los ganaderos obtienen otros ingresos mediante la producción agrícola, especialmente por el cultivo de maíz, jitomate y sorgo; además de la venta de animales de desecho y de becerros para carne. Dentro de los ganaderos existen aquellos que están bajo la Asociación de ganaderos, y integran alrededor de 64 socios y los independientes que no se cuenta con una base de datos establecida, entre los que se entrevistó a 3 ganaderos lecheros.

**Figura 12. Producción de ganado vacuno**



**Fotografía: Yadira Ortega Armijos (2012)**

## **OTRO PROVEEDOR**

De acuerdo a las encuestas realizadas a los productores, existe un actor externo dentro de la cadena, que cumple dos funciones determinantes, primero, abastece de materias primas tanto a empresas familiares como a pequeñas empresas y también, asigna el precio de la leche que sirve de complemento para cumplir con volumen de materia prima para la elaboración de los subproductos.

La leche proviene del municipio de Chalco perteneciente al Estado de México; la cual se distribuye a las agroindustrias familiares y pequeñas industrias que elaboran queso, y también abastece a la fábrica de elaboración de nieves, considerada un complemento turístico del municipio. El pago de las materias primas, se realiza semanalmente y en efectivo.

### **QUESERÍAS FAMILIARES**

En este eslabón, los actores principales son los miembros de la familia, sea padre o madre e hijos; se considera la mano de obra 100% familiar, concretamente una o dos personas son las que se ocupan de la elaboración de queso y sus derivados, o es una persona quien elabora los productos y la otra que se dedica a la comercialización. La cantidad de leche que transforman varía entre 50 y 100 litros diarios, las instalaciones donde elaboran los productos, forman parte de la casa habitación o se encuentran anexas a la misma. Existen aproximadamente 20 familias que se dedican a la producción de queso, y se realizaron 7 entrevistas.

**Figura 13. Instalaciones queseras familiares**



**Fotografía: Yadira Ortega A. (2011)**

### **PEQUEÑA INDUSTRIA :**

Existen otras agroindustrias locales que procesan de 200 a 1500 litros de leche por día, consideradas pequeña industria las cuales además de queso criollo, crema y requesón, elaboran otros como: queso de cincho, botanero, queso panela y Oaxaca.

En este contexto, la mano de obra que labora en la pequeña industria, es familiar, pero adicionalmente se contrata personal, existen alrededor de 6 a 10 personas laborando permanentemente, esto dependerá de la cantidad de leche a procesar. Por otra parte, las instalaciones de la planta de procesamiento de alimentos, se ubican en la parte baja de la casa, y cuenta

con un sistema totalmente separado y adecuado a las necesidades de la producción. Dentro del municipio se visualizan cinco empresas grandes de producción, de las cuales se entrevistaron a 2.

**Figura 14. Actores a nivel pequeña industria**



**Fotografía: Yadira Fernanda Ortega A. (2012)**

## **INTERMEDIARIOS**

La intervención de estos actores dentro de la cadena es mínima, existen personas que se dedican solamente a la comercialización del queso criollo, ésta actividad la realizan, principalmente, familiares cercanos de los propietarios de una agroindustria familiar; y también en los restaurantes de la localidad, los que, además de la cecina, también venden el queso y crema. Los intermediarios son los 5 restaurantes que se ubican alrededor del mercado municipal, debido a que los turistas al comprar cecina, también prefieren acompañar con los productos como: crema y queso criollo. Se realizaron entrevistas a dos de ellos.

## COMERCIANTES

Los actores que actúan en la comercialización son aquellos que intervienen en el proceso productivo y de transformación, pero también se encuentran los intermediarios. La venta de queso se da en tres niveles, el primero de puerta en puerta, son clientes fijos a los que se les entrega queso semanalmente; el segundo es a través del expendio en los locales ubicados dentro de las instalaciones del mercado municipal y restaurantes y, finalmente, en locales en mercados cercanos como Cuautla.

**Figura 15. Comercialización en el mercado municipal**

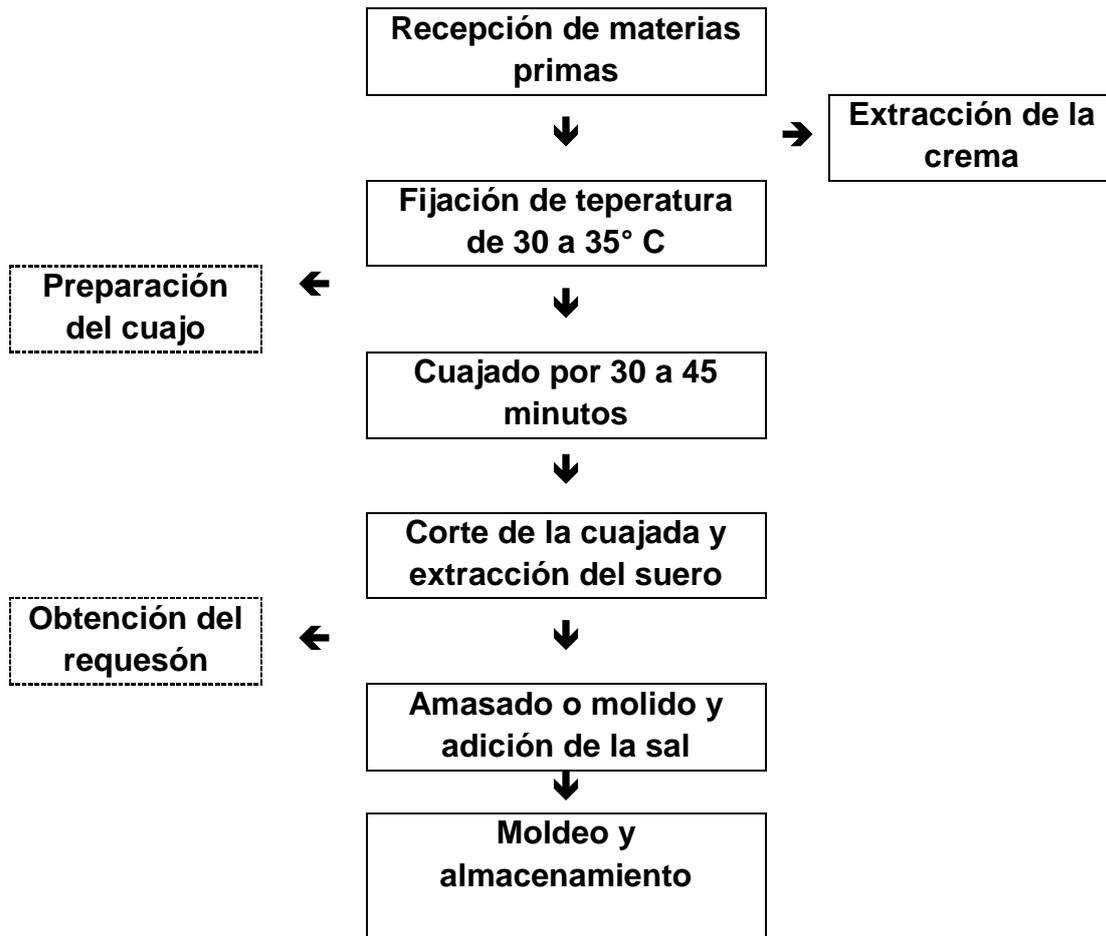


**Fotografía: Yadira Fernanda Ortega A. (2012)**

### 7.1.3 Flujograma del proceso de queso criollo

El proceso de elaboración de queso criollo, tanto en un sistema familiar como en el de un sistema de pequeña industria, es similar, la principal diferencia radica en la utilización de equipos y maquinaria. A continuación se hace una descripción del proceso en ambos sistemas:

**Figura 16. Flujograma de proceso del queso criollo**



**Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2012)**

El proceso de elaboración inicia con la recepción de la leche, a continuación se filtra pasándola por un cedazo o lienzo para eliminar las impurezas, seguidamente se fija la temperatura, ésta debe estar entre 30 a 35°C; una vez cumplido este paso, se adiciona el cuajo (en un sistema familiar normalmente el cuajo es de origen natural elaborado por los productores o lo compran en el sector; mientras que, en el sistema de pequeña industria en algunos casos utilizan cuajo industrial sea liquido o en pastilla); en ambos casos, se requiere una dosis necesaria para que pueda cuajar la leche, con un tiempo de espera de 30 a 45 minutos; luego se realiza el corte de la

cuajada, se deja reposar durante 5 minutos y enseguida se desuera, este proceso se realiza ayudándose con una manta o en saquillos hasta que la cuajada pierda la mayor cantidad de humedad. Transcurrido ese tiempo, la masa, empleando molinos de discos y/o las manos sobre una batea, se mezcla hasta conseguir una pasta fina, previamente se le adiciona sal.

Finalmente, la pasta que se obtuvo durante el proceso se coloca en aros cilíndricos pequeños y se coloca en un refrigerador, este proceso le permite al ganadero y al quesero poder transportar el queso con relativa facilidad a los centros de comercialización.

## 7.1.4 Matriz de actores directos e indirectos

### 7.1.4.1. Matriz de actores directos

**Cuadro 3. Actores directos con referencia a la cadena queso fresco**

ACTORES DIRECTOS	PRODUCTORES CADENA AGROALIMENTARIA QUESO		
	Pequeños productores ganaderos	Productores de queso	Pequeños industriales queseros
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<p>Sistemas de producción de doble propósito.</p> <p>Las razas que manejan son criollas con encaste en Cebú, Charoláis y Suizo.</p> <p>Tipo de ordeño es manual</p> <p>Es un sistema de comercialización de la leche que se basa en la confianza.</p>	<p>Producen de 25 a 100 litros de leche en dos ordeñas</p> <p>La calidad de la leche depende del rendimiento en el queso.</p> <p>El color característico de la leche es amarillo</p>	<p>Producen de 500 a 2000 litros de leche diarios</p> <p>Incorporan a los procesos, maquinaria, descremadora, molino eléctrico.</p> <p>Marcan el precio del producto.</p> <p>Elaboran queso fresco, panela, chihuahua, Oaxaca, botanero, de cincho, y además crema y requesón.</p>
<b>ACTIVIDADES</b>	Diversificación de la producción agrícola, siembran maíz, sorgo, jitomate.		Principal actividad
<b>RELACIÓN CON OTROS ACTORES</b>	Pequeños industriales y agroindustrias queseras  Asociación ganadera del	Pequeños productores y otro proveedores de materias primas.  Pequeños productores y abastecedor de leche.	

	municipio.		
<b>ÁMBITO DE ACCIÓN</b>	Local	Regional	Local y Regional
<b>RIESGOS</b>	<p>Los sistemas de producción no son competitivos.</p> <p>Los rendimientos de la leche son bajos.</p> <p>Costos de producción altos.</p> <p>Pérdida del materias primas por parte de los queseros o pequeños industriales, cuando la leche no cumplen la calidad requerida.</p>	Multas por falta de pago de impuestos o normas establecidas.	<p>La dependencia del abastecimiento de leche.</p> <p>Pérdidas por desabastecimiento o temporadas climáticas.</p> <p>-</p>
<b>GRADO DE PARTICIPACIÓN</b>	El grado de participación es media, debido a que se considera una actividad complementaria dentro de la economía.		El grado de participación es alto, debido a que el sustento económico de la familia depende de esta actividad.

### 7.1.4.2 Matriz de actores indirectos de queso fresco

**Cuadro 4. Actores Indirectos con referencia a la cadena queso fresco**

<b>ACTORES INDIRECTOS</b>	<b>AYUNTAMIENTO</b>	<b>ASOCIACIÓN DE GANADEROS</b>	<b>CAMPO A.C</b>
<b>TIPO</b>	Público	Privada	Privada
<b>SERVICIO PRESTADO</b>	Asesoría Técnica  Elaboración y ejecución de proyectos	Apoyo técnico o apoyo puntual de acuerdo al proyecto.	Asistencia técnica, manejo de ganado y capacitación
<b>TEMPORALIDAD</b>	Ocasional	Poca	Por proyecto
<b>TECNOLOGÍA USADA</b>	Adaptable al proyecto	Mejora genética	Mejora genética y normas higiénicas
<b>INVERSIÓN</b>	Personal técnico	Actualmente ninguna	Depende del proyecto
<b>CALIDAD</b>	Baja	Baja	Media
<b>ALIANZAS</b>	Ninguna	Ninguna	Ninguna

## 7.2 Cadena de Producción y Comercialización de la Cecina

La información descrita a continuación, proviene de los resultados obtenidos a través del diagnóstico de la cadena artesanal de cecina. De esta cadena depende económicamente la mayoría de la población del municipio; debido a que es un proceso que data de hace más de 200 años y que viene de generación en generación.

La cecina se elabora con carne de res, y los cortes de canal mas utilizados de la pierna del animal son: la pulpa, el aguayón, la bola y contra centro; y la parte mas fina del lomo y el zopilote.

Es importante mencionar que el rendimiento de carne fresca seleccionada para elaborar cecina es de 60 a 75% aproximadamente, éste depende de la cantidad de grasa y otras partes que se separen; adicionalmente para seleccionar una carne de calidad, previamente se analizan algunas características organolépticas: suavidad, color, marmoleo y sabor.

### 7.2.1 Análisis de la cadena de la cecina

**Figura 17. Mapeo de la cadena de la cecina**



**Fuente: Trabajo de campo (2011)**

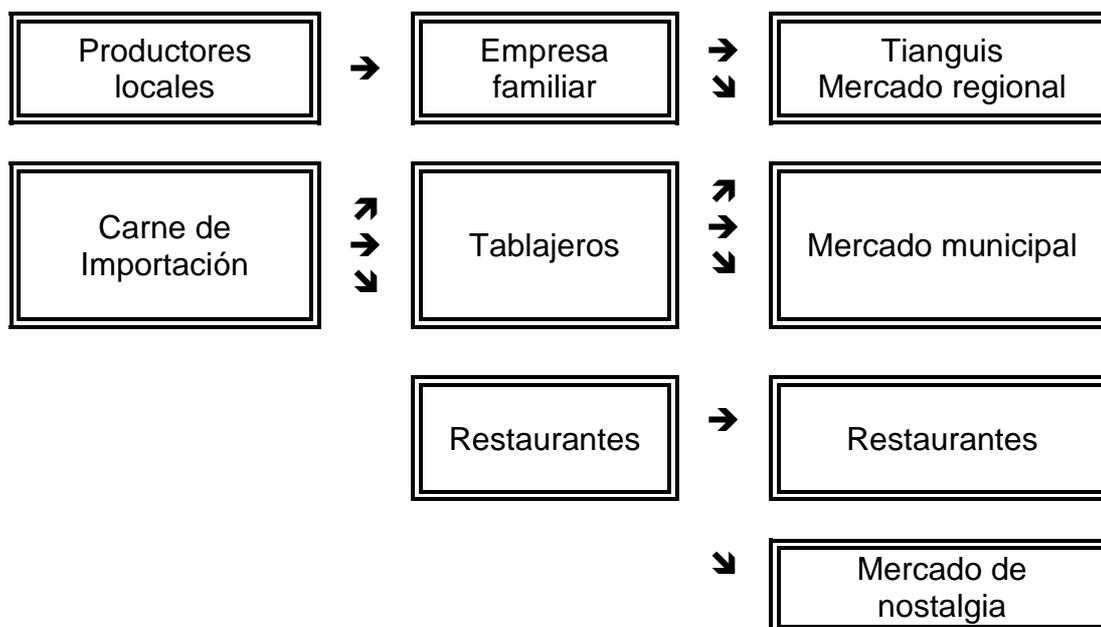
El abastecimiento de materias primas, esta dado en dos niveles, en el primero existen productores de cecina que compran ganado y luego pasa a la

faena, de la cual se selecciona la materia prima a utilizar; y el otro nivel, aquellos que adquieren carne empacada al alto vacío de importación. Así mismo en el eslabón de transformación existen productores familiares, y grandes productores, que dan valor agregado a la carne.

Y la comercialización, es directa al consumidor final o se entrega en mercados cercanos como Cuautla, Temoac y en restaurantes ubicados en ciudades como el Distrito Federal, parte del Estado de México, algunos lugares del estado de Puebla y gran parte del estado de Morelos.

### 7.2.2 Análisis de los actores de la cadena de cecina

**Figura 18. Actores de la cadena de cecina**



**Fuente: Trabajo de campo (2011)**

A continuación se puntualizan las características de cada uno de los actores que intervienen en la cadena agroalimentaria:

## **PRODUCTORES LOCALES**

Los productores locales, se considera una familia integrada por al menos 4 personas, la cual realiza la actividad de cria o compra de ganado de las razas, cebú, suizo y brahmán, éstos se adquieren principalmente en la feria del ganado que todos los días lunes se ubica en la corraleta municipal, los animales que se comercializan proceden de los estados de Guerrero, Morelos, Puebla, Chiapas, Veracruz y algunos de la localidad.

Del peso total de la canal de ganado bovino, se obtienen del 15 al 40% de rendimiento en carne seleccionada para cecina; el precio oscila entre 68 y 69 el kilo de carne seleccionada. Del sondeo realizado, se determina que el 80% aproximadamente de la población considerada dentro del PEA, se dedica a la producción de cecina. Y para obtener los resultados se entrevisto a 2 productores locales, que se dedican al engorde de los animales y también a la elaboración y venta de carne de res una vez a la semana.

## **CARNE DE IMPORTACIÓN**

En este eslabón intervienen 5 grandes comerciantes de carne, que adquieren y venden el insumo procedente de otros estados del país y de Estados Unidos, ésta viene empacada al alto vacío y congelada, ellos son los encargados de abastecer a tablajeros, restaurantes y algunas familias. La carne la venden por caja, cada una contiene entre 27 y 32 Kg de carne seleccionada. El precio oscila entre 68 y 70 pesos el kilogramo. Sin embargo, depende de la cotización del dólar, que es variable.

## **EMPRESA FAMILIAR**

Los actores que intervienen en este eslabón, son las empresas unifamiliares, que procesan una vez a la semana para su comercialización durante sábado y domingo y se considera una actividad complementaria en su economía. En la elaboración de la cecina, participa un solo miembro de la familia, la cual, en algunos casos, contrata a una persona que conoce el proceso de elaboración.

**Figura 19. Faenamiento de la canal**



**Fuente: Fotografía Yadira Ortega A (2012)**

## **TABLAJEROS**

Dentro de este eslabón se incluye a los grandes productores de cecina, ellos utilizan carne que ha sido previamente faenada, siguiendo las normas técnicas del rastro municipal, así mismo utilizan carne de importación. En este eslabón ya se contrata personal especializado conforme a la cantidad de

carne a preparar, en la investigación de campo realizada se encontró que una persona puede preparar alrededor de 4 cajas diarias de cecina, pero además se requiere otra que se encargue del salado de la carne y personal para el tendido y adición de grasa. Para la preparación de una tonelada diaria, se requiere, al menos, 10 trabajadores.

Una de las particularidades de los tablajeros, es que cada uno lleva su herramienta de trabajo, la navaja, que mide 50 cm aproximadamente, que se usa para realizar el tasajo; este actor es importante porque es aquí, donde se determina la calidad y el sabor de la cecina. Los tablajeros aprendieron a preparar la carne a partir de las enseñanzas de sus padres o abuelos; la edad promedio, que inician con el trabajo de la cecina, es a partir de los 16 años. El número de tablajeros, depende de la cantidad de la producción, y no existe un dato real del total de ellos, aproximadamente en una tonelada se requieren al menos 4 tablajeros, Estos resultados se adquieren a partir de la entrevista a 4 tablajeros.

## **RESTAURANTES**

En el municipio existen 9 restaurantes registrados, que trabajan en la preparación y venta de cecina, aproximadamente elaboran entre 140 y 1,500 Kg. por semana, el proceso de elaboración, en cualquiera de los casos, se considera un proceso artesanal y tradicional. Desde la década de 1990 Yecapixtla comienza a incrementar la venta de cecina y son éstos lugares donde se concentra la afluencia de turistas, principalmente durante los fines de semana.

Estos actores se consideran parte del eslabón de la comercialización, y, de acuerdo a las encuestas realizadas, los clientes son originarios de varios lugares de la República, principalmente de los estados de Morelos, Puebla, Estado de México y Distrito Federal, éstos llegan de paso por la zona, sea por trabajo u ocio y consumen cecina, carne enchilada o longaniza, platos que son combinados con ingredientes propios de la zona, queso, crema, tortillas, nopales cebollines, entre otros.

**Figura 20. Restaurantes ubicados alrededor del convento**



**Fuente; Fotografía Yadira Ortega A. (2011).**

## **TIANGUIS**

Es una feria o venta de diferentes productos de consumo básico e incluso mercaderías que vienen de diferentes lugares de la República. El tianguis se realiza todos los días jueves alrededor del convento y se considera un espacio propicio para que los miembros de la familia de los alrededores acudan a realizar sus compras de la semana, lo que genera una afluencia de personas para consumo interno de los productos, pero además responde a la necesidad de venta y consumo de cecina y queso.

## **MERCADO REGIONAL**

Este eslabón se considera importante, ya que la mayor cantidad de cecina que se elabora en el municipio, sale a mercados cercanos como: Distrito Federal, Cuernavaca, Tepoztlán, Oaxaca, Guerrero, Puebla, Zacualpan, Temoac, Estado de México, Veracruz, entre otros.

En este eslabón están situados, las consideradas empresas familiares, debido a que además de la cecina, también venden el resto de la canal que no se utilizó en la elaboración de cecina.

## **MERCADO MUNICIPAL**

En las instalaciones del mercado municipal se distribuye por giro o área de venta de cecina, los puestos funcionan todos los días de la semana, son alrededor de 12 para venta de cecina, y en conjunto con los restaurantes, son los encargados de la comercialización de cecina a nivel local.

**Figura 21. Instalaciones del Mercado Municipal**



**Fuente: Fotografía Yadira Fernanda Ortega (2012)**

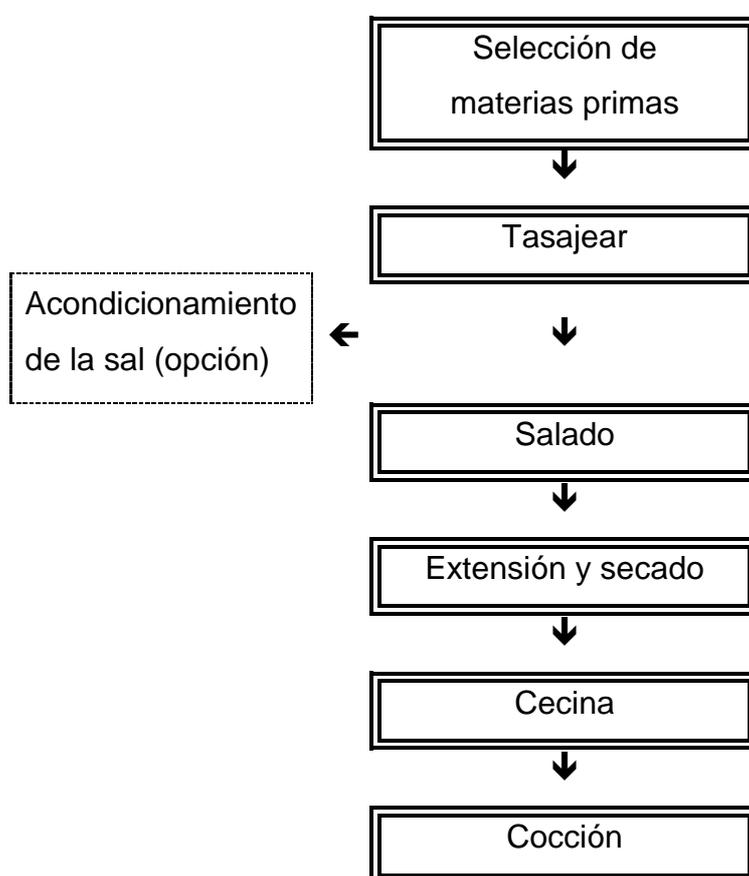
## MERCADO DE LA NOSTALGIA

Los actores de este eslabón son los productores de la cecina, y aquellos compatriotas que se encuentra fuera del país; se considera mercado de nostalgia debido a que existe un potencial fuera del territorio nacional por las personas que añoran productos tradicionales de sus pueblos. Este mercado aún no es formal, los envíos se realizan a través de familiares o amigos que viaja al exterior principalmente a Estados Unidos.

### 7.2.3 Flujograma de la cecina de res

En el siguiente grafico se describe el proceso:

**Figura 22. Flujograma de proceso de elaboración de cecina**



Fuente: Trabajo de campo (2012)

El proceso de elaboración de cecina es considerado un proceso sencillo, pero se requiere tener experiencia en el tasajo y salado, que son lo que dan el sabor característico a la cecina, también es un proceso artesanal, debido a que no utiliza maquinaria, ni equipos sofisticados para su elaboración. Aun se conserva el saber hacer tradicional de los antepasados.

Una vez que se adquiere el animal, se realiza el faenamiento en el rastro municipal, para luego seleccionar la carne adecuada para la cecina y el resto de la carne de la canal prepararla para la venta. La cantidad promedio de carne utilizada de una canal para elaborar cecina, es 25 a 35 kg. aproximadamente o el 20 al 25%, ello depende del peso total del animal. Igualmente la carne que proviene de importación se adquiere en cajas con un peso aproximado de 32 Kg.

Lista la carne para el proceso de cecina, se realiza el tasajo; es decir destazar o cortar la carne en tiras largas y anchas en una sola pieza, para enseguida colocar sal, la cantidad para una caja de cecina es de alrededor de 1 Kg., pero este proceso depende de la experiencia del salador. Algunos productores queman la sal hasta que dore y pierda el yodo, esto determinará el sabor; una vez puesta en la carne permanece en reposo durante 30 minutos aproximadamente, ello también depende de la temperatura y ubicación del sol.

Luego, en un lugar limpio y seco se coloca la carne sobre madera y se deja secar bajo al sol durante unos 20 minutos, posteriormente, se coloca en la tara (tina de plástico) para que suelte agua y finalmente, se vuelve a tender sobre madera, se unta con grasa y está lista para la comercialización y/o

preparación del plato reconocido como cecina de Yecapixtla, para el cual, la cecina se debe asar en un comal o en una parrilla sobre carbón y, una vez cocida, se sirve acompañada con crema, salsa, aguacate, frijoles y tortillas.

**Figura 23. Presentación del Plato de cecina**



**Fuente: Fotografía Yadira Fernanda Ortega (2012)**

## 7.2.4 Análisis de actores directos e indirectos de la cadena agroalimentaria cecina

### 7.2.4.1. Matriz de actores directos

**Cuadro 5. Actores directos en referencia a cecina**

ACTORES DIRECTOS	PRODUCTORES CADENA AGROALIMENTARIA CECINA		
	PEQUEÑOS PRODUCTORES GANADEROS Y CECINA	OTROS ACTORES LOCALES	RESTAURANTES
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<p>Las razas de ganado bovino que manejan los productores son Cebú, suizo y Brahmán.</p> <p>El ganado en su mayoría es traído de otras localidades y de otros estados como Guerrero, Puebla, Veracruz, Chiapas, etc.</p> <p>La cantidad semanal de</p>	<p>La elaboración y venta de cecina, es una actividad complementaria de fin de semana o al menos dos días a la semana.</p>	<p>Registrados ante dirección de reglamentos y licencias del municipio,</p> <p>Existen alrededor de 21 restaurantes, de éstos están registrados solamente 9.</p> <p>Existen así mismo 12 giros de cecina ubicados dentro del mercado</p>

	<p>producción de cecina es de 25 a 30 Kg a la semana.</p>		<p>municipal.</p> <p>Poseen un local propio, en el caso de los restaurantes, a lo largo de la vía principal de acceso al municipio y</p> <p>Un puesto establecido en el mercado municipal.</p> <p>La producción y venta de cecina tanto en los restaurantes como en los puesto del mercado son de 120 Kg a 1,5 tonelada por semana</p> <p>La carne con la que elaboran la</p>
--	---	--	---

			cecina procede de mercados cercanos como Cuautla, compran animales para engorde y faenado y otra parte es carne de importación.
<b>OTRAS ACTIVIDADES</b>	Las actividades complementarias son venta de carne fresca y engorde de animales	En su mayoría son trabajadores públicos o personas que se dedican a otras actividades laborales	Ninguna
<b>RELACIÓN CON OTROS ACTORES</b>	Ninguna	Ninguna	Ocasional SECTUR y Tour Operadoras a nivel nacional
<b>ÁMBITO DE ACCIÓN</b>	LOCAL	REGIONAL	REGIONAL
<b>RIESGOS</b>	La sobreproducción de cecina en el mercado. Y pérdida de identidad del producto frente al territorio		
<b>GRADO DE PARTICIPACIÓN</b>	El grado de participación es alto, debido a que el sustento económico de más del 80% de la población depende de la actividad, y la cantidad de cecina que se comercializa son 200 toneladas semanales.		

### 7.2.4.2. Matriz de los actores indirectos

**Cuadro 6. Actores indirectos en referencia a cecina**

<b>ACTORES INDIRECTOS</b>	<b>AYUNTAMIENTO</b>	<b>SECTUR</b>	<b>TOUR OPERADORES</b>
<b>TIPO</b>	Público	Público	Privado
<b>SERVICIO PRESTADO</b>	Publicidad y Promoción Logística en festividades y acontecimientos	Apoyo técnico Publicidad y Promoción	Promoción, compra y venta de servicios
<b>TEMPORALIDAD</b>	Frecuente	Poca	Por temporada
<b>TECNOLOGÍA USADA</b>	Redes sociales y prensa	Publicidad	Adaptable a la demanda
<b>CALIDAD</b>	Medio	Baja	Media
<b>ALIANZAS</b>	Ninguna	Se vincula a través de la promoción de la ruta de los conventos	Contactos informales con restaurantes para itinerario de la ruta de los conventos

### 7.3 Principales Atractivos Turísticos

#### 7.3.1 Inventario de Atractivos Turísticos

##### Identificación del sitio

**Lugar:** Municipio de Yecapixtla

**Estado:** Morelos

**País:** México

**Cuadro 7. Inventario de Atractivos Turísticos**

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>CLASE</b>	<b>JERARQUÍA</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b>
Convento de San Juan Bautista	Artificial	Iglesia	Complementario	3	El convento es de origen Agustino, su edificación inicia desde el año 1535 hasta 1545, bajo la dirección de Fray Jorge de Ávila, dedicado a San Juan Bautista, forma parte del Patrimonio Cultural de la Humanidad y de la ruta de los conventos.
El plato de Cecina de	Folklore	gastronomía	Central	4	Es considerado el patillo típico, que resulta de un

Yecapixtla					proceso artesanal y un saber hacer, que tiene un sabor característico inigualable. Y que se sirve acompañado de productos tradicionales de la localidad, entre ellos, queso, crema, frijoles y tortillas.
Artesanías	Folklore	Artesanías	Complementario	1	<p>Artesanías con hoja de maíz (Totomoxtle), se realizan Chinelos, flores, ramos, tocados, etc.</p> <p>Los huaraches de campesino; que son un tipo de sandalias y se las realizan en cuatro modelos: tres vueltas, de palma, aceitado, huarache natural.</p> <p>Talabartería, trabajos de cuero y piel se elaboran diferentes diseños entre ellos, fundas para celular, porta navajas, tequileros, envases transportar bebidas, etc.</p>
Tianguis grande y	Acontecimiento	Tianguis	Complementario	4	Es la fiesta principal del pueblo, se celebra el

feria de la cecina	programado	grande			último jueves previo al día de muertos, en la mitología del pueblo, es el nacimiento del señor del comercio, a quien se debe el origen del pueblo. Esta festividad está relacionada con la venta de productos alusivos a la celebración de día de muertos, siendo las más importante por su carácter prehispánico.
Fiestas religiosas	Acontecimiento programado	Festividad	Complementario	3	Tienen varias fiestas como la celebración de la semana santa, el carnaval de Yecapixtla, que se celebra el sábado santo y domingo de gloria, a través de el brinco del chínelo, considerado un personaje irónico de los españoles, en los tiempos de la conquista.
Tianguis del jueves	Acontecimiento programado	Feria de venta de productos y	Complementario	1	En el municipio de Yecapixtla, todos los días jueves alrededor del convento, se organiza el tianguis. La palabra tianguis, procede del náhuatl

		mercadería en general			<i>tianquiztli</i> que significa mercado público. Es un lugar de vendedores ambulantes, es una feria de trueque, de compra y venta. El tianguis es un lugar de encuentros, de familias, de disfrute entre parientes, es el motivo o el pretexto para relacionarse o también se supone un lugar humano, festivo y alegre (Sopetrán 2010).
--	--	--------------------------	--	--	--

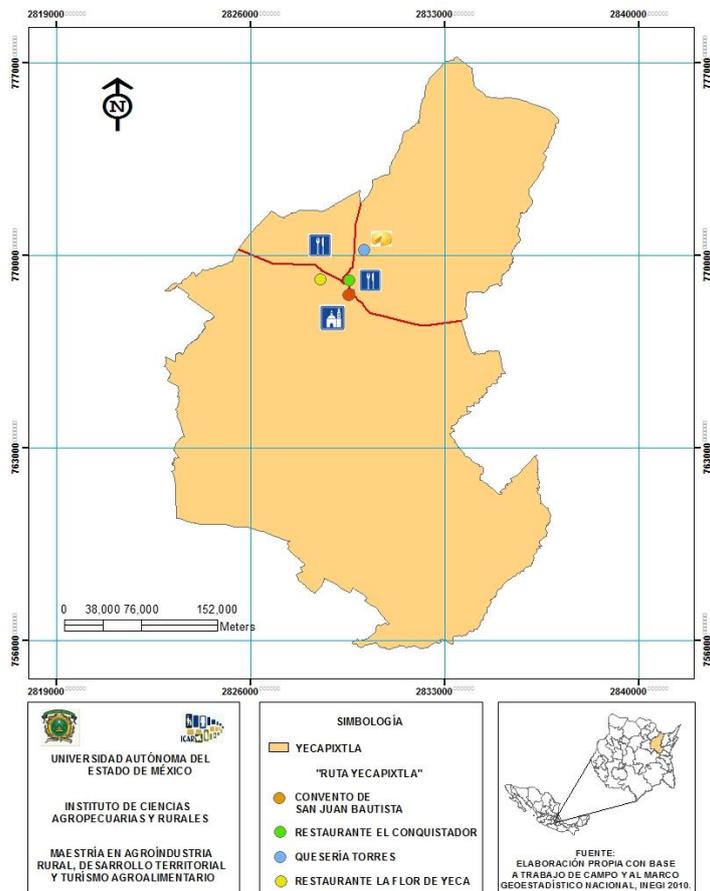
En otro sentido, existen los atractivos humanos que incluyen elementos intangibles como la hospitalidad de la gente, la limpieza, la buena presentación, calidad de los servicios, precios accesibles.

### 7.3.2 Ruta turística

En base al inventario de los atractivos turísticos, en Yecapixtla, se sugiere implementar una ruta turística, apoyada de promotores de turismo a nivel local. Al igual que con los tour operadores se puede presentar esta propuesta dentro de la Ruta de los Conventos; o desde el municipio. A continuación se hace la sugerencia de la ruta agroalimentaria.

#### 7.3.2.1 Mapa

Figura 24. Mapa de la Ruta Turística



Fuente: Elaboración propia en base a INEGI (2013)

### 7.3.2.2. Propuesta de Itinerario de la Ruta Agroalimentaria

#### Nombre: Ruta de la Cecina y el Queso

**Objetivo:** Fortalecer los atractivos turísticos y tradición del pueblo de Yecapixtla, como proceso de diversificación de productos turísticos en el sector y apoyo a la Ruta de los Conventos.

**Cuadro 8. Itinerario de la Ruta Cecina y Queso**

Hora	Descripción	Actividades	Especificaciones
11:00	Saludo y Bienvenida	Presentación del promotor de turismo y bienvenida.	El guía es un promotor de turismo del municipio.
11:10	Convento de San Juan Bautista	Visita, recorrido y plática de la historia de la construcción del convento.  Fotografías del lugar.	Entrar en silencio al templo y las fotografías deben ser sin flash.
11:50	Traslado a una quesería		
12:00	Visita quesería de Don Juan Torres	Recorrido y explicación del proceso de elaboración del queso y sus derivados.  Compra de productos.	Se debe utilizar zapatos adecuados, para evitar mojarse.  Las plantas son pequeñas y no pueden ingresar mas de 4 personas al mismo tiempo

12:45	Tiempo libre	Con apoyo del promotor, se sugiere conocer los alrededores del pueblo, disfrutar y comprar nieves, botanas, diferentes alimentos, bebidas y compra de artesanías.	Los fines de semana existe un pequeño Tianguis alrededor del convento.
13:14	Reunión en la puerta principal del atrio y traslado al restaurante	En el camino se explica los orígenes del pueblo y la cecina.	Las distancias son pequeñas, se recomienda traer sombrero.
13:20	Restaurante El Portón	Recorrido y charla sobre el proceso de elaboración de cecina.  Tasajo, salado y cocción.	Si no cuenta con la infraestructura. Se muestra a través de video o sesión fotográfica todo el proceso. Y su tradición
13:40	Gastronomía	Degustación del plato de cecina acompañado de queso y crema.	El kilo de cecina preparada esta en 210 pesos y se la acompaña, con crema, aguacate, queso, nopal y tortillas
14:30	Despedida		

Para la ruta Turística agroalimentaria se sugiere desde el Ayuntamiento organizar estos recorridos, con la participación de los involucrados; además es una propuesta complementaria dentro de la Ruta de los Conventos.

### **7.3.2.3. Propuesta para promotores turísticos**

Para la generación de capacidades locales, como promotores de turismo la propuesta es crear una malla curricular dirigida a jóvenes y adultos con interés y capacidad para atención a los diferentes turistas, ésta formación se basa en proceso modular y se requiere la intervención del ayuntamiento y sectores de turismo a nivel estatal para ofrecer una certificación y reconocimiento. A continuación, se describe una matriz para la programación curricular.

#### **Programación curricular : Turismo Cultural y gastronómico**

**Objetivo:** Crear un grupo de promotores y promotoras de turismo a nivel local, para favorecer la atención a los turistas y visitantes en Yecapixtla, Morelos; con la finalidad de ofrecer productos de calidad y servicios complementarios para la generación de nuevas fuentes de trabajo.

**Cuadro 9. Programa Curricular**

CAPACIDAD	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	MEDIOS DIDÁCTICOS	DURACIÓN
<p>Identificar los atractivos turísticos del municipio y su importancia en el desarrollo local.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reflexionar sobre el saber hacer de los productos tradicionales del municipio</li> <li>▪ Definir conceptos turismo cultural, gastronómico y rutas agroalimentarias</li> <li>▪ Conocer y aprender raíces y tradiciones.</li> </ul> <p>Aplicar los</p>	<p><b>Conceptuales:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Historia de Yecapixtla</li> <li>2. Características del convento</li> <li>3. Turismo cultural y gastronómico.</li> <li>4. Relaciones humanas y atención al visitante</li> <li>5. Rutas</li> </ol>	<p><b>CONTEXTUALIZACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Información General: presentación institucional, tema, objetivos y acuerdos metodológicos para el desarrollo de las jornadas de capacitación</li> <li>▪ Crear un ambiente predisposición a la confianza, respeto y apertura a la participación individual y grupal, mediante actividades de presentación.</li> </ul>	<p><b>Talento Humano:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Personal con conocimiento y experiencias en capacitación, en temas de turismo</li> <li>▪ El Grupo de jóvenes participantes con conocimientos básicos, y capacidad de análisis e aprendizaje.</li> </ul> <p><b>Infraestructura:</b></p>	<p>7 meses en modalidad semipresencial y trabajo en casa, además prácticas de campo después de haber cursado el tercer módulo apoyados de</p>

	<p>conocimientos a través de practica de campo.</p>	<p>gastronómicas</p> <p>6. Seguridad y primeros auxilios</p> <p>7. Importancia de la historia y sus raíces</p> <p>8. Turismo cultural y gastronómico</p> <p><b>Actitudinales:</b></p> <p>9. Propositiva</p> <p>10. Recursiva</p> <p>11. Creativa</p> <p>12. Conciencia Crítica</p> <p>13. Prácticas de campo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocimiento de la realidad en lo que corresponde a turismo, historia y cultura</li> <li>▪ Caracterización y conceptualización del tema como alternativa para diversificar las actividades dentro del municipio.</li> <li>▪ Diagnóstico de conocimientos acerca de turismo</li> </ul> <p><b>PROBLEMATIZACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lluvia de ideas sobre percepciones de turismo</li> <li>▪ Presentación en power point: Breve reseña histórica</li> </ul>	<p>Infraestructura local que presten las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Salón de Clases amplio e iluminado</li> <li>▪ Mobiliario para el estudiante, equipada con asientos y pizarrón</li> <li>▪ Servicios Básicos</li> </ul> <p><b>Equipos:</b></p> <p>Apoyos audiovisuales, experiencias y tecnológicos</p>	<p>los facilitadores y previo a una planificación .</p>
--	---	--	--	---	---

			<p><b>Definición:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Turismo cultural y gastronómico <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Historia y sus orígenes</li> <li>▪ Rutas agroalimentarias</li> <li>▪ Atención al turista</li> </ul> </li> </ul> <p><b>EVALUACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evaluación del aprendizaje mediante diagnósticos sobre la conceptualización de los contenidos.</li> <li>▪ Además evaluamos lo siguiente:</li> </ul> <p>participación, asistencia y desempeño y el cumplimiento de horas prácticas.</p>	<p><b>HERRAMIENTAS:</b></p> <p>Materiales:</p> <p>Texto base y materiales de papelería</p> <p><i>Lúdico:</i></p> <p>Dinámicas de clase, patio e integración</p>	
--	--	--	---	---	--

El proceso de formación, pretende ser un complemento de la actividad turística potencial en el municipio.

#### 7.4 Análisis FODA

La matriz FODA, es un análisis basado en las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Para determinar el análisis FODA se examinaron los diferentes eslabones de las cadenas agroalimentarias y las características del territorio, esto se realizó a

través de la observación y entrevistas a actores claves: productores, ex funcionarios públicos, cronista y regidor de turismo, además se analizó la forma de organización, gobierno e intervención del mercado.

**Cuadro 10. Matriz FODA**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>La historia, tradiciones y el saber hacer transmitido de generación en generación.</p> <p>La presencia de agroindustrias y pequeña industria competitivas en la producción de alimentos (queso y cecina).</p> <p>El clima diferenciador de calidad para</p>	<p>Ser parte de la ruta de los conventos .</p> <p>La calidad y reconocimiento de la comida mexicana, declarada Patrimonio Intangible de la Humanidad.</p> <p>Sitio estratégico y de paso para los estados de Puebla, México,</p>

la elaboración de la cecina.

Recursos físicos como agua y suelo, como potencial para la producción agropecuaria y agroindustrial.

Gran número de productores que conocen el proceso de elaboración de cecina y queso.

Atractivos turísticos reconocidos a nivel estatal y nacional (convento de San Juan Bautista y la cecina de Yecapixtla).

Tradición de las festividades comerciales relacionadas con la producción ganadera.

Morelos y Distrito Federal.

### **DEBILIDADES**

Débil organización o acción colectiva de los actores que intervienen en la cadena agroalimentaria (queso y cecina) y turismo.

No existen políticas públicas orientadas desde las necesidades de

### **AMENAZAS**

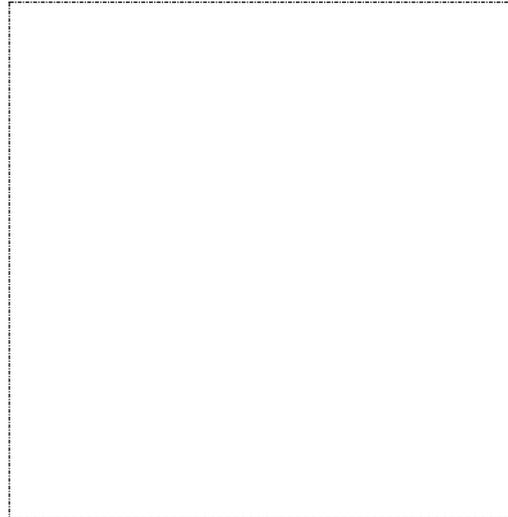
Pérdida de identidad por el abastecimiento de materias primas.

Dependencia económica de los importadores de carne.

todos los actores que intervienen en la cadena agroalimentaria y turismo.

Poca participación y poder de decisión en conjunto sobre el territorio local.

Mínima producción de materias primas para el procesamiento de alimentos especialmente carne y leche de ganado bovino.



### **7.4.1 ESTRATEGIAS**

Para potenciar las fortalezas, utilizando las oportunidades, minimizando las debilidades y amenazas, se plantean las siguientes estrategias:

- Crear una organización o potenciar la acción colectiva dentro del municipio para fortalecer las cadenas agroalimentarias del queso y la cecina
- Crear una ruta turística con mayor participación de los actores de las cadenas agroalimentarias del queso y la cecina
- Implementar políticas públicas que beneficien y regulen los procesos de administración y producción de las cadenas agroalimentarias cecina y queso, dentro de la economía del territorio.
- Crear alternativas de diferenciación turística para el municipio
- Negociaciones asociativas de compra de materia primas en mejores condiciones

## **8 DISCUSIÓN GENERAL**

### **8.1 Relación con el territorio**

Yecapixtla se puede considerar un territorio, no solo como un espacio físico, objetivamente existente, sino por ser un conjunto de relaciones sociales que le dan origen, y a la vez identidad y un destino común, compartido por múltiples agentes públicos y privados (Llambi, 2007).

Y que además calificado como un territorio urbano, por ubicarse dentro del parámetro, número de habitantes, dado por el INEGI; pero considerado rural debido a una fuerte vinculación con la tierra, la producción ganadera, la división del trabajo, la forma de vida de los habitantes, un espacio reducido para el comercio, con un “saber hacer” tradicional y artesanal, que en el transcurso del tiempo se mantiene y es la fuente principal de la economía; sin embargo, debido a la demanda de los productos, las materias primas en su mayoría ya no se producen en la localidad, dando como resultado, una desvinculación con el territorio.

### **8.2 Relación a nivel Productivo**

A nivel producto carne, en el municipio se evidencia que la mayoría de materias primas para la elaboración de cecina no son producidas localmente, debido al incremento en la demanda de cecina, pero también por un déficit de producción. Actualmente del total de la canal faenada, se utiliza entre el 20 y 40% de carne seleccionada para la elaboración de cecina, no obstante, existen pocas o nula alternativas de mercado para manejo, transformación

y/o comercialización del resto de la canal; lo que puede generar una sobreproducción en el mercado y por ende pérdidas económicas.

Ante este déficit, la alternativa para cumplir con la demanda en el mercado, es la compra de materias primas de importación, provenientes principalmente de EEUU, y ahora se empiezan a evidenciar variantes en la calidad del producto final.

En lo referente a la producción de leche, la alternativa a largo plazo es mejorar los niveles de rendimiento y crear programas acordes a la necesidad del ganadero para optimizar los niveles de productividad en la ganadería local. En este mismo sentido, la producción ganadera a nivel de pequeños productores cumple al menos tres funciones importantes:

- Ayuda a atenuar la dependencia del país por estos productos,
- Contribuye a preservar productos vinculados con un “saber hacer” y con una cultura gastronómica regional o nacional, y
- Provee productos lácteos a sectores de la misma población (Cesín et. al. 2007).

### **8.2.1 Relación a nivel de Políticas Públicas**

En otro sentido, los procesos de globalización y de mercado local en Yecapixtla, deben ser regulados a través de políticas públicas, para que no generen conflictos sociales y logren establecer un Sistema Agroalimentario competitivo. Además, las políticas públicas no son neutras. Al contrario, ellas inciden de manera diferenciada en la expansión de empresas de distintos tamaños, pueden contener incentivos para la integración vertical de grandes

empresas, o favorecer la autonomía de proveedores especializados (SELA 2012).

Además es importante generar políticas administrativas por parte del gobierno local, para mejorar la adecuación de la demanda de los establecimientos de comidas y bebidas que atienden a los turistas y, particularmente la calidad de estos servicios.

### **8.2.2 Relación con el Turismo**

Uno de los problemas detectados a lo largo del análisis de la cadena de cecina, es que no existen alternativas turísticas de diferenciación por parte de actores que intervienen en la comercialización del plato de cecina; específicamente en restaurantes, debido a ello, existen algunos programas alternativos que la SECTUR, promueve, el distintivo M, que es el reconocimiento que otorga a todas las empresas turísticas que han logrado implementar exitosamente el programa de Calidad Moderniza, y que avala la adopción de las mejores prácticas y una distinción de empresa turística modelo (SECTUR, 2012); esto para responder a un mercado cada vez más competitivo y se precisa de servicios especializados.

Igualmente con la gestión municipal, se puede convertir el turismo local en una herramienta de desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al programa, que la Secretaria de Turismo (SECTUR) ha desarrollado con el propósito de coadyuvar en el desarrollo del turismo rural, con la participación de las comunidades locales, principalmente a nivel municipal, es el programa de Pueblos Mágicos, que tiene como objetivo primordial desarrollar productos

turísticos que puedan considerarse plenamente culturales, dentro de los pueblos tradicionales que conservan sus estilos y resalten el valor turístico local.

Por último, la alternativa es elaborar un producto turístico gastronómico; para promover la acción colectiva de todos los sectores estratégicos, económicos y turísticos dentro del municipio.

### **8.2.3 Relación a nivel organizativo**

Es importante fomentar la acción colectiva y fortalecer el sistema agroalimentario localizado, con actores directos de las cadenas de queso y cecina a nivel municipal, para crear una marca colectiva que respalde el territorio y sus productos.

Asimismo, esta organización una vez legalmente constituida, puede considerarse una alternativa para mejorar las relaciones y la coordinación horizontal de los actores; debido a que los SIAL, articulados a cadenas productivas y territorio, pueden aumentar la capacidad para movilizar los recursos específicos y crear condiciones favorables al desarrollo (Boucher, 2011).

## 9 CONCLUSIONES

A partir del análisis cualitativo de las cadenas agroalimentarias (queso fresco y cecina), se concluye, en el municipio de Yecapixtla, aún se conserva la actividad agrícola y ganadera, debido a que se localizan economías familiares o concentraciones de agroindustrias locales que cuentan con sus propios recursos (talento humano, producción ganadera e infraestructura) y que además contribuyen significativamente a la economía familiar.

Esta concentración de empresas familiares (queso y cecina) puede ser activada en SIAL, e impulsada a través de estrategias establecidas en el análisis FODA, debido a que sus cadenas cortas cumplen un rol importante debido al arraigo histórico, su “saber hacer”; pero sobre todo por ser considerado el sustento económico, social y político en el municipio.

En la actividad ganadera que existe en el municipio, son 40 familias aproximadamente que se dedican a la producción de queso a nivel familiar y pequeña industria, lo que constituye un aporte económico principal y/o complementado con la actividad agrícola; sin embargo la quesería artesanal, se reviste de gran relevancia, no solamente porque elabora un producto de reconocidas bondades nutricionales y gustativas, sino por su capacidad para generar y mantener el empleo local donde intervienen tres actores principales: ganaderos, queseros y comerciantes.

Conjuntamente, el platillo de cecina, alimento local, es la principal actividad económica de la población, ya que interviene alrededor del 80% de las

familias que viven en el municipio, debido al reconocimiento que tiene el platillo y considera parte de la actividad turística.

Igualmente, en el análisis cualitativo de los alimentos locales queso y cecina se demuestra que actividad turística de fin de semana y de estancias cortas en periodos vacacionales, consideran al sistema ganadero de doble propósito, como un sistema incapaz de satisfacer la demanda que se genera a nivel local y regional.

Sin infirmar la producción ganadera, el reconocimiento de los alimentos locales queso, cecina, son condiciones competitivas originales gracias al prestigio de su gastronomía y “saber hacer”; y aunado a la difusión de su patrimonio cultural, principalmente el convento dedicado a San Juan Bautista que forma parte de la Ruta de los Conventos, y que están situados alrededor de los volcanes Iztaccihuatl y Popocatepetl y cerca de las poblaciones de los estados de México, Puebla y Morelos, se considera un aspecto positivo para potenciar el turismo. Además la instauración de un productos turístico “ruta turística” enmarcada en el queso y la cecina, sin mayor inversión, se considera un atractivo adicional.

Finalmente, en el municipio de Yecapixtla, existe una dicotomía, entre lo rural y urbano esta tendencia rural se puede evidenciar debido a que la economía se basa en la producción ganadera y agrícola, el saber hacer, características de vida de un pueblo tranquilo, y la presencia de agroindustrias familiares; mientras que la característica urbana se da por el número de habitantes dado en la cabecera municipal y por patrones de consumo que han ido cambiado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albisu, Luis Miguel. (2011). "Las Cadenas Agroalimentarias como elementos fundamentales para la Competitividad de los productos en los Mercados". Revista Mexicana de Agro negocios, núm. 4, Enero-Junio, pp. 451-452.
- Aja, Guardiola S. (2006). Rendimiento Total de una canal de bovino, Facultad de Medicina veterinaria, UNAM, México DF.
- Arboledo E., (2002). Tesis: Análisis de competitividad de la cadena agroalimentarias de papa en el Ecuador, circuito papa periodo 1990 - 1999, Quito Ecuador
- Ávila Aldapa, R, (2011). Turismo Cultural en México, Alcances Y Perspectivas, Editorial Trillas, segunda edición. México.
- Barrera Ernesto (1999), Las Rutas Gastronómicas una estrategia de Desarrollo Rural Integrador; trabajo presentado en el "IV Seminario Internacional de Turismo Rural del Cono Sur". Santiago de Chile. Chile.
- Boucher. F. (2011). Guía Metodología para la activación de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL), IICA, CIRAD, Red sial, México. <http://www.iica.int>
- Cervantes, Fernando, (2012). La Leche y los Quesos Artesanales en México, editorial Miguel Ángel Porrúa, México.
- Cervantes F., Villegas de Gante, A., Cesín A. y Espinoza A., (2008). Los Quesos Mexicanos Genuinos – Patrimonio cultural que debe rescatarse, Grupo Mundi prensa. México DF.

- Cooperación Técnica Alemana - GTZ, (2007), Manual ValueLinks – Metodología para el fomento de la Cadena de Valor. GTZ.
- Cifuentes William, (2011). Metodologías de Análisis de Cadenas Productivas Bajo Enfoque de Cadenas de Valor. Fundación CODESPA.
- CONACULTA (2002). Patrimonio Cultural y Turismo, Cuadernos, Congreso sobre patrimonio gastronómico y turismo cultural en América Latina y el Caribe, primera edición, Tomo 1 II México.
- M. C. Chamorro y M. Losada, (2002). Tecnología de los quesos, Análisis sensorial de los quesos, AM Ediciones y Mundo Prensa, México
- Del Roble M. (2011). Territorio y Ambiente: Aproximaciones metodológicas, Grupo editorial Siglo XXI. México
- Diez Rodrigo, (2006), Análisis de Políticas Agropecuarias y Rurales: Integración de cadenas agroalimentarias, SAGARPA
- FUNDACIÓN CODESPA (2010). Cadenas de Valor, creando vínculos comerciales para la erradicación de la pobreza, edición CODESPA.
- García–Winder M., Riveros H., Pavez I., Rodríguez D., Lam F., Arias J., Herrera D., (2009). Cadenas Agroalimentarias: Un Instrumento para fortalecer la Institucionalidad del Sector Agrícola y Rural, San José, CR.
- Gómez del Campo, R, (2010), Metodología para el seguimiento de la operación de los consejos de Desarrollo Rural, Sustentable a nivel territorial en México: El Trabajo de la Red GTD, México, Territorio y

Ambiente aproximaciones metodológicas, coordinador, Mario del Roble Pensado L. México

- Gutiérrez Alejandro, (2009). Avances y Prioridades de Investigación en circuitos agroalimentarios, Venezuela.
- Haundry de Sourcy, R., (2003). Productos con Identidad Territorial. Latacunga, Ecuador, Fidamerica.
- Herrera, D., (2005). Enfoque Participativo para el Desarrollo de la Competitividad de los Sistemas Agroalimentarios. Cadenas y Diálogo para la Acción (CADIAC), Unidad de Políticas y Negociaciones Comerciales. Secretaria de Cooperación Técnica, IICA, San José. Costa Rica.
- Iglesias D. (2002), Cadenas de Valor como Estrategia: Las Cadenas de Valor en el Sector Agroalimentario., Estación experimental Agropecuaria Anguil e Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- INAFED y SEGOB, 2010. Enciclopedias de los Municipios y Delegaciones de México. Estado de Morelos, Yecapixtla. "[http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM\\_morelos](http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_morelos)".
- La Imagen Agropecuaria, Campo Libre "Cecina de Yecapixtla y festividad prehispánica en torno a la muerte"; Núm. 1. (28 de octubre de 2008); [http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id\\_sec=33&id\\_art=576](http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_sec=33&id_art=576)
- Lacanau G; Norrild J. Coordinadoras, (2003). Gastronomía y Turismo, Centro de Investigaciones y estudios turísticos, Argentina

- Llambi L. (2010). Nuevas Ruralidades y Viejos Campesinos. Agenda para una sociología rural latinoamericana, Bogotá, Colombia.
- Méndez, R. A, (2003). Ayacapixtlán. Historia de un pueblo Puchteca por tradición, Cronista 2009 – 2012, México.
- Moncayo, E. (2003), “Nuevas Teorías y Enfoques Conceptuales sobre el Desarrollo Regional: ¿Hacia un Nuevo Paradigma?“, Revista de economía institucional, primer semestre, año/vol. 5 número 008, Universidad de Extremadura de Colombia.
- Muchnik, J, (2006), “Sistemas Agroalimentarios Localizados“, presentación en las primeras Jornadas sobre Competencias en el Desarrollo Rural, INTA-UNS, 27-29 de septiembre del 2006, Bahía Blanca, Argentina.
- NORMA Oficial Mexicana NOM-243-SSA1-2010, Productos y servicios. Leche, fórmula láctea, producto lácteo combinado y derivados lácteos. Disposiciones y especificaciones sanitarias. Métodos de prueba. México
- Pomeón, T y Fraire J, (2011). SIAL, un Enfoque para el Desarrollo Territorial. Bajo la dirección de Boucher F, noviembre del 2011, Cuadernos de trabajo 5. México DF.
- Pontificia Universidad Católica de Perú (2005), Conceptos de Gastronomía, Perú.
- Porras, J. (2006). Policy Network, o red políticas públicas: Una introducción metodológica de investigación, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

- Requier-Desjardins D., Boucher F., y Cerdan C., (2003). “Globalisation, competitive advantages and the evolution of Localised Agro-food System in Latin America“, número 15-1, enero marzo, pp 49-67.
- SAGARPA, Octubre (2007). Directorio Nacional de Centros de sacrificio de especies pecuarias de los Estados Unidos Mexicanos: SIAP. México
- Sepúlveda S, 2008. Gestión del Desarrollo Sostenible en Territorios Rurales: Métodos para la Planificación. Instituto Iberoamericano de Cooperación para la agricultura, San José Costa Rica.
- Sepúlveda S, Chavarría H, Rojas P.; (2002). Competitividad: Cadenas Agroalimentarias y Territorios Rurales. Elementos Conceptuales, IICA, San José Costa Rica.
- Sepúlveda, et al. (2003). Territorios rurales, competitividad y desarrollo, Serie de cuadernos técnicos, número 23, IICA, San José, Costa Rica.
- Sepúlveda, (2009). Nueva institucionalidad para el desarrollo rural en América Latina y el Caribe en el contexto actual, IICA, San José Costa Rica.
- Sojo, A. (2007), Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe, Santiago de Chile, CEPAL, Agencia Española de Cooperación Internacional y Secretaria general iberoamericana.
- Velásquez G., Merrit H., Navarro A., y Alfaro E., (2011). La competitividad desde una perspectiva regional y empresarial en el Estado de México, Editor Gobierno del Estado de México. México

- Villegas de Gante, A, (2003). Los quesos mexicanos, Universidad Autónoma de Chapingo, segunda edición. México.
- Villegas de Gante. A., (2004). Tecnología quesera. México: Trilla s. a de C.V.

## ANEXOS

### 1. Formato de observación para determinar características iniciales de los productores de queso y cecina y su encadenamiento

**Alcance:** este instrumento permite conocer las características de producción agropecuaria tanto para identificar la obtención de carne como de preparación de alimentos: queso, crema y requesón y cecina de res

Localidad -----

Nombre del productor -----

Que productos elabora -----

Quien le enseñó a preparar el producto -----

Describe el proceso de elaboración del producto -----

Cual es el rendimiento del producto transformado -----

Donde vende su producto ----- Precio -----

#### Producción de materias primas

Tiene animales de producción si ( ) No ( )

¿Cuántos? ----- Raza -----

¿Cuántos ordeñas realiza? ----- litros de leche por ordeño -----

Caso contrario, ¿a quién le compra la Materia prima? -----

Conoce Ud. a otros productores vecinos si ---- no ---- Quienes

Ud. donde vende sus productos ----- y sabe donde venden los productos  
otros productos -----

Del total de materia prima que trabaja que cantidad de producto obtiene -----  
-----

Ud. sabe, si el producto que vende, esta posicionado en el mercado si --- no ---,  
quien lo compra ----- y para que lo utilizan -----

Quien administra el dinero que les genera las ventas

Quien elabora el producto

Quien sale a vende los productos

**Observaciones**

---

---

## 2. Formato para obtención de información dirigido a productores de ganado

**Alcance:** Este instrumento esta tomado del modelo de CORPOICA<sup>2</sup> y tiene por objetivo visualizar la producción ganadera y sus impactos

Localidad -----

Nombre del productor -----

Fecha -----

Es productor de leche o distribuidor: -----

Desde hace cuanto tiempo se dedica a la actividad:-----

A que otra actividad se dedica: -----

Cuantos miembros de su familia trabajan con Ud. en la misma actividad: -----

Ud. Vende leche: si ----- no -----

¿Cuántos clientes tiene? -----

¿Qué cantidad de leche comercializa? diario ----- semanal -----

¿A cuántas otras personas conoce que vendan o compren leche?

El abastecimiento es diario ---- semanal ----- mensual ---- otro ----

¿Qué cantidad de leche vende? -----

Ha visto crecer la demanda de la leche: si ----- no ----- Por qué? -----

¿Cómo es el pago de la leche? diario ----- semanal -----

Ud. Y otros productores similares han intentado organizarse?

\_\_\_\_\_

<sup>2</sup> La Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, es una entidad pública, encargada de generar conocimiento científico y soluciones tecnológicas en beneficio del sector agropecuario.

El negocio les permite vivir si ----- no ----- Por qué? -----

¿Cuenta con otras fuentes de ingreso?

Compra alimento o tiene forrajes si ----- no -----

Cuentan con asistencia técnica

**Observaciones**

---

---

---

---

### 3. Cuestionario dirigido a productores de cecina

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

MAESTRÍA EN AGROINDUSTRIA RURAL DESARROLLO TERRITORIAL Y  
TURISMO AGROALIMENTARIO

#### Cuestionario 1: Cadena de la cecina

Fecha: \_\_\_\_\_ Comunidad: \_\_\_\_\_

Tipo de establecimiento \_\_\_\_\_

Número de miembros de la familia que dependen de la actividad \_\_\_\_\_

Número de miembros de familia que trabajan en la actividad \_\_\_\_\_

#### PRODUCCIÓN DE MATERIAS PRIMAS

Años de trabaja en elaboración de cecina \_\_\_\_\_

Por qué se dedicó a la producción de cecina \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Por qué considera es que famosa la cecina de Yecapixtla

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

#### CARNE

Procedencia de las materias primas

Tipo de carne	A Quién le compra	Lugar de procedencia	Cantidad/ semana	Precio/Kg/	Temporalidad	Que productos elabora
Cerdo						
Res						

Qué es calidad de carne para usted?. \_\_\_\_\_

Existe variación del precio según la estación del año de la carne? Si ( ) No ( )  
 Meses \_\_\_\_\_ cuanto? \_\_\_\_\_

Quién fija el precio de la carne?: \_\_\_\_\_

Forma de pago: efectivo ( ) Cheque ( ) Otro ( ) \_\_\_\_\_

Tipo de pago: anticipo ( ) crédito ( ) contra entrega ( ) otro ( ) \_\_\_\_\_

### PRODUCCIÓN Y DESTINO DE LA CECINA

Cuál es el rendimiento de cecina y el precio

Producto	Kilos de carne utilizados	Rendimiento Kg	Precio de venta
Cecina			
Cerdo enchilada			

Con que ingredientes acompaña el plato de cecina

\_\_\_\_\_

Productos de estudio, queso y sus derivados

Productos	A Quién le compre	Lugar de procedencia	Cantidad/ semana	Precio/Kg/	Temporalidad
Queso					
Crema					
Requesón					

### Distribución y venta de cecina

Producto	Kilos por semana	Precio	Destino
Autoconsumo			
Venta a granel			
Venta de cecina preparada			
Otro			

Cuenta con una marca o nombre del local o producto: Si ( ) No ( )

Cuál? \_\_\_\_\_

Conoce otros lugares y/o marcas de cecina que elaboran a nivel regional?.

Si ( ) No ( ) Dónde? \_\_\_\_\_

Se consideran competencia: Si ( ) No ( ) Por qué? \_\_\_\_\_

Ha recibido crédito relacionado a la producción de cecina: Si ( ) No ( ) de  
quién?. \_\_\_\_\_

Tiene otra actividad aparte de la producción y venta de cecina.

Si ( ) No ( ).Cuál? \_\_\_\_\_

Existe variación del precio durante el año de la cecina? Si ( ) No ( )

Meses \_\_\_\_\_ cuánto? \_\_\_\_\_

Como se fija el precio de la cecina?: \_\_\_\_\_

Forma de pago: efectivo ( ) Cheque ( ) Otro ( )

#### **Número de personas (hombres, Mujeres, trabajo y salario)**

Descripción de la cadena	N°	Hombres	Mujeres	Personal		Salario por día/semana/mes
				Contratado	Familia	
Tasajo						
Salado y Tendedero						
Comercialización						

#### **VISIÓN SOBRE LA CONCENTRACIÓN DE PRODUCCIÓN DE CECINA**

**Evolución histórica de producción de cecina:**

1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010

Qué importancia tiene la producción de cecina para usted?

---

---

Qué importancia tiene la producción de cecina en el municipio?

---

---

Pertenece a una asociación de productores de cecina? Si ( ) No ( ) Por qué?

---

Ventajas y desventajas de la asociación

---

---

Conoce de donde vienen los clientes, Si ( ) No ( ). Sabe de que lugares

---

---

Los turistas llegan:

Por la cecina ( ) por el lugar ( ) clima ( ) Otro ( ) \_\_\_\_\_

### **OBSERVACIONES**

Festividades fechas cuando venden mayor cantidad

---

---

---

---

---

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

#### 4. Cuestionario dirigido a productores de queso fresco

### UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

### MAESTRÍA EN AGROINDUSTRIA RURAL DESARROLLO TERRITORIAL Y TURISMO AGROALIMENTARIO

#### Cuestionario 2. Cadena del queso fresco

Fecha: \_\_\_\_\_ Comunidad: \_\_\_\_\_

Nombre del productor \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_

Número de miembros de la familia que dependen de la actividad lechera  
\_\_\_\_\_

Número de miembros de familia que trabajan en la actividad \_\_\_\_\_

#### PRODUCCIÓN DE MATERIAS PRIMAS

Años de trabajar con producción ganadera \_\_\_\_\_

Sistemas de producción: especializado ( ) semiespecializado ( ) Doble propósito ( )  
familiar ( )

Cuántas animales en producción tiene \_\_\_\_\_ Raza \_\_\_\_\_

Por qué se dedicó a la producción de leche  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Evolución histórica de producción ganadera:

1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010

Tipo de ordeño: ( ) manual ( ) mecánico ( ) ambos

#### PRODUCCIÓN Y DESTINO DE LA LECHE Y QUESO

Cantidad de leche producida por día/hato? \_\_\_\_\_

#### Destino de la leche diaria

Destino	Litros por día	Precio	Persona o Lugar
Autoconsumo			
Alimentación becerros			
Elaboración de queso			
Entrega directa a quesería			
Otro			

Ha recibido crédito relacionado a la producción de leche: Si ( ) No ( ) de quién? \_\_\_\_\_

Existen requisitos de calidad por parte del comprador de leche? Si ( ) No ( ).  
Tipo \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ control

Existe un pago diferencial según la calidad de la leche? Si ( ) No ( ). De cuanto \_\_\_\_\_

Existe castigos si hay problemas con la calidad de la leche?. Si ( ) No ( ).  
Cuáles? \_\_\_\_\_

Principales problemas con el comprador de leche?  
\_\_\_\_\_

Qué hace para entregar una leche de calidad? \_\_\_\_\_

Qué es calidad de leche para usted? \_\_\_\_\_

### PRODUCCIÓN DE QUESO

Cuál es el rendimiento, precio, y a quién vende su leche.

Producto	Litros utilizados	Rendimiento Kg	Precio de venta	A quien le vende	Observaciones
Queso fresco					
Queso de cincho					
Queso Oaxaca					
Queso Chihuahua					
Queso Panela					
Queso					
Crema					
Requesón					

Conoce en que otros lugares o estados producen el mismo queso? Si ( ) No ( ).  
Cuáles considera competencia Si ( ) No ( ). Por qué?  
\_\_\_\_\_

Tiene otras actividades aparte de la producción de leche Si ( ) No ( ). Cuál \_\_\_\_\_

Existe variación del precio según la estación del año del queso? Si ( ) No ( ).

Meses \_\_\_\_\_ De cuanto? \_\_\_\_\_

Quién fija el precio del queso?: Competencia ( ) Costos ( ) Quesero ( )

Otro ( ) \_\_\_\_\_

Forma de pago: efectivo ( ) Cheque ( ) Otro ( )

Como le pagan el queso: diario ( ) semanal ( ) mensual ( )

De sus clientes, sabe cual de ellos vende queso junto con cecina: Si ( ) No ( )  
 Describa? \_\_\_\_\_

Número de personas (hombres, mujeres, trabajo y salario)

Descripción de la cadena	N°	Hombres	Mujeres	Personal		Salario por día/semana
				Contratado	Familia	
Ordeño						
Elaboración de queso y sus derivados						
Comercialización						

### VISIÓN SOBRE LA CONCENTRACIÓN DE PRODUCCIÓN DE LECHE Y DE QUESO

Qué importancia tiene la producción de leche o queso para usted?  
 \_\_\_\_\_

Qué importancia tiene la producción de leche o queso en el municipio?  
 \_\_\_\_\_

Pertenece a una asociación de productores de leche o queso Si ( ) No ( ) Por qué? \_\_\_\_\_

Ventajas y desventajas de la asociación \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Recibe algún apoyo o asesoría por parte de organismos públicos o privados?

Si ( ) No ( ) Cuales? \_\_\_\_\_

**OBSERVACIONES**

---

---

---

---

---

---

**Gracias por su aporte**

## 5. Hoja de observación para el inventario turístico en el Municipio de Yecapixtla

Por medio de este instrumento se identifican y jerarquizan los atractivos existentes en el municipio.

Nombre del atractivo -----

Localización -----

Categoría: Naturaleza -----

Folklore -----

Patrimonio -----

Recreación -----

Accesibilidad (como se llega)

Carretera ---- Calle ---- Sendero ---- Calle Privada -----

Medio de transporte: Autobús ---- Solo vehículo ---- Ambos ----- Otros -----

Especifique -----

Elementos de interés: -----

Función actual: -----

### LIMITES DE USO

Estado de conservación Bueno ----- Regular ----- Malo -----

Problemática: -----

Disponibilidad: -----

Accesibilidad: -----

Valoración: 1 2 3 4 5