

Tópicos de
GASTRONOMÍA
para el
DESARROLLO DE LA ANIMACIÓN
TURÍSTICA Y SOCIOCULTURAL

Arodi Carmi Caldera de la Rosa, Francisco Alejandro Hernández Tello,
Marcela Iturbe Vargas, Mónica Orduña Sosa, Edith Carmina Sánchez Trejo.

AUTORES

José Luis Isidor Castro, Onésimo Cuamea Velázquez,
Irma Brígida Suárez Rodríguez, Esteban Cruz Cruz.

COORDINADORES



Tópicos de Gastronomía para el desarrollo de la Animación Turística y Sociocultural

Arodi Carmi Caldera de la Rosa, Francisco Alejandro Hernández Tello
Marcela Iturbe Vargas, Mónica Orduña Sosa, Edith Carmina Sánchez Trejo

Autores

José Luis Isidor Castro, Onésimo Cuamea Velázquez
Irma Brígida Suárez Rodríguez, Esteban Cruz Cruz

Coordinadores

Primera Edición: julio de 2025

Isidor, J., Cuamea, O., Suárez, I., Cruz, E. (2025). *Tópicos de gastronomía para el desarrollo de la Animación Turística y Sociocultural*. Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía, México. Editorial Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo. Cámara Chilena del Libro, Valdivia, Chile.

ISBN: 978-956-9037-28-3

Se permite la copia y distribución por cualquier medio siempre que se mantenga el reconocimiento de sus autores y de quienes contribuyeron a esta obra, no se haga uso comercial de las obras y no se realice ninguna modificación a las mismas.

Sello Editorial: Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (978-956-9037). Calle Blanco esq. O'Higgins s/n. Corral, Región de los Ríos, Valdivia. República de Chile.

Versión Digital

D.R. 2024. Los Autores

D.R. 2024. Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía AMESTUR.

D.R. 2024. Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo RECINATUR

Serie: Formador de Formadores, Grupo 2

Materia: Ciencias Sociales

Director del Equipo Editorial: Marcelo de la Rosa Patiño

Coordinadores: José Luis Isidor Castro, Onésimo Cuamea Velázquez, Irma Brígida Suárez Rodríguez, Esteban Cruz Cruz

Asistente de Edición: Karla Alicia Bautista Franco



This work is licensed under the Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional License. To view a copy of this license, visit: http://creativecommons.org/licenses/by-nc_nd/4.0/.

Contenido

PRESENTACIÓN	4
Capítulo 1.....	5
Propuesta del proceso de elaboración de nixtamal como actividad sociocultural en hoteles de sol y playa	5
Capítulo 2.....	25
Descubriendo la comida a través de la animación turística y sociocultural con un toque de sabores y emociones	25
Capítulo 3.....	44
Xocolatl una experiencia gastronómica y de animación sociocultural desde el agroturismo	44
Capítulo 4.....	68
Taller de productos regionales para fomentar su conocimiento y consumo por medio de la Animación Turística y Gastronómica Sociocultural en Calpan, Puebla	68
Capítulo 5.....	88
Animación Sociocultural, estrategia para preservar la identidad y el patrimonio del Valle del Mezquital a través de la Ruta del Maguey.....	88

PRESENTACIÓN

Este libro que hoy ponemos en manos de la comunidad académica y profesional del Turismo y la Gastronomía forma parte de una serie de cuatro volúmenes que conforman la colección Formador de Formadores en Animación Turística y Sociocultural, impulsada por la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía (AMESTUR), la Fundación Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (RECINATUR) y la Unión de Asociaciones de Turismo y el Aire Libre de Francia (UNAT)

Tópicos de gastronomía para el desarrollo de la Animación Turística y Sociocultural es una invitación a descubrir la interrelación entre la cultura alimentaria y las prácticas turísticas, con énfasis en la animación sociocultural como herramienta para la transmisión de valores, saberes, sabores y emociones. La obra reúne experiencias, estudios de casos, propuestas metodológicas y reflexiones que abarcan desde la cocina tradicional mexicana hasta la innovación gastronómica vinculada al diseño de experiencias turísticas vivenciales.

Este volumen destaca a la Animación Turística y Sociocultural como una vía para fomentar la inclusión, la participación comunitaria, la sostenibilidad y el reconocimiento del patrimonio inmaterial. La riqueza de los temas abordados, desde la diversidad de miradas de autoras y autores, refleja un compromiso con la formación de profesionales capaces de diseñar, ejecutar y evaluar programas de animación sociocultural con enfoque territorial, culturalmente respetuoso y socialmente justo.

Este libro marca el inicio de una serie de cuatro obras que buscan consolidar un cuerpo teórico-práctico en torno a la Animación Turística y Sociocultural desde enfoques contemporáneos. Cada una de las publicaciones dialoga con las demás, complementándose y abriendo caminos para nuevas investigaciones, intervenciones pedagógicas y propuestas de innovación en la formación turística en Iberoamérica.

Amplio reconocimiento al trabajo colaborativo de los autores, coordinadores, editores y equipos de apoyo que hicieron posible esta publicación. Su dedicación, pasión por la docencia y visión han permitido que este proyecto editorial se consolide como un faro para quienes creemos que el turismo y la gastronomía deben estar al servicio del bienestar de las personas y de la dignidad de los pueblos en el marco de la prosperidad compartida.

Con rigor científico, esperanza, y emoción, abrimos las páginas de esta obra, convencidos de que la Animación Turística y Sociocultural puede y debe ser un motor de encuentro y reconocimiento mutuo.

Dr. José Luis Isidor Castro
Presidente Ejecutivo
AMESTUR

Capítulo 1

Propuesta del proceso de elaboración de nixtamal como actividad sociocultural en hoteles de sol y playa

Arodi Carmi Caldera de la Rosa¹

Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas

Resumen

Actualmente en México existen 12 elementos inscritos en el Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la ceremonia ritual de los voladores, fiestas indígenas dedicadas a los muertos, la cocina tradicional mexicana, son algunos. México, lugar donde emergen elementos culturales heredados de los pueblos originarios describen características únicas, que hacen de este país un territorio con identidad y riqueza cultural. La UNESCO ha reconocido cada uno de los matices que trae consigo desde la época prehispánica y que han prevalecido hasta la fecha. El objetivo es proponer el proceso de elaboración del nixtamal como actividad sociocultural en hoteles de playa, la finalidad es promover usos y costumbres de la cocina tradicional mexicana en un entorno vacacional familiar; así se estará salvaguardando y difundiendo elementos que forman parte del sistema de la cocina y de la dieta mexicana, se promoverá a través del departamento de animación y recreación con turistas nacionales y extranjeros. Se precisa una investigación aplicada, con el método cualitativo, no experimental de 20 muestras; se aplicó una encuesta estructurada con 10 reactivos al personal de todos los niveles jerárquicos que laboran en el departamento de animación y recreación de la hotelería de Nuevo Nayarit con una muestra no probabilística; se concluyó que es factible divulgar antiguas costumbres gastronómicas a través, de áreas de contacto de la hotelería, ya que son una fuente potencial para difundir las costumbres en un contexto de animación sociocultural a turistas de diversas nacionalidades.

Palabras clave: Animación sociocultural, nixtamalización, patrimonio.

Introducción

Tomando como referencia la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), se precisa que la actividad turística evoluciona constantemente, hay nuevos motivos para desplazarse a determinado destino, se busca dinamismo, aprendizaje y experiencias en el que el mismo visitante se compromete con un entorno ajeno para salvaguardar, llegando así, a una sensibilización y valoración que trasciende más allá de las fronteras. Un ejemplo es el patrimonio natural y cultural protegido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022), en el cual México sobresale a nivel

¹ Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas, Licenciatura en Gastronomía. a.caldera@utbb.edu.mx

mundial con 35 elementos inscritos en su lista, un caso específico es “La Cocina Tradicional Mexicana”, patrimonio cultural inmaterial de la humanidad desde el 2010.

Este modelo cultural integral que data de la época prehispánica comprende desde actividades agrarias, rituales de siembra, uso de utensilios de cocina, técnicas de preparación de alimentos y costumbres comunitarias entre otros, desafortunadamente no se ha consolidado. La responsabilidad de salvaguardar y difundir un legado lleno de misticismo que sigue vigente involucra a la sociedad en general para su difusión, por tanto, un caso específico y fundamental es involucrar al sector privado, empresas del ramo turístico como son hoteles de sol y playa, que en su mayoría cuentan con el departamento de animación y recreación.

Se puede ofrecer animación sociocultural, ofertando en su programa “El proceso de elaboración del nixtamal”, esta técnica de cocina y práctica ancestral de los pueblos originarios de México es el hilo del que penden productos íconos de la gastronomía de México, como las tortillas, la masa, el atole, el pinole, los tamales, las tostadas etc., teniendo como protagonista el maíz, que forma parte de la triada, maíz, chile y frijol, elementos reconocidos y valorados por la UNESCO, por tanto, involucrar al turista en una actividad sociocultural representa un puente al conocimiento e identidad cultural de un país como México.

Objetivo general

Proponer el proceso de elaboración del nixtamal como actividad sociocultural en hoteles de sol y playa, a través de su implementación dentro de los programas del departamento de animación, con la finalidad de promover usos y costumbres de la cocina tradicional mexicana en un entorno vacacional familiar.

Objetivos específicos

- 1.- Investigar sobre el reconocimiento de la cocina tradicional mexicana por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, la Ciencia y la Educación a través de una investigación en diversas fuentes especializadas con el fin de profundizar en esta distinción.
- 2.- Identificar el proceso de elaboración del nixtamal, a través de una práctica de campo con el propósito de experimentar la preparación y resultados de este.
- 3.- Identificar los productos derivados del nixtamal a través de una investigación de campo y documental con el objetivo de conocer los productos y considerarlos para la propuesta del presente trabajo.
- 4.- Diseñar una propuesta de la actividad sociocultural a través del análisis de respuesta de la aplicación de encuestas a colaboradores del departamento de animación y recreación de hoteles de playa con el propósito de desarrollar la actividad sociocultural.

Planteamiento del problema

Actualmente las personas han cambiado su forma de vida y de alimentarse derivado de un dinamismo cotidiano que viene a complementarse con la globalización, producto de los establecimientos de alimentos de comida rápida que responden a las necesidades de la sociedad actual, dejando de lado tradiciones de generaciones pasadas. Identificar los componentes de la cultura culinaria propia es valorar el patrimonio que han dejado antiguas civilizaciones.

El 16 de noviembre de 2010, la UNESCO, declaró a la Cocina Tradicional Mexicana, como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad, un sistema cultural que incluye rituales, ingredientes, cultivos, técnicas de cocina, entre otros, y que se mantiene vigente gracias a la práctica cotidiana de los pueblos originarios; no obstante, solo cierto segmento de la población en México con perfil gastronómico o turístico conoce acerca de este distintivo y de algunas prácticas culinarias. Esta herencia cultural no es exclusiva de un sector de la población para su preservación, un patrimonio como este es de todos. Promover los usos y costumbres a través de la cocina tradicional de México debe ser difundido por instituciones académicas, los sectores público y privado, así como por la sociedad en general para su correcta promoción y preservación; como por ejemplo, identificar la técnica de preparación del nixtamal que se considera la raíz de productos gastronómicos endémicos de México como la tortilla que, si bien no es practicada por todos, por lo menos sería interesante conocer aspectos teóricos de la misma.

Marco teórico

Animación turística

De acuerdo con la definición de la OMT, se entiende por animación turística “toda acción realizada en o sobre un grupo, una colectividad o un medio, con la intención de desarrollar la comunicación y garantizar la vida social, recurriendo a métodos semidirectos” (OMT, 1985).

Cuando en la animación turística se habla de determinada actividad, de una manera u otra, implica siempre un porcentaje de los tres tipos de contenido (lúdico, deportivo y cultural). El porcentaje del contenido es una idea abstracta, no mensurable, pero suficientemente clara como para determinar si una actividad será catalogada como lúdica, deportiva o cultural por el animador turístico (Puertas, 2004).

En relación con las actividades culturales se pueden encontrar las de realización y contemplación; las de realización, se incluyen todas aquellas actividades en las que la función del destinatario requiere su participación activa, bien sea para confeccionar algún objeto (como en el caso de los talleres de manualidades), por motivos de desplazamiento (en una visita), de dar una opinión (en las degustaciones o votaciones), de aprendizaje (en un curso), etc. (Puertas, 2004).

Dentro de las actividades culturales de realización se clasifican en talleres de manualidades, cursos de aprendizaje, juegos y macrojuegos, degustaciones, visitas, danza y teatro, debates de charlas, biblioteca y lectura y contemplación (Puertas, 2004).

Las degustaciones consisten en demostraciones gastronómicas en las que, después de seguir el proceso de elaboración del producto, la práctica contemple una pequeña degustación por parte de los participantes (Puertas, 2004).

En relación con la recreación, implica el “usar el tiempo de una forma encauzada para la revitalización terapéutica del cuerpo y la mente” (Walkar, 2015).

Departamento de animación

El cambio de mentalidad de la sociedad actual ha provocado un cambio en las motivaciones y expectativas de los turistas, quienes actualmente ya no se conforman con unas vacaciones en las que solamente se ofrezca un descanso en un destino de playa; ya que definitivamente se buscan experiencias, relacionarse con los demás, conocer el entorno, es decir ya no hay un turismo pasivo, sino que se buscan unas vacaciones “vivenciales”, es decir, donde deseen y puedan participar.

Se plantea un conocimiento cultural más profundo del lugar y en las diversas actividades ofrecidas por el establecimiento donde pernocta el huésped, por tanto, en años reciente el departamento de animación ha tenido un crecimiento exponencial; el nacimiento de la animación se remota aproximadamente hace treinta años, por lo que ha estado en proceso de evolución (Talón *et al.*, 2016).

Hoteles como Club Mediterranée (cadena francesa), Club Robinson (alemana) y Aldiana (Suiza), fueron los primeros establecimientos de hospedaje en incorporar el servicio de animación.

A principios de los 90's, solo las grandes corporaciones que contaban con el recurso económico contaban con personal de animación, en la actualidad es básico contemplarlo ya que genera un valor adicional en la estancia de los huéspedes sobre todo en establecimientos vacacionales que pretenden ofrecer un servicio de calidad, especialmente en los todo incluido (Talón *et al.*, 2016).

Calidad en industria hotelera

La evolución del concepto de calidad y el desarrollo de técnicas de gestión principalmente en el sector industrial han influido en la gestión de la calidad en el sector de servicios. La gestión de los servicios contribuye de forma decisiva en el reconocimiento de la importancia de los deseos de los clientes (García Rivas, 2016).

Las características de los servicios son, intangibilidad, caducidad, inseparabilidad y heterogeneidad; este último se refiere a la prestación del servicio es muy variable, por lo que es muy difícil asegurar la satisfacción global del cliente con el servicio o el mismo nivel de satisfacción de distintos clientes. Esto se debe a factores como el carácter impredecible de la

demandas, la presencia simultánea de otros clientes que pueden resultar molestos o el gran peso de las relaciones interpersonales con los empleados (Cooper *et al.*, 1993; García Rivas, 2016).

Una de las definiciones que sienta las bases de la línea evolutiva del concepto de turismo en la década de los años treinta, es la escuela Berlinesa, donde un grupo de economistas preocupados por el fenómeno del turismo, logran definir este concepto como “movimiento de personas que abandona temporalmente su lugar de residencia permanente, por cualquier motivo relativo al espíritu, el cuerpo o la profesión”.

En 1942, profesores de la Universidad de Berna, lo definen como “la suma de fenómenos y relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”. Otra definición por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) hace referencia a que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros” (OMT, 2022).

La animación no consiste únicamente en tener instalaciones en buenas condiciones, requiere de un personal preparado, actualizado y profesional. No se trata de algo improvisado, se requiere una profesionalización, para lo cual hay empresas como Acttiv, Sonrisas Animación, Fiesta Consulting, Alade3, entre otras. En España existen cursos de formación en animación turística.

El departamento de animación se considera ya como una herramienta de fidelización de los clientes (Talón *et al.*, 2016).

Cocina tradicional mexicana y la UNESCO

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), es parte de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Su visión es reforzar los vínculos entre las naciones promoviendo el patrimonio cultural y la igualdad de todas las culturas. El patrimonio es clasificado en material e inmaterial, este último comprende tradiciones vivas heredadas como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza, el universo, saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional; la importancia estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. Actualmente los elementos inscritos en la lista de Patrimonio Inmaterial comprenden 631, de 140 países (OMT, 2022; UNESCO, 2022).

El Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana (CCGM) y el Gobierno de México, lograron que la cocina tradicional mexicana fuera incluida en la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, el 16 de noviembre de 2010, en Nairobi, Kenia; llevando como título “La Cocina Tradicional Mexicana. Cultura comunitaria, ancestral, popular y vigente. El Paradigma de Michoacán”. Un trabajo colectivo por cocineras de numerosas comunidades, Michoacán, conjunta el marco central debido a su participación en

el diseño del modelo de rescate que necesita ser aplicado para salvaguardar y promover la cocina local en otras comunidades a través del país.

El elemento reconocido representa un modelo cultural completo que integra actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias, costumbres y comportamientos comunitarios ancestrales.

La milpa, en donde crece el maíz, integra un complejo ecosistema cuyas plantas transmiten y comparten nutrientes. La colectividad en toda la cadena alimenticia tradicional, que va desde la siembra, cosecha, preparación culinaria y degustación de alimentos. Maíz, frijol y Chile, trilogía que es parte integral de sistema de agricultura ancestral.

Como medida de salvaguardia, de 1999 a 2005, el CCGM, organismo consultor de la UNESCO, puso en marcha congresos anuales en la ciudad Puebla con la finalidad de emprender programas de rescate y promoción culinaria tradicional. El plan de acción requiere que todas las instancias de gobierno, Organizaciones no Gubernamentales (ONG's), instituciones privadas, públicas y organizaciones internacionales colaboren conjuntamente en materializar una iniciativa basada en la herencia que incorpora los aspectos del elemento. La Convención de 2003 para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial ha sido ratificada por 178 países y se aplica en todo el mundo. Siendo la protección del patrimonio cultural un asunto de interés general, con unos valores sociales que se deben preservar resulta lógica que la misma legislación admita la intervención de personas ajenas a las mismas administraciones públicas para que insten a la protección de un determinado bien cultural (o conjunto de bienes), en aras a la salvaguarda del interés general y su valor (Bermúdez et al., 2004).

Maíz

Base de la alimentación del mexicano, se tienen registradas aproximadamente 305 especies; la planta mide entre 1.5 y 3 metros de altura, según la variedad; sus hojas son de forma alargada, nacen a lo largo del tallo, del cual nacen mazorcas, en sí toda la planta se le llama milpa. El maíz procede de la antigua región geográfica de Mesoamérica desde la época prehispánica, algunos autores argumentan que fue en el Valle de Tehuacán, en Puebla y otros en el Valle de Oaxaca, donde inició su domesticación y cultivo de este (Diccionario Enciclopédico de la Gastronomía Mexicana, 2012).

Resultados de investigaciones consideran que el maíz apareció, en estado silvestre y en tierras mexicanas, desde hace unos 12,000 años. La edad neolítica o del nacimiento de la agricultura, comenzó en México y en América hace unos 8 mil años, y fue cuando el maíz se domesticó (García Rivas, 2016).

Los nahuas llamaron en México al grano y la planta tzintli o Atzintzintli, según consta en sus antiguos códices. Tzintla era una derivación de las voces izis y centli, que en huasteco significó grano de hormiga porque, según una hermosa leyenda, los seres humanos descubrieron el maíz cuando vieron a unas hormigas que llevaban unos granos a su hormiguero (García Rivas, 2016).

Una de las técnicas de la agricultura mesoamericana, se conoce como milpa y tiene como centro al maíz, ya que el cereal organiza un sistema de cultivo en el que alrededor de éste se agregan granos de frijol, calabaza, tomate y chile. Se considera un sistema agrícola amplio y diverso ya que se cultivaban otros productos tradicionales comestibles; algunos productos derivados del maíz son la masa, las tortillas, las palomitas, la harina de maíz, el atole, los tamales, los elotes cocidos, el jarabe, el pan de elote, las tostadas, las galletas, el aceite y el cereal, entre otros.

Nixtamalización

Nixtamalización, del náhuatl nextli, que es un acortamiento de tenextli, cal y tamalli, tamal; es un proceso que consiste en cocer maíz en agua con alguna sustancia alcalina (cal o ceniza del fogón, entre otros) para ablandar el grano y retirarle la cáscara antes de molerlo. Los granos se ponen a cocer con agua fría y cal hasta que el agua hierva durante cinco minutos, aproximadamente; se retira del fuego y se deja reposar en el agua toda la noche. Al día siguiente se enjuaga y entonces se encuentra listo para moler y hacer la masa (Muñoz Zurita, 2012).

En algunos lugares las personas acostumbran a enjuagarlo parcialmente con la finalidad de que conserve la cal y la masa dure más tiempo, sin embargo, entre más se lave el grano queda más blanco queda, la cal contribuye a disminuir la acidez, alcalinizando el cereal, sin embargo, la masa se vuelve más delicada y fácilmente se puede tornar agría. El agua resultante del proceso de nixtamalización se llama nejayote. El beneficio de la nixtamalización es que el grano se vuelve más nutritivo, ya que las proteínas del grano sólo se pueden asimilar una vez transformadas por la sustancia alcalina (Diccionario Enciclopédico de la Gastronomía Mexicana, 2012).

Otro de los beneficios es que el maíz y el agua alcalina aumenta veinte veces el calcio del cereal y se potencializan aminoácidos, fija niacina, elemento que permite evitar enfermedades como la pelagra (Instituto Nacional de Antropología e Historia [INAH], 2009).

Metodología

Para desarrollar este proyecto se realizó una investigación en diversas fuentes especializadas por ejemplo, se consultó la página oficial de la UNESCO, en la cual se identificó en qué consiste el patrimonio cultural inmaterial de la humanidad, el objetivo del mismo y los registros que se tienen a la fecha en México específicamente de la Cocina Tradicional Mexicana, se estudió cada uno de los elementos que comprende el modelo cultural que así lo denomina esta organización; también, se consultó en la página OMT sobre las actualizaciones en cuanto a motivos de viaje, es decir, qué es lo que buscan los nuevos viajeros, que desean experimentar cuando están de vacaciones; tomando en consideración estos motivos se determinó que sería una investigación no experimental con un enfoque cualitativo que permita explorar y describir el comportamiento del vacacionista en una actividad sociocultural en un entorno diferente.

Como inicio, se precisó contacto con cuatro encargados del departamento de recursos humanos de los hoteles Vidanta, Garza Blanca, Paradise Village y Wyndham Alltra por separado y se comentó sobre la idea que se estaba trabajando, por lo que se les solicitó su apoyo para proporcionar datos laborales básicos como nombre, puesto y correo electrónico de los encargados del departamento de animación y recreación con el objetivo de enviarles el instrumento (cuestionario digital) para recabar la información.

En cuanto al diseño de propuesta de la actividad sociocultural, se aplicaron encuestas de 10 reactivos, a personal de 14 hoteles en la zona de Nuevo Nayarit, de diferentes categorías como Gran Turismo, Cinco estrellas, Diamantes y Categoría especial, con un tipo de hospedaje en plan europeo, todo incluido o tiempo compartido. Se identificó que quienes respondieron el cuestionario son colaboradores de varios niveles jerárquicos, que va desde directores, gerentes, supervisores, operadores o agentes del departamento de actividades sociales, o entretenimiento.

Repuestas a los reactivos incluidos en el cuestionario

P1. ¿Le interesa llevar a cabo una actividad sociocultural relacionada con la cocina tradicional?

R1. De 19 encuestados que dieron respuesta a esta pregunta, a 16, sí les interesó llevar a cabo una actividad sociocultural vinculada con la cocina tradicional mexicana, solamente una respondió que no le interesa.

P2. ¿Considera viable llevar a cabo en su hotel, el proceso de elaboración de nixtamal como actividad recreativa para los huéspedes?

R3. En este ítem, 12 encuestados si consideran viable llevar a cabo el proceso de elaboración de nixtamal como actividad sociocultural; sin embargo, 6, están indecisos de emplear la actividad, solo dos no lo ven factible.

P3. La actividad se dividiría en tres etapas: información teórica, práctica y degustación de productos.

R3. De acuerdo con el planteamiento de cómo se pretende operar la actividad, 14 encuestados dieron respuesta afirmativa, tres están parcialmente de acuerdo, dos, no están de acuerdo, ni en desacuerdo, solo uno está parcialmente en desacuerdo.

P4. ¿Considera que sería una actividad atractiva para los huéspedes?

R4. En el ítem número cuatro, 10 encuestados consideraron la actividad como atractiva para los huéspedes; ocho respondieron que tal vez, y dos, no la consideran atractiva.

P5. ¿Es viable esta actividad para que se lleve a cabo con familias?

R5. En su mayoría, es decir, 15 encuestados contestaron afirmativo, mientras tres, consideraron que tal vez, y dos no la consideran viable para que se lleve a cabo con la familia.

P6. ¿Ofertar la actividad una vez a la semana es viable?

R6. En relación con ofertar la actividad sociocultural una vez a la semana, 16 encuestados respondieron que sí, tres, tal vez y solo uno, contestó que no.

P7. ¿Considera que 2 h es un tiempo razonable para llevar a cabo la actividad?

R7. Nueve encuestados contestaron que tal vez dos horas, es un tiempo razonable para llevar a cabo la actividad, seis, contestaron afirmativo y cinco opinaron que no.

P8. ¿Para esta actividad será necesario involucrar por lo menos a una persona de cocina también?

R8. En este ítem, los 20 encuestados dieron respuesta de afirmativo, para involucrar por lo menos a una persona del departamento de cocina.

P9. ¿Cuá sería el escenario indicado para llevar a cabo la actividad?

R.9 De acuerdo con el ítem que indica cuál sería el escenario ideal para llevar a cabo la actividad sociocultural fue muy variado; siete, consideraron que lo ideal sería al aire libre y en cocina, seis, solamente al aire libre, cuatro, al aire libre y en un aula y tres, contemplaron solo un salón.

Por lo que respecta al proceso de elaboración del nixtamal y sus productos derivados, se realizó en un laboratorio de cocina de la Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas (UTBB), con la asesoría de la chef Laura Martínez Páramo y el apoyo de estudiantes de la licenciatura de gastronomía de primer cuatrimestre; se cocinó con maíz azul harinoso tipo bofo, traído de la ciudad de Colima. La preparación no duró más de hora y media, sin embargo, el reposo fue toda la noche, una vez que el nixtamal estuvo listo, se llevó a un molino y se obtuvo la masa con la cual se hicieron tamales, atole y gorditas de piloncillo.

Análisis de resultados

De las encuestas aplicadas a los 14 hoteles de diferentes categorías, se identificaron los siguientes resultados.: el 81% consideraron viable emplear dentro de su programa de animación la actividad de “Proceso de elaboración del nixtamal”, solo con algunas observaciones como el tiempo de operación de la actividad, ya que dos horas lo evaluaron como mucho tiempo; en cuánto al escenario para llevarla a cabo, la respuesta fue dispersa debido a que el 33.3% consideró que lo ideal es una cocina al aire libre, otro 33.3% al aire libre y en un aula, otros, solo en el aula o al aire libre; de manera general la propuesta fue aceptada ya que se consideró como un producto diferente que involucra parte el origen de la cocina tradicional mexicana en un contexto vacacional de sol y playa.

Tabla 1. Enfoques predominantes

1.	María Fernanda del Toro Alba	Habrá que considerar que no contamos con la cultura suficiente de apreciación por nuestras antiguas tradiciones, comenzar a informar y realizar las actividades brindando la información y experiencia completa puede ser un excelente inicio.
2.	Gustavo Díaz Santos González	Muy buena idea
3.	Everardo Esquivel	Sería una buena idea
4.	Edwin Álvarez	None
5.	Milca Ruíz Gutiérrez	Nada
6.	María Fernanda Palomeque Romero	Nada
7.	Erika Cruz	Considerar maíz azul para dar más variedad a la actividad.
8.	Ricardo Hernández Orozco	Creo que 2 h de duración es demasiado para personas que están de vacaciones 1 h me parece suficiente.
9.	Aurora Arenas Martínez	Nada
10.	María Natalia Aldecua	Excelente propuesta
11.	Pablo Alberto González Díaz	..
12.	Yamilet Palomera Segura	Podría ser viable en caso de poder tener todo previamente listo, para evitar merma de tiempo, ya que 2 horas es demasiado considerando que la actividad es familiar y pudiesen participar menores.
13.	Manuel Alejandro Guerrero Romero	2 horas puede llegar a ser mucho tiempo
14.	Jocelyn Berroa Castellanos	Que se muestre como lo hacen las zonas rurales y como actualmente lo hacen algunas comunidades.
15.	Marco Antonio Martínez Parra	Todo bien.
16.	Norma Daniela Martínez García	Dejar en claro como antes se manejaba.
17.	Nabor Ignacio Méndez López	Podría promover otro tipo de alimento para varrear.
18.	Marco Antonio Covarrubias Díaz	Gracias
19.	Fabián Michel González	Me parece una buena oportunidad para mostrar algo de nuestra cultura a los extranjeros.
20.		

Fuente: Elaboración propia

Tomando en consideración la aportación de la autora Talón *et al.*, (2016), en su libro “Fundamentos de dirección hotelera”, contempla que el turista en la actualidad desea experiencias, conocer el entorno y no solo pasar unas vacaciones, sino vivirlas. Como

resultado, es atractivo ir más allá en la planeación de un programa de animación, es contemplar productos que generen un valor cultural.

Figura 2. Propuesta de la actividad

LOGÍSTICA DE ACTIVIDAD	
"Proceso de elaboración del nixtamal"	
Objetivo	
Dpto. encargado:	Animación y recreación
Día de la semana:	Un día a la semana, seleccionar día de acuerdo a la operación del hotel.
Horario:	11:00 a 11:45 h
Duración actividad:	45 minutos
No. participantes:	8 a 12 personas
No. instructores:	Uno del departamento de animación Un cocinero
Llevar a cabo la actividad sociocultural: Dividir la actividad en dos partes: Hora: 11:00 a 11:15 h Duración: 15 minutos Escenario: Sala o al aire libre Recursos de apoyo: pantalla de TV, o laptop, proyector, bocinas, algunas razas de maíz en físico para mostrar y un metate. 1. Al aire libre o de preferencia en una sala o salón donde no haya demasiado ruido o distractores, el animador deberá de presentarse y dar la bienvenida a los participantes, comentándoles el objetivo de la actividad y en qué consiste la dinámica de esta. Iniciará presentando un video relativo a la cocina tradicional mexicana; posteriormente, hablará sobre aspectos generales de la nixtamalización, qué es, desde cuándo se práctica, ingredientes, utensilios para llevarla a cabo y la importancia de la misma. Una vez que finalice se trasladarán a una cocina. Se recomienda que se proyecte el video "La Cocina Tradicional Mexicana", del Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana (CCGM). Hora: 11:20 a 11:45 h Duración: 25 minutos Escenario: Cocina Recursos de apoyo: parrilla o estufa, olla, pala o cuchara, colador, metate, comal, molcajete, agua, cal, maíz, queso fresco, quesillo y salsa de tomate elaborada en molcajete. 2. Una vez estando en la cocina, el chef deberá dar la bienvenida a todos presentándose y comentar que se llevará a cabo la elaboración del nixtamal paso a paso, mostrando los ingredientes y utensilios a necesitar, tratar en todo momento de involucrar en la práctica a los participantes para hacerla interactiva, es decir, pueden reunir los ingredientes, usar el metate, entre otros. Por el tiempo, se pretende que ya se tenga previamente una masa lista para presentarla y hacer con los participantes algunos productos como tortillas, gorditas, quesadillas o atole para que se pueda degustar los productos derivados de esta. Es importante agregar que la actividad sociocultural deberá ser abordada con respeto y solemnidad, con la finalidad de lograr un aprendizaje significativo y que tenga un impacto positivo entre los participantes.	

Fuente: Elaboración propia

Con la finalidad de recuperar la opinión del participante y su experiencia en la actividad, se recomienda que al finalizar se aplique una breve encuesta para identificar áreas de oportunidad o las fortalezas de esta.

Proceso de elaboración del nixtamal

Nixtamal, proviene del náhuatl nextli (cal de cenizas) y tamalli (masa cocida de maíz). Es el proceso donde se prepara el maíz con agua y cal (hidróxido de calcio), con la finalidad de neutralizar la acidez del grano, a través de la cocción y reposo de este por un tiempo de 8 horas aproximadamente. La nixtamalización contribuye a proporcionar un sabor específico al maíz, aumenta su calidad nutrimental y le proporciona una textura más suave.

Ingredientes para la elaboración del nixtamal:

- 1 kilo de maíz
- 2 litros de agua
- 10 gramos de cal (hidróxido de calcio) con una pureza del 90%

Utensilios:

- Estufa o parrilla
- Olla para cocer el maíz (metal)
- Pala o cuchara (para revolver)
- Colador grande

1. Colocar todos los ingredientes en una olla, ponerlos al fuego hasta que apenas rompa el hervor (97 grados centígrados), en el transcurso de la cocción estar revolviendo preferentemente cada 15 minutos para un mejor resultado. La cocción puede tener una duración de 40 a 90 minutos aproximadamente.
2. Dejar reposar durante una noche
3. Pasar saber si el nixtamal ya está listo, tomar un grano y si el pericarpio que es la parte superior que cubre el grano se desprende fácilmente, significa que ya está.
4. Una vez que transcurrió el tiempo, se tira el agua del maíz, la cual se llama nejayote, lavar el grano con la finalidad de retirar la cal y el pericarpio, que es la parte superior que cubre el grano.
5. Una vez que ya está limpio el grano, libre de la cal, se muele en un molino o metate. Dependiendo para lo que se requiera será el tipo de molido

Beneficios que aporta:

- Modifica la calidad nutricional del grano
- El grano aumenta el doble de contenido de aminoácidos esenciales como la lisina y leucina.
- Incrementa la calidad de proteínas
- La cal contribuye a incrementar el calcio
- Si al grano no se le quita la cascarilla, incrementa la fibra beneficiando al tracto gastrointestinal.

Productos derivados del nixtamal:

- Masa
- Tortillas
- Totopos
- Tamales
- Tostadas
- Atoles
- Gorditas
- Tlacoyos

Conclusiones

Nuevo Nayarit, se distingue por ser un destino de sol y playa internacional y por formar parte del corredor turístico Riviera Nayarit, el cual es seleccionado por un tipo de mercado con un nivel adquisitivo elevado en su mayoría, que gusta vacacionar en hoteles de gran categoría y que les ofrezcan una estancia placentera con experiencias agradables, por tanto, la mayoría de estas empresas de alojamiento contemplan en su estructura organizacional el departamento de animación y recreación con la finalidad de ofrecer animación turística debidamente planificada y segmentada para los huéspedes.

En los programas de animación que se ofertan, es factible incluir un tipo de animación sociocultural que fomente el valor y reconocimiento de costumbres o tradiciones de un determinado lugar, en el caso específico de este trabajo de investigación se puede apreciar que la mayoría de los encuestados están de acuerdo con la propuesta de llevar a cabo “El proceso de elaboración del nixtamal”, como animación sociocultural, porque coadyuva a ofrecer un programa de animación que no solo está enfocado a las ya conocidas actividades de animación de sol y playa, sino que asume la responsabilidad de salvaguardar y promover el patrimonio cultural inmaterial de México desde el sector privado.

Como recomendación es fundamental aclarar que un tipo de actividad sociocultural como la que se menciona en la presente investigación deberá llevarse con responsabilidad y la seriedad que implica, la finalidad es profundizar en el valor de esta para que se tome como tal.

Referencias

- Bermúdez, A., M. Arbeloa, J. V., & Giralt, A. (2004). *Intervención en el patrimonio cultural*. Madrid:
- García Rivas, H. (2016). *Cocina prehispánica mexicana*. México: Panorama.
- INAH (2009). *La cocina del pueblo mexicano*. México: Master Copy, S.A. de C.V. kookrest. (febrero de 2020). kookrest. Obtenido de kookrest: <https://www.instagram.com/p/CCeVdotALkX/?hl=es> kookrest. (febrero de 2020). kookrest. Obtenido de kookrest: <https://www.instagram.com/p/CCeVdotALkX/?hl=es>
- Diccionario encyclopédico de la gastronomía mexicana (2012). México: Larousse.

Organización mundial del turismo. (01 de Noviembre de 2022). Obtenido de OMT:
<https://www.unwto.org/es>

Puertas, X. (2004). *Animación en el ámbito turístico*. España: Síntesis.

Talón Ballesteros, P., Gonzalez Serrano, L., & Rodriguez Anton, J. M. (2016). Fundamentos de dirección hotelera. España: Síntesis.

UNESCO. (01 de Noviembre de 2022). Obtenido de Patrimonio cultural inmaterial:
[https://ich.unesco.org/es/estado/mxico-MX?info=elementos-en-las-listas_viajes, m. l. \(2007\). minube. Obtenido de minube: https://www.minube.com.mx/restaurantes/mexico/san_luis_potosi/san_luis_potosi](https://ich.unesco.org/es/estado/mxico-MX?info=elementos-en-las-listas_viajes, m. l. (2007). minube. Obtenido de minube: https://www.minube.com.mx/restaurantes/mexico/san_luis_potosi/san_luis_potosi)

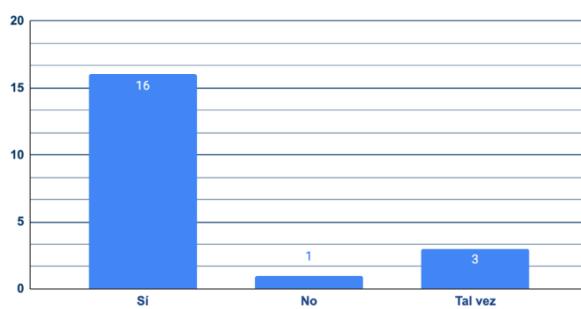
Walkar, J. R. (2015). *Administración de la hospitalidad*. México: Pearson.

Anexos

Presentación de los resultados

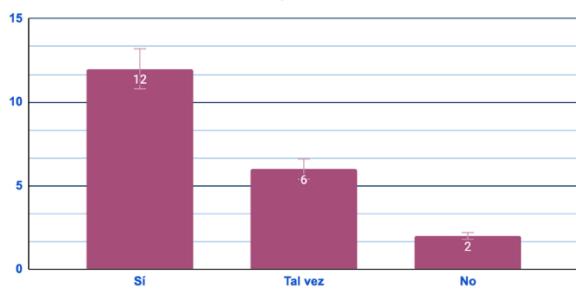
Emplear una actividad sociocultural en un hotel de playa va más allá de un entretenimiento efímero, actualmente los turistas buscan experiencias que les pueda sumar a su intelecto y nivel cultural para entender modos de vida y conocer de una manera distinta la identidad del destino visitado; por tanto, es necesario desarrollar nuevos productos que coadyuven cumplir las expectativas de los visitantes, a través, de actividades socioculturales vivenciales en el que se pueda informar, mostrar y realizar; para lograrlo, es necesario identificar la opinión de expertos en el área de entretenimiento como gerentes, jefes, coordinadores, supervisores o agentes de la hotelería de Nuevo Nayarit, destino que se consideró pertinente para aplicar un cuestionario con 10 preguntas estructuradas, como instrumento de recolección de datos; se presenta los hallazgos de 20 encuestados que dieron respuesta a lo siguiente.

Recuento de 1. ¿Le interesa llevar a cabo una actividad sociocultural relacionada con la cocina tradicional mexicana?



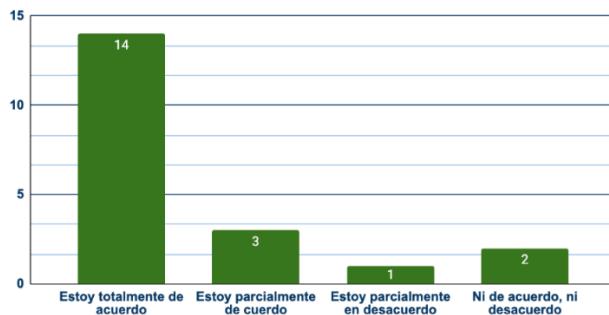
1. De 19 encuestados que dieron respuesta a esta pregunta, a 16, sí les interesó llevar a cabo una actividad sociocultural vinculada con la cocina tradicional mexicana, solamente una respondió que no le interesa.

Recuento de 2. ¿Considera viable llevar a cabo en su hotel, el proceso de elaboración de nixtamal como actividad recreativa para los huéspedes?



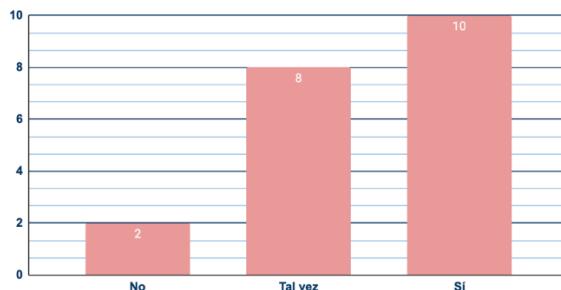
2. En este ítem, 12 encuestados si consideran viable llevar a cabo el proceso de elaboración de nixtamal como actividad sociocultural; sin embargo, 6, están indecisos de emplear la actividad, solo dos no lo ven factible.

Recuento de 3. La actividad se dividiría en tres etapas: información teórica, práctica y degustación de productos.



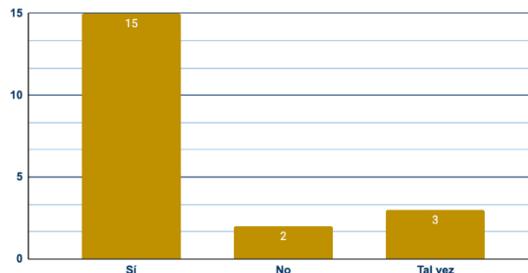
- De acuerdo con el planteamiento de cómo se pretende operar la actividad, 14 encuestados dieron respuesta afirmativa, tres están parcialmente de acuerdo, dos, no están de acuerdo, ni en desacuerdo, solo uno está parcialmente en desacuerdo.

Recuento de 4. ¿Considera que sería una actividad atractiva para los huéspedes?



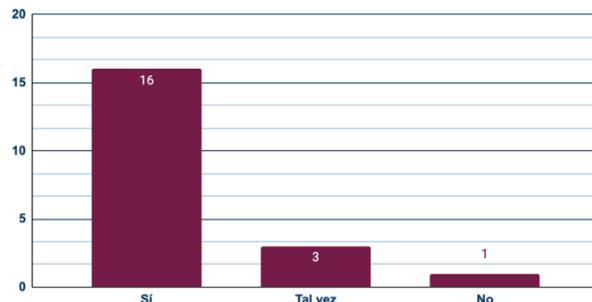
- En el ítem número cuatro, 10 encuestados consideraron la actividad como atractiva para los huéspedes; ocho respondieron que tal vez, y dos, no la consideran atractiva.

Recuento de 5. ¿Es viable esta actividad para que se lleve a cabo con familias?



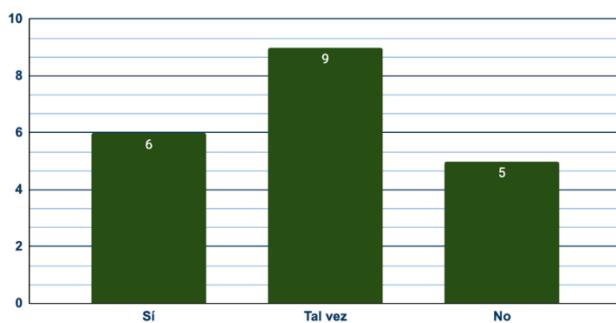
- En su mayoría, es decir, 15 encuestados contestaron afirmativo, mientras tres, consideraron que tal vez, y dos no la consideran viable para que se lleve a cabo con la familia.

Recuento de 6. ¿Ofertar la actividad una vez a la semana es viable?



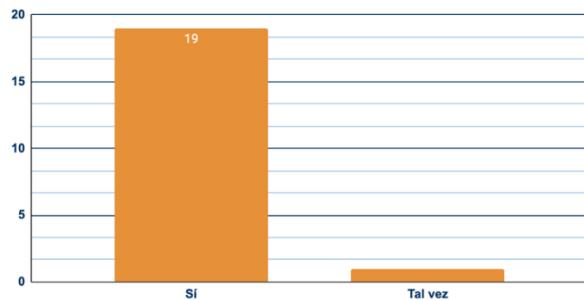
6. En relación con ofertar la actividad sociocultural una vez a la semana, 16 encuestados respondieron que sí, tres, tal vez y solo uno, contestó que no.

Recuento de 7. ¿Considera que 2 h es un tiempo razonable para llevar a cabo la actividad?



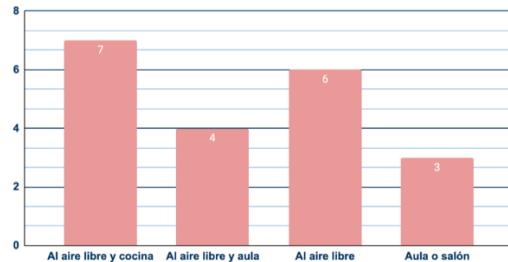
7. Nueve encuestados contestaron que tal vez dos horas, es un tiempo razonable para llevar a cabo la actividad, seis, contestaron afirmativo y cinco opinaron que no.

Recuento de 8. ¿Para esta actividad será necesario involucrar por lo menos a una persona de cocina también?



8. En este ítem, los 20 encuestados dieron respuesta de afirmativo, para involucrar por lo menos a una persona del departamento de cocina.

Recuento de 9. ¿Cuál sería el escenario indicado para llevar a cabo la actividad?



9. De acuerdo con el ítem que indica cuál sería el escenario ideal para llevar a cabo la actividad sociocultural fue muy variado; siete, consideraron que lo ideal sería al aire libre y en cocina, seis, solamente al aire libre, cuatro, al aire libre y en un aula y tres, contemplaron solo un salón.

Reconocimientos

Es necesario agradecer y reconocer a las personas especialmente del área de animación y recreación, ya que contribuyeron con su tiempo para contestar el cuestionario; conocer su opinión fue fundamental recomendación para la realización de la presente investigación.

	Nombre	Cargo	Empresa	Opinión
1.	María Fernanda del Toro Alba	Community Manager	Krystal Grand Nuevo Vallarta	Habrá que considerar que no contamos con la cultura suficiente de apreciación por nuestras antiguas tradiciones, comenzar a informar y realizar las actividades brindando la información y experiencia completa puede ser un excelente inicio.
2.	Gustavo Díaz Santos González	Gerente de entretenimiento	Grand Velas	Muy buena idea
3.	Everardo Esquivel	Supervisor de actividades	Grand Velas Riviera Nayarit	Sería una buena idea
4.	Edwin Álvarez	Coord. Kids&Teens Club	Grand Velas	None
5.	Milca Ruiz Gutiérrez	Agente de Kids club	Grand Velas	Nada
6.	María Fernanda Palomeque Romero	Agente de actividades	Grand Velas	Nada

7.	Erika Cruz	Gerente General	Hard Rock Vallarta	Considerar maíz azul para dar más variedad a la actividad.
8.	Ricardo Hernández Orozco	Subgerente de animación	Riu Vallarta	Creo que 2 h de duración es demasiado para personas que están de vacaciones 1 h me parece suficiente.
9.	Aurora Arenas Martínez	Animadora	Hoteles Riu	Nada
10.	María Natalia Aldecua	Subgerente de entretenimiento	Vidanta	Excelente propuesta
11.	Pablo Alberto González Díaz	Encargado de entretenimiento	Mayan Palace Puerto Vallarta	..
12.	Yamilet Palomera Segura	Encargada de entretenimiento	Vidanta / The Grand Bliss y Mayan Palace	Podría ser viable en caso de poder tener todo previamente listo, para evitar merma de tiempo, ya que 2 horas es demasiado considerando que la actividad es familiar y pudiesen participar menores.
13.	Manuel Alejandro Guerrero Romero	Supervisor de entretenimiento	Vidanta	2 horas puede llegar a ser mucho tiempo
14.	Jocelyn Berroa Castellanos	Subgerente de entretenimiento	Vidanta	Que se muestre como lo hacen las zonas rurales y como actualmente lo hacen algunas comunidades.
15.	Marco Antonio Martínez Parra	Dj corporativo	Vidanta Nuevo Vallarta	Todo bien.
16.	Norma Daniela Martínez García	Gerente de entretenimiento	Vidanta	Dejar en claro como antes se manejaba.
17.	Nabor Ignacio Méndez López	Dj Salum	Vidanta	Podría promover otro tipo de alimento para varrear.
18.	Marco Antonio Covarrubias Díaz	Gerente de entretenimiento	Vidanta	Gracias
19.	Fabián Michel González	Gerente de entretenimiento	Hotel Paradise Village	Me parece una buena oportunidad para mostrar algo de nuestra cultura a los extranjeros.

20.	José Ramón Meléndez Borrego	Director de entretenimiento	Hotel Wyndham Alltra Riviera Nayarit	Me parece una Buena iniciativa, puesto que es algo tradicional, que como cultura nos representa, solo hay que tomar en cuenta el tiempo, una actividad mayor a los 45 min puede ser tediosa, más cuando la audiencia en tiempo de vacaciones, donde quieren aprovechar el tiempo lo más que se pueda... (sugerencia, máx. 50 min).
-----	-----------------------------	-----------------------------	--------------------------------------	--

Capítulo 2

Descubriendo la comida a través de la animación turística y sociocultural con un toque de sabores y emociones

Francisco Alejandro Hernández Tello²

Resumen

Existen muchas formas de dar un buen servicio o manejar alimentos de alta calidad, si se quiere dar el plus de ambos, se debe recurrir a diferentes ciencias y procesos especiales que marquen la diferencia, para no caer en la monotonía de estos servicios. Como el Chef Grant Achatz quien impone un nuevo proceso de degustación con los sentidos. El proceso para generar este tipo de servicios especializados se remonta a diferentes épocas de la historia que permiten entender la forma en cómo surge esta idea innovadora. La interrogante más importante es ¿Cómo podemos implementar la animación turística y sociocultural en servicios gastronómicos? El implementar este tipo de productos en el proceso restaurantero ¿Aumenta la demanda o la disminuye? ¿Será interesante para el comensal? Saber que ciertas circunstancias ayudan a generar atmosferas en las cuales existen factores importantes como son el desarrollo de emociones, el desenvolvimiento del cliente con actividades que sean representativas para él, y sobre todo la forma que, al culminar, ayudan a tener un sentido de pertenencia cliente restaurante. Dentro del proceso de servicio deben tener bien identificados 3 aspectos: un *menú degustación* intuitivo, el *factor sorpresa* que desencadene las emociones, así como el sentimiento de pertenencia, y la *temporalidad* de los productos ofertados dentro del menú. Este tipo de servicios especializados ayudan a mejorar la relación entre cliente-restaurante, la generación de nuevas experiencias en los comensales y nuevos métodos de como ofertar productos gastronómicos. Y la gran oportunidad de trabajar un proyecto con similitudes que dieron pauta a la generación de estas ideas innovadoras.

Palabras clave: Menú degustación, factor sorpresa, temporalidad.

Introducción

Dentro de la gastronomía existen un sin número de técnicas, ingredientes, y procesos, los cuales llevan a todos los Chefs a querer intentar siempre cosas novedosas, poniendo al límite los conocimientos y la forma de ejecución de estas.

Desde los primeros homínidos de la época neolítica, encontramos acontecimientos que resultan interesantes, sobre todo en la forma de como recreaban procesos o técnicas, como el caso del fuego o las primeras parrilladas que llevan al descubrimientos de nuevos sabores y que en muchas ocasiones las repetimos los fines de semana, sobreestimando todas las

² Instituto Tecnológico de San Luis Potosí. Departamento de Ciencias Básicas Administrativas franntell@gmail.com / francisco.ht@itslp.mx

facetas de los ingredientes o las técnicas empleadas, para el desarrollo de sabores y olores que pueden hacer algo tan cotidiano en algo extraordinario.

Comer implica un comensal, una comida y una cultura que legitime como tales a los dos anteriores. Así, de una manera poco perceptible, en el acto cotidiano de comer se articula el sujeto con la estructura social. El sujeto deberá comer siempre aquello que su sociedad, en un momento histórico: produce, distribuye y legitima como “bueno para comer”. Pero, en un acto de oscurecimiento digno de un mago, ese sujeto devenido comensal reducirá a lo individual (y llamará “mi” deseo, “mi” gusto, “mi” elección) lo que es condicionamiento social (Aguirre, 2017, pág. 8)

En la época de las grandes civilizaciones, el uso de las ciencias y de herramientas más elaboradas se dieron a la tarea de generar productos por medio de la alquimia, sin tener claro que resultados obtendrían, tal es el caso de los primeros potajes al poner como principal técnica el remojo y cocción de semillas con pergamino, como el caso del trigo o la cebada, con este procedimiento reblandecían la cutícula que recubre estos granos y los sometían a un calor constante por medio de las hogueras que con ayuda de diferentes tipos de materiales como el barro o la madera impregnaban de olores y sabores aquellas preparaciones que servían de sustento a las personas de esas épocas.

Así mismo, las técnicas empleadas para diferentes procesos como la molienda de granos hasta hacerlos polvo, que posteriormente humedecían para realizar una especie de masa, con la que realizaban panes Pita (de las primeras panificaciones registradas por los egipcios) que consistían en círculos delgados de masas de harina integradas por agua, harina de trigo y un poco de sal, porcionadas en pequeños círculos lo más delgado posible para tener una cocción uniforme sobre círculos de arcillas cerca de los fogones o en los hornos de barro que con destreza y de manera artesanal fabricaban solo para concebir este tipo de productos, y que, sin tener la más mínima idea que al dejar por algún tiempo reposar estas masas, conseguirían las primeras fermentaciones por medio de las levaduras del ambiente, lo que ocasionó un producto con mayor sabor, olor y mejor consistencia.

“La cocina mosaica, influenciada por diferentes culturas que aportan riqueza, y complejidad... he elegido una receta de pita, uno de los únicos panes sin migas cuya corteza, muy esponjosa ofrece un excelente soporte para los ingredientes” (Blais, 2013, pág. 52)

También se debe hacer hincapié en la forma de como las antiguas civilizaciones consumían el vital líquido, el agua, ya que era complicado conseguirla completamente potable por las grandes cargas de bacterias y los metales pesados que se encontraban en las diferentes regiones, imposibilitaban el consumo del mismo, por ello, los antiguos pobladores preferían extraer los sumos de algunas frutas como es el caso de las uvas, o generar algunos caldos a base de granos y flores como la cebada y el lúpulo, al no tener conocimiento científico de que organismos contenían las sustancias o los recipientes o el medio donde se preparaban, dan paso a las primeras fermentaciones como el caso de la cerveza y del vino. Esto trajo consigo nuevos productos y descubrimientos de técnicas que revolucionaron la cocina que hoy en día es tan común el utilizarlos (Anita Tull, 2016, págs. 36-185).

Todo lo mencionado anteriormente es una pequeña muestra de lo mucho que se tiene como patrimonio gastronómico, también se debe que poner en contexto el tema del servicio, ya que, sin él, la industria restaurantera no podría ser lo que es hoy en día.

Desde los primeros imperios se ve reflejado el tema del servicio al hacer majestuosos montajes para las veneraciones y reuniones sociales de los emperadores egipcios al recibir importantes personajes en sus recintos, la llegada de los *Mardi Gras* en la antigua Roma, y posteriormente la forma en cómo se estructuraron los conceptos de la industria de reuniones con los primeros banquetes en Francia. Los chefs dan paso al proceso minucioso del manejo de alimentos y la forma de ofertarlos, dando un proceso estructural de logística en la ejecución, así como en la calidez del servicio por las grandes demandas que estos eventos conllevan.

En la época actual, donde la demanda es cada vez más grande, el proceso de especialización crece a niveles extraordinarios y los servicios se centra aún más en las emociones, donde los factores como calidad, especialidad y experiencias, entre algunas otras, son esenciales para que el cliente objetivo tenga una respuesta favorable.

No obstante, también es necesario mencionar los inicios de la animación turística y sociocultural que se remontan para los finales de la segunda guerra mundial, donde el intrépido francés César Blitz en 1950, ofrecía entretenimiento por medio de su club a toda la sociedad en general que pasaba un momento difícil por los aspectos negativos de la guerra, permitiendo la interacción de los clientes con el proceso de esparcimiento, ocio y recreación de actividades y comidas que el generaba al interior de su club.

Blitz es reconocido como uno de los pioneros en desarrollar la animación turística., ya que sin distinción de clases sociales ofrecía descanso y entretenimiento a sus clientes: tienda de campañas y alimentación estilo buffet, tipo “todo incluido”. Donde instalaba su club, lograba realizar actividades diurnas que permitían la interacción de sus clientes; luego, finalizaba con una cena y una fiesta general. (Sossa, 2011, pág. 16)

Con estos acontecimientos se empieza a darle contexto al proyecto “Descubriendo la comida, a través de la animación turística y sociocultural con un toque de sabores y emociones”, dándole un plus con los aspectos esenciales de la animación turística del ocio y la recreación, manejando nuevos horizontes del ámbito gastronómico.

El objetivo general es contribuir a la sociedad con un proyecto estructural relacionando la cocina contemporánea con la cocina tradicional y patrimonial de las diferentes regiones del país. Desde el norte hasta el sur y de costa a costa, implementando aspectos importantes de la animación turística en el caso de generar emociones, sorpresas, recreación y ocio, por medio de un menú degustación de diferentes tiempos, concentraremos el factor sorpresa en cada uno de ellos.

Se hablará de la herencia que dejó el mundo prehispánico y cómo es que esto influyó para que los chefs del México actual quieran difundir nuestras tradiciones culinarias dentro y fuera del país; retomando la escancia de lo que fue la gastronomía prehispánica, la herencia que el

Méjico antiguo dejó al mundo hasta llegar a la discusión principal del porque es importante para los chefs mexicanos no olvidarse de este mundo mágico que dejó una de las cosas por los que los mexicanos deben estar orgullosos: La Gastronomía Mexicana (Torres, 2013, págs. 3-26)

En repetidas ocasiones los clientes exigentes buscan estilos de servicios cada vez más especializados, aquellos que no solo oferten la venta de productos alimenticios o sabores, estilos y técnicas novedosas, sino que buscan la inmersión dentro de la alta cocina, que les genere emociones o experiencias extrasensoriales.

Como parte de los objetivos específicos constan la del factor sorpresa, en el cual los clientes están relacionados a una secuencia de degustación de diferentes platillos cotidianos como una parrillada de carne asada norteña, en el cual, en medio de las cenizas, y sin saberlo el cliente, se está cocinando su tamal huasteco denominado Zacahuil.

Al momento de consumir la primera parte, el mesero se acercará con la intención de retirar los platos y objetos utilizados del tiempo anterior, al momento de retirar la parte de las cenizas del anafre, el mesero en servicio retirará el exceso de cenizas descubriendo el segundo tiempo con ayuda de implementos como espátulas de acero y platos nuevos para dar curso al emplatado del Zacahuil.

Para todos los pueblos integrados en la Huasteca y de México, el maíz es un elemento importante para entender su forma de vida y el desarrollo cultural que los precede. Los tamales siguen siendo un elemento importante dentro de su alimentación cotidiana, festiva y ceremonial.

El zacahuil es un tamal tradicional, elaborado de maíz nixtamalizado y martajado, con chiles asados y molidos con carnes varias: puede ser cerdo, pollo o animales de caza (Muñoz, 2012), es originario de la región de la Huasteca, que comprende los estados de Veracruz, el sur de Tamaulipas, San Luis Potosí, Sierra Gorda de Querétaro, Hidalgo y algunos municipios colindantes de Puebla. En cada uno de estos estados, el zacahuil se adapta a las costumbres, productos de la región, técnicas de cocción y cosmogonías de las diferentes etnias que conforman este espacio.

Se caracteriza por su dimensión, puede oscilar entre uno o dos metros de largo; el grosor y altura del zacahuil lo definen la textura de la masa de maíz martajado, las carnes de pollo o cerdo se incluyen casi enteras y la cocción en horno de lodo, que le otorga un sabor particular (Yáñez, 2021).

Al proceso de generar una nueva expectativa por medio del factor sorpresa, en la psicología se denomina emoción sorpresa, la cual genera diferentes procesos neuronales de interconexión y segregación de sustancias adictivas como la dopamina o la serotonina, que ayudan a estimular a los sentidos y con esto al proceso de anclaje del cliente con la situación vista en escena, como es el caso de la Animación Turística en el proceso de ocio y recreación, que al momento en el que el turista se ve inmerso en la actividad crea una serie de eventos

que desencadena en la autorrealización como lo menciona Maslow en su tratado de la pirámide de las necesidades.

A grandes rasgos, la jerarquía sigue un camino que debe completarse para llegar a la felicidad, y la búsqueda de los elementos deseados será la generadora de la motivación... Proseguiríamos por las necesidades de autoestima, en las que se trabajaría el respeto, la satisfacción o la reputación, y terminaríamos en la cúspide con la realización personal, que no sólo se refiere a alcanzar el pleno potencial, sino también al legado de nuestras acciones sobre nuestro sentido de la vida y nuestro entorno. (Turienzo, 2016, pág. 25)

Una hipótesis consiste en que, si el cliente reacciona positivamente ante estos estímulos, será mucho más fácil poder mantenerlo en el prospecto de cliente potencial y que este a su vez busque los servicios del restaurante con la misma dinámica de seguir experimentando nuevas experiencias emocionales y gastronómicas.

Planteamiento del problema

¿Cómo se puede generar un proceso de animación turística y sociocultural dentro del ámbito gastronómico?

¿Cuáles actividades se necesitan dentro de la cocina y el servicio, para poder tener actividades inmersivas con el comensal al momento del servicio?

¿Cuáles productos o servicios se pueden implementar en el ámbito gastronómico para generar experiencias y emociones en los comensales?

Justificación

El proceso restauranero, siempre está en constante evolución, tratando de ser innovadores, buscando diferentes tipos de servicio o la reinención de la cocina desde lo tradicional hasta lo vanguardista, o desde la cocina cotidiana hasta la cocina fusión, tratando siempre de entregar lo mejor de cada aspecto.

Todos los negocios al cambiar, mejorar o modificar los servicios, ayuda a abrir los horizontes a nuevos clientes que buscan los productos ofertados con ciertas características, los cuales se pueden convertir en clientes leales o potenciales que están dispuestos a consumir las nuevas propuestas, con esto generamos ganancias.

La competencia se vuelve cada vez más rigurosa, ya que todos buscan siempre la excelencia.

Este proyecto nació a razón de darle a los clientes potosinos una experiencia diferente a la común en el ámbito gastronómico, ya que en la región de la capital de San Luis Potosí se compite por dar el mejor servicio y la calidad de los productos, dando como resultado la diferenciación (viajes, 2007).

Objetivo General

Desarrollar un menú interactivo con el comensal en simbiosis con la Animación Turística y Sociocultural. Con la implementación de este proyecto se resaltan 3 puntos importantes, no obstante, en el proceso de réplica en el mediano y largo plazo se pueden agregar, la evolución del menú degustación, los recursos económicos y expansión a nuevos horizontes de la animación turística y sociocultural.

Objetivos específicos

1. Generar un menú degustación con interacción activa del comensal.
2. Utilizar ingredientes y platillos regionales para la elaboración del menú degustación.
3. Manejar un protocolo de servicio diferente en el proceso de degustación para que los clientes tengan una interacción continua con los productos ofertados.

Instrumentos

La observación y las notas de campo son fundamentales en este proceso, ya que con ellas se pueden identificar cuáles son las reacciones de los comensales al momento de ejecutar el menú, así como saber sus expectativas y experiencias en el proceso antes, durante y después del servicio ofertado.

En el caso de las notas de campo creadas, son con base en los aspectos de cómo se sintieron los clientes por medio de su experiencia.

En el análisis de las notas de campo y en el seguimiento del proceso de observación se destacan los siguientes puntos:

El asombro de los comensales por el factor sorpresa de cada tiempo del menú degustación.

Buena disposición al recibir las indicaciones del mesero o de los chefs, para ejecutar las indicaciones del menú.

Sorpresa al momento de revelar los ingredientes o descubrir nuevos tiempos.

Errores de ejecución por querer adelantarse a las indicaciones.

Descubrimiento de nuevos sabores, platillos y materia prima de la región.

Tipo de investigación

La investigación implementada en este documento es la exploratoria, se parte de un punto empírico al no saber cómo reaccionará el cliente ante esta secuencia de tiempos, el desarrollo de actividades inmersivas con el protocolo de servicio y la entrega de productos alimenticios.

La forma de presentar los diferentes tiempos corresponde al servicio de menú de degustación, con un ligero cambio al hacer que el comensal interactúe con mayor profundidad con sus alimentos, al terminar una preparación o generarla desde cero.

Es común que el servicio de menú de degustación se enfoque solo en la secuencia de entregas de platillos en porciones pequeñas, con muchas técnicas involucradas y diferentes sabores en

bocados pequeños, sin tanta interacción con el cliente, generando expectativas hasta el momento de entrega y degustación de los productos (MD, 2022).

Marco Teórico

En la industria gastronómica existen tendencias que ayudan a aportar nuevos productos o servicios especializados, una de ellas es el desarrollar un servicio de tiempo o menú degustación. El cual consiste en ofrecer al comensal nuevas experiencias de sabores, platillos, servicios y emociones, que puede otorgar los grandes restaurantes.

Uno de los grandes expositores de este estilo de Servicio es el Chef Grant Achatz, que en su restaurante Alinea, ubicado en Chicago Illinois, representa en su máxima expresión la propuesta del menú degustación y la cocina de autor, con técnicas vanguardistas y con innovación.

El Chef trabaja sobre la idea de generar experiencias y emociones al momento de entregar sus platillos, tratando de llevar de la mano al comensal hacia recuerdos generando aromas, texturas, vistas y experimentación con la comida (Mundo, 2019)

De igual forma poniendo en práctica la memoria gustativa, se puede resaltar que los estados de ánimo así como las memorias traídas por diferentes detonantes, ayudan a que las personas sean más receptivas de nuevas experiencias, o menos empáticas con ciertos sabores u olores que pueden desarrollarse al momento de ver el platillo con algunos ingredientes que de pequeños les obligaban a consumir y que no eran de su total agrado, pero también el hecho de probarlos de diferentes maneras les da una nueva oportunidad de tener nuevas emoción o memoria gustativa (Akerman, 2007)

La idea de crear este tipo de servicio y menú consta de 3 factores importantes:

El primero es que sea un menú degustación intuitivo para que los clientes interpreten con su propio criterio lo que necesitan hacer, como es el caso de *parrillar* sus propios productos de consumo o que generen mezclas específicas o pongan su atención a ciertos aspectos dentro de su menú degustación.

El segundo es el factor sorpresa, la parte en la que el cliente sin darse cuenta está creando o manteniendo cierta relación con su próxima degustación, como en el caso de generar su propia bebida, el cual es un granizado de *Red Eye* (michelada) originaria de la capital potosina. De esta forma, al cliente se le entregan todos los ingredientes que constituyen a la bebida, más los factores sorpresas, a la par de un tazón especial de acero inoxidable con nitrógeno líquido y con ayuda del mesero, se le darán las instrucciones precisas de cómo ir agregando los ingredientes, así como la técnica de como mezclarlos, para que al final se produzca la bebida granizada con un toque de frutos rojos y como decoración una rosa cristalizada en el tope de esta.

Y el tercer factor, la variación del menú por temporadas, ya que, tanto en la huasteca potosina como en el altiplano potosino así también en el resto de país, se encuentran un sinfín de

productos poco conocidos que aportan el sello característico de las regiones y da sentido de pertenencia a las personas que visitan el restaurante para probar el menú degustación. El hecho de que la cocina mexicana sea tan basta radica en el trabajo constante y la disciplina de los agricultores y granjeros que día con día trabajan de sol a sol para poder plantar, abonar, regar recolectar y cuidar las parcelas, milpas o chinampas que se utilizan para abastecer de verduras y hortalizas, tal como los productos que se dan por ciertas regiones o temporadas específicas como es el caso de las flores de palma o los *cabuches* del norte del país, que se consumen en el segundo trimestre del año, estos sabores son imposibles de conseguir por otros medios aunque la experiencia y destreza de los cocineros sea bastante buena (De Angeli, 2020).

Metodología

El menú degustación corresponde mínimo a 8 tiempos, para poder considerarlo como un menú degustación. El menú se caracteriza por tener porciones pequeñas de comida los cuales en la mayoría de las veces su sabor es dominante y contienen muchas técnicas de ejecución, todos los tiempos tienen una interacción diferente con el comensal.

Los primeros 4 tiempos están ligados a una serie de entradas a base de vegetales *baby* como el caso de zanahorias, elotes, calabazas estrella amarilla, y tomates *cherries* y *heirlooms*, los cuales los comensales empezarán desenterrando de una tierra falsa las zanahorias, brotes del campo, seguidamente por las calabazas estrella amarilla, que están sobrepuertas en un terrario con los elotes al carbón y la pisca de la ensalada de los tomates, en el caso de las bebidas se les da la opción de poder elegir cualquier bebida de la carta o en su defecto una secuencia de tragos con el proceso de maridaje para que todo lo que consuman tenga una buena relación.



Figura 1. Mezcla de tomates *cherries* y *heirlooms* por kookrest, kookrest (2020).

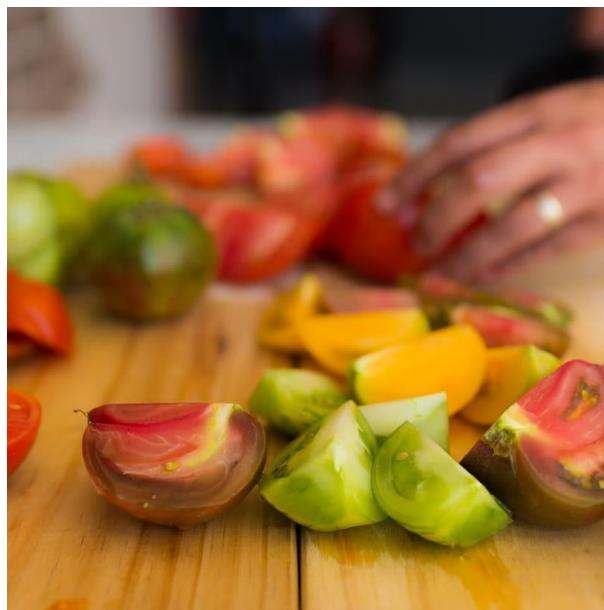


Figura 2. Mezcla de tomates *cherries* y *heirlooms*, por kookrest, kookrest (2020).

Las zanahorias deberán ir presentadas en pequeños vasos tequileros, con la mitad de la estructura cubierta de la crema acida compuesta por pimienta, sal, especias y un toque de ralladura de cítricos como limón *yuzu* y jugo de limón agrio. Las zanahorias estarán salteadas con un toque de romero, mantequilla, tomillo y perejil. Para el armado del plato se debe poner una porción de la crema en la base hasta llegar a la mitad del vaso tequiler, enseguida de la zanahoria caliente y se espolvorea en los laterales un poco de ceniza de totomoxtle.



Figura 3. Diferentes rizomas utilizados en el menú degustación, kookrest, kookrest, (2020)

Para la presentación de los elotes *baby* se debe asar los elotes previamente a fuego directo con todas las hojas para evitar que el elote se llegue a quemar de más y, por separado, se prepara una mantequilla avellanada con chile quebrado y unas gotas y ralladura de naranja agria, se deja enfriar para poder preparar una salsa holandesa.

Los elotes se colocan en brochetas pequeñas simulando un elote entero asado, como normalmente se le conoce a excepción que son pequeños y tiernos, se posan sobre un anafre con carbón encendido solo para mantener la temperatura y se pone la salsa holandesa por un costado, para el proceso de degustación se recomienda tomar el elote por la parte de la brocheta y untarlos de la salsa holandesa.



Figura 4. Betabel amarillo, zanahoria morada y elotes baby, por kookrest, kookrest (2020)

En el caso de las calabazas estrella a amarilla, se debe saltear con manteca de cerdo, un toque de estragón y anís estrella y se reserva, en la misma manteca de cerdo se acitrona cebolla, tomate, ajo criollo, jalapeños rojos sin venas ni semillas hasta ablandar los ingredientes, se pasa a la licuadora y muele para obtener una salsa lisa y tersa, se regresa a cocción un par de minutos y se salpimienta. En un plato fuente extendido se verte un espejo de la salsa para terminar de decorar con las calabazas y brotes de rábano, verdolagas, así como betabel amarillo. Se acompaña con pan rústico de semillas.



Figura 5. Salsa de calabaza rostizada con mezcla de lechugas, por kookrest, kookrest (2020)

Continuando con la ensalada de tomates del huerto, se deben seleccionar los tomates más maduros para poder tener la mayor concentración de fructosa y evitar los tomates ácidos, se cortan por mitad todos los tomates o en piezas de tamaño bocado (corte macedonia), se reserva. En un tazón se elabora una vinagreta de vinagre balsámico y aceite de oliva trufado, con un toque de regaliz, tomillo, semilla de cilantro ligeramente troceadas y miel, se vierten los tomates cortados en la vinagreta, se deján reposar sin mover de más, para evitar que se puedan estropear. En una sartén de teflón se vierten pequeñas porciones de una mezcla de queso mozzarella, provolone y parmesanos rallados, hasta generar una delgada teja crujiente más grande que la boca de un vaso estilo *old fashion*, se reserva. Para el montaje de este último, se necesita un vaso *old fashion*, se pone una capa de los tomates con la vinagreta y sobre el vaso se pone la teja que irá adornada de brotes y tomates *cherry* cortados por mitad o en cuartos.



Figura 6. Ensalada de Tomates Salvajes, por kookrest, kookrest, (2020)



Figura 7. Ensalada de Tomates Salvajes, por kookrest, kookrest (2020)

Todo lo hecho anteriormente, ayuda a contextualizar a los comensales de cómo se darán los siguientes tiempos. Sin embargo, no tienen aun en la mente que se empezará a utilizar el factor sorpresa que a continuación se describirá.

Para el tema del quinto tiempo se manejará un cocktail conocido mundialmente como Red Eye o Michelada, originario de la zona centro de San Luis Potosí, con un cambio en su elaboración, en lugar de generarla en estado líquido se dará al cliente en estado sólido por medio de la super congelación del nitrógeno líquido grado alimenticio.

La michelada tiene su origen en el Centro Deportivo Potosino por los años de los 70's, un socio de dicho deportivo llamado Michel Esper, pedía una bebida aderezada, la cual consistía en una cerveza estilo lager que se acompaña con un poco de hielo, zumo de limón y una mezcla de salsas oscuras y ligeramente picantes (Martín, 2021).

En este proceso se necesita una cerveza oscura con un grado alcohólico alto, esta se puede conseguir con los estilos de cerveza artesanal que de igual manera se comercializan en la región.

Se inicia otorgando al comensal los ingredientes necesarios para el tema de la receta, tal es el caso de jugo de limón, mezcla de salsas negras, una medida del jugo de tomate saborizado, sal, frambuesa, mora azul, arándanos frescos, la cerveza oscura y una rosa comestible aun con el botón cerrado. Delante del comensal se pondrán un tazón de acero inoxidable, un pequeño batidor globo y un mortero, posterior a esto, con ayuda del mesero se le dará seguimiento al proceso de preparación, en el cual el comensal deberá poner una porción de los frutos rojos y el jugo de limón, y con ayuda del mortero se aplastan dichos ingredientes, seguido de la incorporación de las salsas negras y el jugo de tomate saborizado, el resto de los ingredientes se agregan a la preparación junto con la cerveza oscura, se mezclan bien y se incorpora con cuidado el nitrógeno líquido de poco en poco con ayuda de un cucharon, mezclando energicamente con el batidor globo, hasta evaporar por completo el nitrógeno y

tener una textura de granizado. Disponer el producto en copa martinera. Para terminar el proceso se debe congelar el botón de la rosa directamente en el nitrógeno líquido y terminar con un ligero aplauso sobre la copa para distribuir los pequeños cristales de la rosa que se utiliza.

Con este tiempo se empieza a generar el factor sorpresa el cual, se utiliza en los siguientes tres tiempos.

En el caso del sexto tiempo y del séptimo tiempo, se prepara una parrilla estilo norteña, y por medio del calor generado de las brasas se terminará de cocer por medio de una técnica conocida como horno estilo PIB (horno subterráneo fabricado a base de lodo o arcillas), un tamal denominado zacahuil de la huasteca potosina.

Por medio de pinchos de vegetales mixtos como pimiento de colores, cebolla cambray, champiñones porcini, queso panela, diferentes proteínas como pollo, res y cerdo, se ensamblan las brochetas con un poco de aceite de oliva, orégano y semillas de sésamo, con su respectivo toque de sal y pimienta recién quebrada. Se ponen en un anafre con suficiente carbón para que se coloque en medio la base del carbón se coloca el zacahuil constituido de una masa quebrada, una salsa de chiles secos amortajados y una mezcla de proteínas de aves como pavo o pollo más cerdo en la mayoría de las recetas, protegido por un enramado de hojas de plátano que es la forma más común de encontrar esta preparación.

Con las indicaciones del mesero, los comensales se enfocarán al proceso de cocción de las brochetas sobre el anafre, lo que ellos desconocen es que en medio de las cenizas del carbón se estará terminando el zacahuil, el cual el mesero antes de terminar de recoger los implementos del anafre descubrirá con ayuda de pinzas y hará porciones delante de los comensales utilizando el factor sorpresa puesto que los comensales no tendrán idea que frente a ellos estaba su penúltimo tiempo en proceso de término de cocción.

El Zacahuil es un platillo típico de la región huasteca, se caracteriza por ser un estilo de tamal de proporciones grandes envuelto en hojas de plátano, se sirve en ceremonias o eventos sociales como bodas en estas regiones, sus ingredientes se basan en una masa quebrada nixtamalizada, saborizada con especias y una salsa de chiles rojos, se agregan proteínas como el pollo y el cerdo y la cocción se realiza en hornos de barro por tiempos prolongados (Gonzales, 2017).

Para terminar con broche de oro, el octavo tiempo corresponde a una mini piñata hecha de chocolate temperado, que por medio de moldes esféricos y cónicos le dará la connotación de una piñata de 7 picos. El interior de esta piñata estará hueco para poder rellenarla de diferentes dulces típicos mexicanos como las *chancaquillas* originarias de la huasteca Potosina, glorias que son dulces típicos del altiplano potosino a base de cajeta endurecida con tropezones de nuez, y cocadas que son bolitas de coco endurecidas por medio de jarabes.

El mesero retirará todos los implementos que se encuentren sobre la mesa y pondrá un mantel especial para evitar que la mesa se deteriore o los mismos blancos tengan manchas difíciles de quitar. Dejará un soporte del cual se colgará la piñata de chocolate con ayuda de un bate

pequeño se le dará la oportunidad de que los comensales puedan darle un golpe y con suerte este se quiebre, arrojando los productos que contienen dentro de la piñata. Con el cual terminará la secuencia del menú degustación, con el proceso de inmersión de los clientes ante las diferentes estimulaciones recibidas a lo largo del servicio.

Presentación y análisis de resultados

En el verano del año pasado se pudo estructurar un proyecto similar de un menú degustación con el factor sorpresa, pero con alcances más pequeños en el tema de los ingredientes, recetas, técnicas y procesos de servicio menos desarrollados.

Se tuvo la oportunidad de poder trabajar con el equipo de Kook restaurante el cual se encontraba localizado en av. Sierra Leona 371, lomas 3era sección, San Luis Potosí, el Chef Federico Torres, poniendo en práctica algunas ideas de recetas antes mencionadas.

El 40% de los clientes que llegaron a consumir el menú de degustación sensorial regresaron en más de 2 ocasiones para volver a experimentar la dinámica del menú degustación.

El 90% salió satisfecho del proceso de menú degustación.

El 100% no esperaba encontrar diferentes platillos al mismo tiempo, como el caso de la parrilla norteña con el zacahuil.

Más del 90% de los clientes mencionaron que este tipo de menú era único en su estilo y que tenían una similitud con el tema de mesas Teppanyaki, donde el servicio recibido viene directo de quienes cocinan los productos o tienen interacción con la comida directamente.

El costo final del menú degustación, sin incluir los vinos y maridajes, es de \$1099.00 por persona, con un *ROI* de 260% por año de la inversión inicial, sin contabilizar la inversión de todo el equipo mobiliario y personal de trabajo, donde el mejor de los casos se manejan de 2 a 3 eventos por mes.

Conclusiones

El aplicar las herramientas de la Animación Turística dentro de la gastronomía, abre un panorama de nuevas posibilidades, una opción viable para poder adentrarse en esta nuevo concepto donde se unen la Gastronomía y la Animación turística, dentro de la integración de los Menús Degustación, ya que su versatilidad a la hora de elaboración de los platillos, así como en el servicio abre un panorama bosto para poder generar emociones, sentimientos, ambientes, inmersiones de los mismo clientes que siempre están en busca de experimentar nuevos horizontes.

Las actividades desarrolladas en el proyecto, como la interacción de los comensales la preparación de uno de sus tiempos en la mesa, o el factor sorpresa al momento de descubrir un nuevo producto, ayuda a darle soporte a los objetivos planteados, ya que es fundamental que los clientes tengan un roll que desencadene las emociones y despierte la curiosidad de los sentidos, generando experiencias.

Puede mencionarse que la puesta en escena de la Animación Turística y Sociocultural en el ámbito gastronómico, genera una simbiosis con nuevos vínculos de aporte del ocio y recreación, así como desarrollar conceptos importantes para el ambiente económico en el proceso de estructurar canales innovadores, como el tema de la generación de atmosferas o centrar la atención en otras cosas diferentes, para después con el factor sorpresa se puedan tener nuevos procesos de servicios, aunado a la alta cocina, técnicas culinarias y la logística del servicio, creando una atmósfera especial que aporta herramientas poderosas para brindar al comensal la mejor experiencia, y generando vínculos de afinidad derivados del establecimiento de una relación reconocida socialmente.

Referencias

- Aguirre, P. (2017). Una historia social de la comida. Buenos Aries: Scielo.
- Akerman, J. (2007). cómo se alientna el cerebro. En J. Akerman, COCINA PARA SANAR LAS EMOCIONES (pág. 219). España: CYDONIA.
- De Angeli, G. D. (2020). Larousse de la cocina mexicana. En G. D. Alicia Gironella De Angeli, Larousse de la cocina mexicana (págs. 14-429). Ciudad de México: Ediciones Larousse, S.A. de C.V.
- Anita Tull, G. L. (2016). wather. En G. L. Anita Tull, AQA GCSE Food Preparation and Nutrition (págs. 36-185). Uk: Hodder Education .
- Blais, J. F. (2013). el libro del pan. Barcelona: Ediciones Robinbook.
- Yáñez, C. (2021). La gastronomía como extensión. Ciudad de Mexico: CLAVE.
- Gonzales, R. V. (2017). Zacahuil. En R. V. Gonzales, Sabores de la Huasteca, compartiendo Tradiciones (págs. 202-203). Querétaro: Secretaría de Cultura, del estado de Querétaro.
- kookrest. (febrero de 2020). kookrest. Obtenido de kookrest: <https://www.instagram.com/p/CCeVdotALkX/?hl=es>
- Martín, A. (20 de mayo de 2021). Michelada. Obtenido de Bon Viveur: <https://www.bonviveur.es/recetas/michelada>
- MD, R. (noviembre de 2022). menudegustacion.net. Obtenido de menudegustacion.net: <https://www.menudegustacion.net/madrid/diverxo/>
- Mundo, R. B. (19 de enero de 2019). Perder el sentido del gusto me convirtió en un mejor chef: la historia de Grant Achatz, uno de los mejores cocineros del mundo. Obtenido de www.bbc.com: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46886487>
- Muñoz Zurita, R. (2012). Diccionario enciclopédico de la gastronomía mexicana. México: Larousse.
- Sossa, M. A. (2011). Técnicas de animación turística. Costa Rica: PROMADE.
- Torres, R. E. (2013). Importancia de la Gastronomía. Ciudad de Mexico: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Turienzo, R. (2016). El pequeño libro de la motivación. Barcelona: Grupo Planeta.
- viajes, m. l. (2007). minube. Obtenido de minube: https://www.minube.com.mx/restaurantes/mexico/san_luis_potosi/san_luis_potosi

Anexos

Propuesta de actividad

**ubicación**

Instituto Tecnológico de San Luis Potosí

recursos requeridos

Mesas de trabajo
Equipo menor de cocina
Equipo mayor de cocina
Estufas
Fogones
Horno de convección
Loza especial

logística

El menú degustación constará de 8 tiempos de los cuales
Primero se entregarán 4 tiempos emplatados directos desde cocina
Los siguientes 4 tendrán una interacción directa con el cliente para su elaboración

Precio al público del producto

\$

1,099.00



Nombre de la actividad

Menú degustación

Descripción

El menú degustación corresponde mínimo a 8 tiempos, para poder considerarlo como un menú degustación. El menú se caracteriza por tener porciones pequeñas de comida las cuales en la mayoría de las veces su sabor es dominante y contienen muchas técnicas de ejecución, todos los tiempos tienen una interacción diferente con el comensal.

Ventajas

A diferencia de un menú a la carta, el menú degustación se caracteriza por poseer diferentes platillos entregados en porciones pequeñas, con la implementación de muchas técnicas y el desarrollo de la comida en su máximo esplendor.

Desventajas

En algunas ocasiones puede ser entretenido y un poco tardado entre servicio y servicio, por las técnicas o complejidad de los alimentos

Inversión & operación

cantidad	descripcion	\$ unitario	importe
1	Costos de receta #1 del menú degustación	\$ 102.00	\$ 102.00
1	Costos de receta #2 del menú degustación	\$ 120.00	\$ 120.00
1	Costos de receta #3 del menú degustación	\$ 89.00	\$ 89.00
1	Costos de receta #4 del menú degustación	\$ 110.00	\$ 110.00
1	Costos de receta #5 del menú degustación	\$ 157.00	\$ 157.00
1	Costos de receta #6 del menú degustación	\$ 210.00	\$ 210.00
1	Costos de receta #7 del menú degustación	\$ 142.00	\$ 142.00
1	Costos de receta #8 del menú degustación	\$ 169.00	\$ 169.00
inversion		total	\$ 1,099.00
\$ 1,099.00			
Presupuesto mantenimiento operativo mes		\$ 1,099.00 al año	\$ 13,188.00
		\$ 120.00	\$ 1,200.00
		\$ 30.00	\$ 450.00
ventas posibles semana \$ 659.40 mes		\$ 2,637.60 al año	\$ 31,651.20
ROI (Retorno de inversion)			260%

Tabla para la evaluación de la observación y las notas de campo: ponderación del 1 al 5 de menor a mayor escala para la aceptación o desagrado del público y anotaciones de las reacciones de los clientes.

Tiempo del menú	Ponderación	Anotaciones
Tiempo 1:		
Tiempo 2		
Tiempo 3		
Tiempo 4		
Tiempo 5		
Tiempo 6		
Tiempo 7		
Tiempo 8		
Total puntos		Anotaciones en general

Encuesta de satisfacción del cliente: pondera del 1 al 10 cada casilla, donde el 1 se considera como nada satisfecho, y el 10 completamente satisfecho

¿Los platillos manejados en el servicio fueron de tu total agrado?

¿La calidad del servicio estuvo a la altura de los alimentos?

¿Los ingredientes utilizados fueron de alta calidad?

¿Consideras que el tiempo del servicio fue el suficiente?

¿Te gustaron las nuevas experiencias obtenidas?

¿Recomendarías este servicio a tus conocidos?

Este espacio es para dejar tus comentarios, agradecimientos o sugerencias.

Reconocimientos

Agradezco a AMESTUR y todos sus colaboradores, por otorgarme la gran oportunidad de ser parte de sus filas y poder contribuir al aspecto turístico con mi pasión que es la gastronomía desde otro punto de enfoque integrando la Animación Turística y Sociocultural.

Al elaborar este producto me remonto a los procesos de estudiante donde me encontraba con la mente en el futuro, imaginando la manera de como innovar en el ámbito gastronómico, al encontrar los procesos de ocio y recreación que estructura la parte de la Animación Turística, los comensales pueden vivir nuevas experiencias ligadas a las emociones dentro de la gastronomía, al descubrir como un platillo que esta puesto en la mesa puede generar nuevas emociones, sin darse cuenta, y manejando el factor sorpresa o la forma de como interactuar con la comida en otro nivel, Como en el caso de abrir un postre de par en par, que asemeja una piñata, con la cual de niños nos divertíamos al querer romper de un solo tajo, esperando con ansias la caída de los dulces o frutas que contenía.

También agradezco a las personas que confiaron en mí, así mismo a las personas que me dieron su apoyo al verme estresado no solo con este proyecto, ya que todos los días me brindaron su calidez humana para poder seguir adelante con esto y con todo lo demás.

Agradezco a la Maestra Ana María Aguilera Sánchez por el apoyo brindado para conocer los aspectos básicos de la Animación Turística y Sociocultural, y el acercamiento a la AMESTUR, para poder tomar los cursos y diplomados que ofrecen.

A Kook restaurante y su propietario el Chef Federico Torres por darme la oportunidad de trabajar con ellos de la mano, su disponibilidad de poder utilizar sus fotos y publicaciones.

Y un agradecimiento especial a mi persona por todos los retos logrados, trabajos pendientes, estrés acumulado, citas pospuestas, descuido de procesos importantes, desvelos, entre muchas cosas más, para poder terminar con éxito este pequeño capítulo en este gran libro que día con día crece más y más.

Capítulo 3

Xocolatl una experiencia gastronómica y de animación sociocultural desde el agroturismo

Marcela Iturbe Vargas³

Resumen

La animación sociocultural es un recurso muy importante para la actividad turística. Se trata de una serie de prácticas sociales que estimulan la participación organizada de las personas con el manejo de diversas técnicas sociales. En Chiapas, la actividad turística es desde el año 2000, una estrategia para el desarrollo. En la región del Soconusco el cacao es uno de los cultivos más importantes, es el ingrediente principal en la elaboración del chocolate y otros productos tradicionales. Como goza de gran valor gastronómico e histórico puede usarse para construir una experiencia turística a través de la animación sociocultural. En este trabajo se plantea como objetivo diseñar, desde el agroturismo, una experiencia de carácter gastronómico con animación sociocultural a partir del chocolate, para el destino turístico de Tapachula, Chiapas. Con la aplicación de una metodología descriptiva, de enfoque cualitativo y el uso del análisis de contenido; se identifican los elementos que coadyuvan a la conformación de dicha propuesta, desde el uso de los recursos históricos, culturales y agroalimentarios del cacao, así como su valor patrimonial y gastronómico. Se concluye que, como el agroturismo es un segmento en crecimiento para la región del Soconusco puede aprovecharse el cultivo del cacao en una combinación de actividades, recursos y gastronomía en torno al chocolate para hacer posible una experiencia significativa a través de la animación sociocultural. Lo anterior brindaría un valor agregado a este segmento e incrementaría su atractivo turístico, favorecería la calidad del producto y por ende la satisfacción del visitante.

Palabras clave: Chocolate, agroturismo, animación socio cultural.

Introducción

La actividad turística es uno de los más importantes sectores económicos de Chiapas. Está considerada y se opera por el gobierno estatal como una estrategia para el desarrollo económico y social de las regiones y sus comunidades; su gran riqueza histórico cultural le permite contar con una oferta de atractivos en torno a siete principales ciudades y a dos segmentos de mercado importantes: el de turismo cultural y el de naturaleza dentro de los cuales se incluyen el ecoturismo, el turismo de aventura y el agroturismo. En la región del Soconusco la principal ciudad es Tapachula. Es la segunda población más importante de la entidad y se le denomina la capital económica de Chiapas por las diversas actividades: agricultura, industria ligera y el comercio transfronterizo. Los principales cultivos dentro de

³ Universidad Autónoma de Chiapas. Facultad de Ciencias de la Administración. marcela.iturbe@unach.mx

la actividad agrícola son el café, cacao, plátano, la caña de azúcar, el sorgo y arroz. Aunado a la actividad agroindustrial se promueven rutas turísticas como la ruta del café o la ruta del ron y aunque se han dado intenciones de promover recorridos en torno a la producción del cacao y la elaboración del chocolate, aún no se ha consolidado una ruta, programa o producto turístico debidamente conformado.

El agroturismo es uno de los segmentos que dentro de la política nacional de turismo se impulsa para contribuir al desarrollo de las comunidades. En cuanto a los productos agrícolas, el cacao es de los cultivos más importantes. Diversos municipios del Soconusco producen cacao de exportación que se dirige a Europa y que sirve como elemento esencial para la producción del chocolate. Hay registro en la época de la colonia del envío de este grano a los Reyes de España, servía además para las poblaciones indígenas como moneda de cambio pues era y es un grano muy preciado.

Bajo este contexto, la animación sociocultural es una herramienta útil para fortalecer los productos turísticos de un destino ya que mediante su práctica se pueden implementar programas o productos con interacción entre turistas, sociedad y entorno donde se conozca, comparta y difunda la cultura local. Por ello no solo es posible aprovechar mejor los recursos de la región sino también resaltar las manifestaciones culturales, la historia y costumbres que representan a la población, así como mejorar de una manera integral, la oferta turística de Chiapas.

La animación aplicada a la actividad turística permite que se pueda potenciar un destino con programas o productos turísticos que contengan actividades diversas de animación turística o sociocultural para que el turista aproveche al máximo su estadía en el destino.

Poner en práctica la animación como un recurso para el turismo es muy importante. De acuerdo con la literatura es posible afirmar que Francia es la cuna de la animación sociocultural y la experiencia que este país ha dado en torno a ello es valiosa. Se genera mediante un proceso de intervención sociocultural en el que se organizan programas y actividades lúdicas, culturales o físico-recreativas, con estrategias metodológicas específicas para el manejo de grupos y medios técnicos para llevarlos a cabo.

Saber programar, organizar e implementar programas o productos turísticos bajo la concepción de la animación sociocultural requiere de una formación adecuada de los profesionales del turismo. Además de conocer sobre la historia, tradiciones y manifestaciones culturales de lugar donde se desee implementar este tipo de proyectos, se debe contar con el conocimiento, experiencia y solidez -entre otras cualidades y preparación- de técnicas participativas y de dinamización para lograr promover una activa participación de las personas y grupos a quienes se dirige la animación.

En México la Asociación Mexicana de Escuelas e instituciones de hotelería y Turismo (AMESTUR) ha impulsado desde hace más de diez años, la formación de cuadros de profesionales para la animación sociocultural. En un esfuerzo por ampliar y difundir el conocimiento de esta herramienta en las instituciones de educación superior, en los destinos

turísticos, entre los tomadores de decisiones y empresariado, en general a todo aquel involucrado en la actividad turística. Dentro de esos esfuerzos se encuentra el curso superior “Formador de formadores en animación turística y sociocultural” del cual se genera la presente propuesta.

Aprovechar la animación sociocultural para conformar programas o productos turísticos es una importante oportunidad para el fortalecimiento de los destinos y la conformación integral de la oferta turística. En las siguientes páginas se exponen los motivos, importancia, elementos y características que sustentan la propuesta de una experiencia gastronómica y de animación sociocultural desde el agroturismo para el destino turístico de Tapachula en Chiapas.

Es una buena oportunidad para articular una serie de actividades, talleres, experiencias gastronómicas y turísticas bajo la estrategia de la animación sociocultural involucrando a los diversos actores del turismo: la comunidad, las empresas turísticas y el sector público para que en un esfuerzo colaborativo, este Programa sea el escaparate para demostrar que es posible agregar valor al destino con experiencias de animación sociocultural enraizadas en la cultura local y que beneficie de forma más tangible a la sociedad local.

Marco teórico

La importancia de la animación sociocultural

La cultura tiene un papel fundamental en el desarrollo de las sociedades y, por ende, coadyuva a que las personas desplieguen aptitudes individuales y colectivas en esa convivencia social común. En este contexto, la animación sociocultural como recurso es imprescindible cuando se implementa un proyecto para el desarrollo sociocultural (Macías y Nápoles, 2018) y su materialización será posible siempre que los actores sociales claves y los promotores culturales en las comunidades participen de forma consciente y comprometida, a partir de sus potencialidades. De esta manera la cultura servirá como factor de desarrollo al afianzarse.

Para Poyraz (citado en Garza y Trejo, 2022) la animación sociocultural tiene su base en el acceso a la cultura y en la concepción de una educación para todos, buscando preservar el espacio local de forma flexible y sin ser racionalizado. Si bien su origen confluye entre los campos educativo, cultural y el del ocio, se precisa que la animación sociocultural está conformada por un conjunto de prácticas sociales que lleva a cabo el animador y busca implementar valores desde las dimensiones cultural y educativa, pero de carácter popular antes que de forma institucional. Además, a partir de su evolución su estructura -según Poyraz- se ha ido conformando a partir de dos polos específicos: primero, por la organización y gestión de las actividades culturales y la regulación de los conflictos en los territorios locales; segundo, por los mecanismos de gestión aplicables a dichos espacios locales.

Desde el enfoque de la animación cultural se señala que la cultura está vinculada a una manera de ser con las personas y las cosas y está dirigida sin distinción a todas las personas (Garza y Trejo, 2022). También se afirma que la animación sociocultural es un recurso para los proyectos de transformación sociocultural y aunque es resultado de un complejo proceso, sus actores sociales confirman su carácter de alternativa para realzar la personalidad

individual, grupal y cultural de quienes participan (Macías y Nápoles, 2018). En este sentido se hace notar que el diálogo, la reflexión y el debate son exigencias de la animación sociocultural para la construcción de la cultura lo que provoca que la comunidad como sujeto de transformación se adueñe paulatinamente de su propio proyecto de desarrollo cultural (p.375).

Para Nunes (2018) el patrimonio material o inmaterial, es fuente de identidad cultural pero además es un activo, un elemento estratégico para el desarrollo comunitario local. Sin embargo, es necesario crear conciencia entre las comunidades y sus pobladores para ejercer un adecuado uso de ese patrimonio en una relación tripartita de educación, cultura y animación; en este contexto, la animación sociocultural puede contribuir para el desbloqueo del desarrollo comunitario local, es decir, involucrar para desarrollar (p.1).

La animación cultural como valor agregado en la experiencia turística

Se afirma por Garza & Trejo (2022) que un proyecto de animación es un instrumento metodológico de evolución sociocultural para potenciar la interacción durante el empleo positivo del tiempo libre a favor de la comunidad (p.21), los elementos que lo conforman mejoran la calidad de vida de la sociedad donde se aplica. Algunos de ellos son la influencia en el desarrollo integral de las personas, los métodos y técnicas propias para llevarlo a cabo, la colaboración cultural que de forma activa y consciente realiza la sociedad.

La cultura es un elemento fundamental en la animación sociocultural, se entiende como aquellos hábitos, saberes y manifestaciones de los pueblos que son resultado de la forma de ver la vida sobre los aspectos importantes; tal es el caso del patrimonio, que, en el inconsciente colectivo, es resultado de la evolución histórica, producto de la relación de las personas y colectividades con su medio (Isidor et al., 2017; Macías y Nápoles, 2018). En este sentido, de acuerdo con Nunes (2018) el patrimonio es materializado como un elemento de riqueza sociocultural y por tanto es un activo del que los animadores socioculturales tienen un papel fundamental: Que se funja como facilitadores para generar una participación activa de la comunidad en la planificación de programas y proyectos que sirvan tanto a la conservación como a la difusión y propiamente la animación del patrimonio sea este material o inmaterial.

Lo anterior se precisa desde la perspectiva económica y social donde el turismo con elementos de sostenibilidad sirve como una palanca de desarrollo comunitario local. En este sentido, el territorio, el patrimonio cultural y la comunidad local fungen como elementos para el desarrollo y los animadores socioculturales tienen la responsabilidad según Nunes (2018) de privilegiar en todo momento un principio fundamental: el involucramiento de esa población comunitaria que conoce, opera y preserva su patrimonio.

Hoy en día el turista demanda servicios turísticos que respondan a las exigencias sobre los intereses y necesidades dentro de los cuales se encuentra el conocer y descubrir la historia de otros pueblos; contar con un servicio capaz de satisfacer casi todas estas necesidades, permite una alta competitividad y profesionalismo en la oferta y mucho más, se trata, de la animación turística (Hernández-Santana, et al.,2021). Este servicio no es exclusivo de hoteles de playa

o cadenas hoteleras, se puede aplicar en otros entornos y es un servicio con numerosas ventajas que no es explotado lo suficiente y es considerado para Hernández-Santana et al. (2021) como un factor de desarrollo de las sociedades puesto que fomenta la cultura y contribuye al rescate de las raíces de los pueblos.

De acuerdo con diversos autores la animación es un factor de desarrollo para las sociedades y además una estrategia integral pues puede implementarse desde diferentes estilos: Animación social, cultural, artística, deportiva o educativa y por ende una consecuencia de todos estos estilos lo es la animación sociocultural. (Úcar Martínez, 2002; Puertas & Font, 2002; Garrido Gómez, 2006; Moreno, 2006; Abreu Hernández, 2009; Sarrate Capdevila, 2010; Figueras Torruella, 2011; Morales Caraballo, 2016; Tavares Esteves& Fernandes, 2017 citados por Hernández-Santana et al., 2021).

Togán (2015) hace mención que la animación sociocultural es un servicio turístico diferenciado, es una estrategia del turismo para satisfacer los nuevos y variados intereses del turista, con lo cual se puede potencializar el atractivo turístico y también brindar al turista una experiencia con el entorno local, disfrutar vivencias sociales y culturales locales y alcanzar por ello una mayor satisfacción para el turista.

El agroturismo, sus potencialidades

El agroturismo es un segmento o tipo de turismo cuyos rasgos diferenciales se enmarcan porque se efectúa en la naturaleza, pero bajo un paisaje cultivado, donde el habitante rural mantiene una forma de vida permanentemente vinculada con la naturaleza. Esta forma de vida mantiene un sistema de valores, tradiciones y creencias que se evidencia en su patrimonio arquitectónico, representado en viviendas, monumentos o caminos, entre otros (Simón, Gil y Carpintero, 2011). Es un segmento que de acuerdo con Simón et al. (2011), puede incluirse dentro del turismo rural, que se lleva a cabo en áreas rurales y donde además de servicios de alojamiento y alimentación, se distingue por sus actividades agropecuarias que permiten al turista contar con productos naturales locales y degustarlos en su alimentación.

Se analizan por Hernández, et al. (2015) las potencialidades de desarrollo del agroecoturismo, mismo que resume hoy en día como agroturismo al ser una vertiente del turismo de naturaleza que mezcla el agro con el ecoturismo. Se enfatiza por estos autores que hay experiencias en América Latina que se concentran en la promoción de circuitos con el atractivo del café o con la producción de queso pero al ser las menos “la oferta podría ser más amplia e interesante si se tomara en cuenta a otras empresas localizadas en áreas rurales y manejadas por pequeños y medianos productores” (Hernández et al., 2015), con ello además de enriquecer la experiencia, aumentarían opciones de ingreso o empleo para la comunidad que lo impulse.

En este sentido se subraya

Para que el agroecoturismo se convierta realmente en una alternativa productiva es necesario dar mayor valor agregado a lo producido en sus tierras, debe ser muy bien planificado, ejecutado y controlado, a fin de que produzca los resultados esperados, de manera sostenible,

respetando no solo la naturaleza, sino la historia y la cultura de la comunidad donde se desarrolla (Hernández et al., 2015, p.200). Esta concepción de brindar un valor agregado al segmento del agroturismo está relacionada con el significado de ofrecer al turista experiencias únicas, es decir, no se trata solo de mostrar el cultivo de los productos o de ser transformados para venderlos. Se trata de que en ese valor agregado se involucre al visitante en el conocimiento y práctica de todo el proceso de cultivo y transformación del grano de tal manera que, con ello, todos sus sentidos estén conectados de forma física, espiritual, social, emocional o intelectual en torno a la cultura, la naturaleza y la convivencia con la comunidad, haciendo su visita memorable y dé como resultado que tanto el turista como la población local obtenga mayores beneficios (Hernández et al., 2015).

Por ello se hace oportuno señalar la revalorización de los alimentos y su importancia desde el punto de vista de su elaboración artesanal (Rasgado, 2018) lo que implica cuidar los procesos de producción y consumo. Lo cual en el caso del cacao y la producción del chocolate artesanal es una medida interesante, posible y sobre todo viable.

Experiencias con cacao y chocolate

Tabasco es una entidad donde se promueven la rutas turísticas y eventos diversos en torno al chocolate. Uno de ellos es el Festival del Chocolate, que desde el año 2010 se lleva a cabo y forma parte de una serie de festivales gastronómicos y turísticos de este estado vecino de Chiapas, como el festival del Queso. Se asegura por Vidal (2017) que por el potencial de este territorio se han impulsado una serie de estrategias para impulsar el desarrollo turístico y al ser la primera entidad como productora de cacao, su aprovechamiento es muy importante. El Festival de Chocolate se lleva a cabo anualmente en noviembre, durante cinco días, el escenario es el Parque Tabasco “Dora María” en la ciudad de Villahermosa.

El chocolate, un valioso alimento para la gastronomía y la cultura

Se asevera por Camacho (2017) citando a Ogata (2011) que cuando los españoles llegaron a México describían al cacao como moneda, medicina, alimento y como una exquisita bebida de mucho valor entre las élites, posteriormente se le identificaron otro tipo de propiedades, tanto cosméticas como terapéuticas. El chocolate es un alimento básico en la gastronomía mexicana. De acuerdo con Camacho y Mejía (2018) su uso se da tanto como bien terminado o como materia prima o insumo de bebidas y platillos gourmet, artesanales o tradicionales; sus presentaciones sean sólidas o en polvo han llegado a trabajarse hasta en la gastronomía molecular.

El cacao es el ingrediente principal para la elaboración del chocolate, de acuerdo con Mendoza-López, et al. (2011), los españoles fueron quienes descubrieron que al agregar azúcar a las semillas molidas del cacao se obtenía una bebida más agradable al paladar (p.20). Así, su consumo llegó a los países europeos y su cultivo se extendió a todas las regiones tropicales del mundo a partir del siglo XVI. Estos autores afirman que el desarrollo de la industria del chocolate en Europa se llevó a cabo durante el siglo XIX ya que en 1828 se registró una patente para la fabricación de chocolate en polvo y se puso en venta por primera

vez en 1847. Veintinueve años más tarde, en 1876, se impulsó la fabricación del chocolate con leche.

El chocolate ha tenido un especial crecimiento en los últimos años en Europa y Estados Unidos, según afirma Camacho-Gómez (2016) hay un mayor número de fabricantes y marcas prestigiadas y el producto en sus diversas presentaciones y usos (para consumo inmediato o preparación; o como materia prima); converge entre la modernidad y la historia (p.3562), de ahí que ha surgido una mezcla interesante entre la cultura y la gastronomía del chocolate cristalizada en los museos.

En el terreno internacional, hay un reconocimiento implícito hacia la gastronomía mexicana y en el caso del chocolate, se asegura por Camacho y Mejía (2018) que este es un producto que históricamente se encuentra catalogado como alimento, pero se diferencia por la diversidad de sus presentaciones: tabletas, barras, pastillas, croquetas, granulados, polvo, cubiertas, bombonería, cremas y licores. También se destaca -citando a Camacho, Suárez y Juárez (2017)- su origen mexicano en la mezcla del chocolate con nuevos ingredientes como el coco, guayaba, maracuyá, piña o chía por mencionar algunos. Por otro lado, dentro de los platillos nacionales que utilizan chocolate, el mole es uno de los más destacados.

Es un platillo mestizo que nació en la época colonial y que consiste en la elaboración de una salsa hecha a base de chocolate, chiles, especias y otros ingredientes tales como cacahuetes y almendras molidas; esta salsa baña piezas de pollo o guajolote. Otros platillos típicos que utilizan este ingrediente son las enchiladas oaxaqueñas, el tamal de chocolate y las bebidas nativas pozol y chorote. El pozol es una bebida refrescante que se consume desde la época prehispánica, sus principales ingredientes son el cacao molido, el maíz cocido y la vainilla. Mientras que el chorote se trata de una bebida nativa de la región tabasqueña que también se elabora con cacao en polvo y maíz cocido.

Se prepara además con miel, coco y hasta chiles (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2016). A estas bebidas se agrega el típico chocolate elaborado con leche o con agua.

En tanto que a nivel mundial el chocolate se consume a partir de múltiples diseños, maridajes, mezclas, mayor contenido de cacao, hasta llegar a formar parte de la gastronomía molecular, una técnica perteneciente a la nueva cocina, que cuida el sabor y la presentación de los alimentos (Camacho y Mejía, 2018: p.59). En presentaciones sólidas o en polvo. También se ha identificado la creación de rutas gastronómicas basadas en el cacao y el chocolate además de festivales o como parte de los atractivos principales en rutas culturales.

Tal es su importancia mundial que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura sugirió en el año 2005, que el cacao, pero particularmente el chocolate, debe estudiarse desde todas las dimensiones posibles: la histórica, cultural, antropológica, desde su ámbito agrícola, científico-tecnológico y, además, desde las esferas económica y turística (UNESCO, s/f). Si bien el chocolate es parte de la gastronomía mundial, su trascendencia histórica y cultural está más enraizada en Latinoamérica. Así se asevera por Camacho y Mejía (2018) al registrar 24 ferias y festivales gastronómicos sobre el chocolate,

mismos que se llevan a cabo en quince países de Latinoamérica y es México la nación de mayor presencia en este sentido con diez.

Ecuador, Brasil, Argentina, Venezuela, Colombia, Perú, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Bolivia y Uruguay son los países que además de México, celebran festivales o ferias en torno al chocolate. En el caso de México, las entidades son: Tabasco, Puebla, Nuevo León, Querétaro; Oaxaca y San Luis Potosí mientras que con cuatro se registra a la ciudad de México. Otro dato interesante se da en cuanto a las Rutas gastronómicas sobre el cacao y chocolate que se han impulsado en países tales como República Dominicana, Venezuela, Ecuador y México.

La Secretaría de Turismo registra dieciocho rutas en 29 entidades del país incluyendo la Ciudad de México. Dentro de las cuales se encuentra la Ruta del Cacao que abarca los estados de Tabasco y Chiapas (SECTUR, s./f.) sin embargo, la presencia de actividades vinculadas al cacao y al chocolate solo se registran en Tabasco.

Se afirma por Zúñiga (2020) que cuando el cacao llegó a Europa y fue difundido por los españoles, no fue acompañado del bagaje religioso y cultural de las culturas prehispánicas y del significado propio de este alimento. Es decir, el cacao llegó desnudo -en palabras de la propia autora- y por lo tanto tuvieron en sus manos la forma de encaminar este alimento en el paso de los años, como se conoce hoy en día: polvo, barras y golosinas e incluso a partir de las redes de comercio y los avances tecnológicos permitieron que incluso en México cambiara la forma de ver al chocolate.

Metodología y técnicas de investigación utilizadas

La metodología utilizada es de tipo cualitativo. Se realizó una búsqueda de información relacionada con los elementos del marco teórico establecidos en tres ejes: el agroturismo, la animación socio cultural y el cultivo del cacao, así como su importancia como ingrediente principal en la elaboración del chocolate. Se identifican una serie de artículos a través de diversos buscadores científicos. Con la técnica del análisis de contenido se analiza la información de cada uno de los textos en torno a los tres ejes definidos. Se identifican acciones comunes, de interés, realizadas en otros espacios y momentos que sirven de base para tomarlos en cuenta en la conformación de la propuesta de un programa de animación sociocultural.

Se hace uso del método descriptivo para presentar la situación actual del turismo en Chiapas en cuanto a la oferta turística, los recursos naturales y culturales que se promueven, las ciudades que se consideran emblemáticas y los atractivos que por cada ruta turística se difunden. Se enfatiza en los atractivos de la región del Soconusco. Se exponen los recursos históricos, culturales y agroalimentarios del cacao, así como su valor patrimonial y gastronómico que son la base de la propuesta. Así mismo se focaliza la descripción en el aprovechamiento del cacao como recurso turístico y como materia prima para la elaboración del chocolate con el fin de promover rutas turísticas, museos, talleres, actividades o productos para la comercialización.

Se identifican los elementos que coadyuvan a la conformación de dicha propuesta y con ello se redacta la misma. Se resumen los principales puntos de un proyecto donde se plantea la realización de un trabajo colaborativo con acciones tripartitas entre universidad-empresa-gestión pública, con la visión de conformar un programa que impulse una experiencia gastronómica y de animación sociocultural a partir del agroturismo. Una experiencia para el destino Tapachula que abarque específicamente los municipios de Tapachula y Tuxtla Chico, Chiapas.

Presentación y análisis de resultados

La oferta turística de Chiapas

La Secretaría de Turismo de Chiapas (SECTUR Chiapas) opera una página web que promociona los atractivos y destinos turísticos de la entidad. Se denomina “Chiapas espíritu del Mundo Maya” (<https://visitchiapas.com>) e invita a explorar las rutas turísticas integradas por pueblos mágicos, comunidades, festividades y culturas indígenas vivas que, a decir de la propia semblanza de la página, son origen y destino (s.f.). Los principales sitios turísticos son seis ciudades descritas como emblemáticas: Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Tapachula, Comitán, Chiapa de Corzo, Tonalá y Palenque, además de distintos centros ecoturísticos (s.f.).

Se promocionan siete rutas cuyos atractivos están vinculados con la naturaleza y cultura de la que goza de forma abundante esta entidad sureña de México. Tan sólo en su biodiversidad por ejemplo mantiene más de 17 tipos de vegetación, es segundo en el país como un estado con gran diversidad en mamíferos, anfibios, reptiles, aves e invertebrados; su historia, poblaciones étnicas, manifestaciones culturales y formas de apropiación y uso de sus recursos naturales destacan la particularidad de cada pueblo (CONABIO, 2013). Las rutas turísticas son: Camino Real, Provincia de los Zoques, Haciendas, Costa Soconusco, Culturas vivas, Dos Chiapas y Maya.

La primera es la ruta de Camino Real que recrea -como su nombre lo indica- el antiguo camino que en la época de la colonia enlazaba la provincia de Chiapa con Guatemala y que fungía como la principal vía para el intercambio de mercancías. Es una ruta que atraviesa los municipios de Chiapa de Corzo y Venustiano Carranza, en ella se puede apreciar la elaboración de lienzos de algodón en telar de cintura y la zona arqueológica de Lagartero. En torno a este paisaje cultural se disfruta de un entorno natural que es frontera con Guatemala y que combina isla, pantanos, arboles de chicozapotes y las pozas de agua denominadas Lagos de Colón.

La segunda es la ruta de los Zoques, da a conocer la oportunidad de interactuar con poblaciones de habla original del grupo étnico zoque que está relacionado con los antiguos olmecas, además de observar costumbres ancestrales y el valor histórico y arquitectónico de templos del siglo XVI con esculturas, retablos y pinturas, obras artísticas que se ubican en Tecpatán, Copainalá, Tapalapa, Chapultenango y Rayón. También pueden apreciarse maravillas naturales: la Sima de las Cotorras, el cráter del volcán Chichón, la laguna de Coapilla, la cascada El Aguacero y el Arco del Tiempo, estos dos últimos lugares dentro del

Cañón del río La Venta, los cuales son sitios estupendos para realizar actividades de turismo de naturaleza.

Son doce municipios los que componen esta ruta y el recorrido comienza en Tuxtla Gutiérrez, la capital y mayor ciudad chiapaneca. De los zoques se destaca su labor en la alfarería y el registro de ser los primeros pueblos agrícolas de Mesoamérica.

La tercera es la ruta de las Haciendas donde se engloban a los municipios de Berriozábal, Cintalapa, Jiquipilas, Ocozocoautla e incluso nuevamente la capital Tuxtla Gutiérrez como punto de partida para recorrer tanto haciendas ganaderas y agrícolas desde donde puede realizarse turismo rural o de aventura como atractivos naturales como el cerro de La Chumpa en Jiquipilas, el cerro Mactumactzá -al que le nombran como vigía de Tuxtla Gutiérrez- y los cañones de Río La Venta y el Sumidero, éste último uno de los más impresionantes y conocidos. Las Haciendas El Zapote, La Valdiviana, La Providencia y Las Cruces, del municipio de Cintalapa, son construcciones del siglo XIX y pueden visitarse.

Los siguientes tres recorridos son las rutas de Culturas vivas, Dos Chiapas y Maya, mismas que reconocen la importante presencia de los mayas en esta entidad. La primera fomenta el turismo cultural y natural promoviendo la región de los Altos y sus quince municipios dentro de los que destacan San Cristóbal de las Casas, San Juan Chamula, San Andrés Larráinzar, Teopisca y Zinacantán pues combinan la presencia de pueblos originarios tseltal-tsotsil con la población mestiza, sus artesanías y manifestaciones culturales además de gozar de interesantes atractivos naturales como las grutas de Rancho Nuevo, El Arcotete, la Gruta del Mamut o las grutas de Teopisca.

En tanto que la segunda la denominada ruta Dos Chiapas se concentra en promover dos de los principales Pueblos Mágicos: Chiapa de Corzo y San Cristóbal de las Casas, la primera es una ciudad que además se ha ganado el reconocimiento como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por su festividad de los Parachicos, además de sus monumentos históricos y artesanías. Sobre San Cristóbal de las Casas, conocida como la Ciudad Real de Chiapa, está considerada como una de las más románticas del mundo por su imagen colonial, sus tesoros arquitectónicos y la calidez de su gente. Desde esta ruta también se promueve el zoológico Manuel Alvarez del Toro y el Parque Nacional del Cañón del Sumidero, cuyo paisaje es impresionante.

Por su parte, la Ruta Maya invita al visitante a conocer escenarios naturales que incluyen montaña, ríos, selvas, bosques, donde se aprecia el esplendor de los mayas clásicos con sus zonas arqueológicas y descendientes de dichos pueblos. Se pueden apreciar además de los vestigios, pueblos mágicos, costumbres y tradiciones de milenarias, centros ecoturísticos y bellas piezas artesanales, que reflejan la identidad de cada comunidad mayense. Dentro de esta Ruta, conformada por quince municipios destacan Palenque, Catazajá, Ocosingo, Las Margaritas, La Trinitaria, Comitán de Domínguez y Amatenango del Valle entre otros.

Finalmente, la séptima ruta es la denominada Costa Soconusco. Promueve diecisiete municipios dentro de los que destacan Tapachula, Tonalá, Unión Juárez y Pijijiapan. La

riqueza natural la ofrecen sus playas, algunas vírgenes, pero todas en un ambiente rústico, plantaciones tropicales, el volcán Tacaná, sus fincas cafetaleras de importante herencia así como la presencia de la zona arqueológica de Izapa de la que se habla como el vínculo entre el fin de la cultura olmeca y el principio de la maya. Se registra a Tapachula como ciudad principal, es la segunda más importante por su actividad económica agroindustrial; como zona fronteriza guarda afinidad cultural con Centroamérica, Guatemala particularmente, además ha sido lugar de encuentro de diversas migraciones de Asia, Europa, África y Latinoamérica la han convertido en un tapiz cultural importante.

Esta ciudad es mejor conocida como la Perla del Soconusco, a través del Puerto Chiapas, Tapachula no solo fomenta el transporte marítimo sino también impulsa el turismo de cruceros un segmento que promueve además del agroturismo gracias a su medio físico - tropical cálido húmedo- que destaca por su exuberante vegetación y por su importante producción agrícola, café, mango ataulfo, rambután, plátano, cacao, entre muchos más.

El café es otro de sus atractivos, siendo la cafeticultura uno de sus principales cultivos, la Ruta del Café con las fincas Argovia, Hamburgo Irlanda y Chiripa es una de las más destacadas. La Casa grande de Santo Domingo en Unión Juárez también está vinculada a la historia y tradición de este cultivo que tuvo gran esplendor económico y social en la primera mitad del siglo XX y ello se refleja en su antiguo Palacio Municipal el cual alberga hoy al Museo de Tapachula.

Precisamente por sus productos agroindustriales se promueven recorridos para conocer la forma de producción y elaboración por ejemplo, del ron, a través de la visita a la finca Venecia con 70 años de antigüedad, que produce el ron Bonampak y que da a conocer durante la visita la historia de la antigua destilería, sus procesos actuales que le dan la posibilidad de ofrecer su ron a diversos países y poder realizar una cata comparada de seis tipos de rones para apreciar sus diferencias de acuerdo con la información que brinda la Secretaría de Turismo de Chiapas (<https://visitchiapas.com/v1/Ruta-del-ron-tapachula-de-cordova-y-ordonez, s.f.>).

Este destino también promueve el turismo de negocios y el de compras que recibe habitualmente a visitantes fronterizos de Guatemala durante los fines de semana. En general, la oferta de atractivos de Chiapas también se difunde desde las actividades que pueden realizarse vinculados a los siguientes elementos: Naturaleza y aventura, Cultura que vive, Fiestas tradicionales, centros ecoturísticos, gastronomía, romance y arqueología.

El valor del cacao en el Soconusco desde el punto de vista histórico y cultural

Uno de los productos agrícolas más importantes del Soconusco lo es el cacao. De acuerdo con Gordillo-Ruiz (2013) Chiapas sigue siendo el segundo productor más importante del país y 15,000 familias chiapanecas dependen de este cultivo por lo que la fuerza de trabajo está conformada por mano de obra familiar. Sus productores están agremiados a organizaciones locales y regionales -mayormente- a quienes básicamente se les compra el cacao sin fermentar a granel. Es un cultivo tradicional de las regiones del sureste de México.

En la época precolombina el cacao fungía como moneda para el intercambio comercial entre los pueblos de Mesoamérica y los valles altos de México (Mendoza-López, et al., 2011) y antes como ahora significa un importante recurso fitogenético para la agricultura y la alimentación de dichas zonas. Para Mendoza-López et al. (2011), el cacao es uno de los cultivos emblemáticos de México, su fruto es una baya a partir de la cual se produce el chocolate en una mezcla de especies aromáticas y endulzantes. Además, es ingrediente básico para la elaboración de la mole, uno de los más importantes platillos nacionales y el árbol y sus frutos ocuparon un lugar muy especial y mágico en las culturas prehispánicas (p.19).

Al respecto, hay evidencia arqueológica y antropológica -según Estrada-Lugo (citado por Mendoza-López et al., 2011)- que el cacao además de ser centro de origen de plantas ha sido un importante centro de domesticación; además de acuerdo con Ogata (2007) los primeros en domesticar el cacao en México fueron probablemente los olmecas y después los Izapeños, cultura que derivó de la Olmeca y que desarrolló este cultivo en el Soconusco. A su vez, los mayas heredaron de los izapeños sus conocimientos sobre el cacao de acuerdo con Padilla (citado por Mendoza-López et al., 2011) y fueron los primeros que apreciaron las bondades de esta baya.

La producción del cacao trasciende en el registro histórico al encontrarse documentación de ello desde 1531, según lo afirma en 1905 Del Paso y Troncoso (citado por Avendaño-Arrazate et al., 2010) precisando que Chiapas y Tabasco se significaban como las más importantes entidades productoras de cacao. Se registra también por Mendoza-López et al. (2011) que fueron los españoles los que, al agregar azúcar a las semillas molidas del cacao, se obtenía una bebida más agradable al paladar y a través de ellos el consumo del chocolate se extendió a países europeos y a todas las regiones tropicales del mundo a partir del siglo XVI. Algunas culturas pagaban tributo con el cacao o bien elaboraban bebidas para sus autoridades o para rituales religiosos, las bebidas podían ser embriagantes y no embriagantes y luego de su dispersión como cultivo en otras áreas tropicales del mundo, se descubrieron otros beneficios del fruto. Por lo tanto, además de servir para producir chocolate es utilizado para otro tipo dulces e incluso como aromatizante.

Hay diversas acepciones sobre el significado de la palabra chocolate de acuerdo con su origen náhuatl o maya. Su significado en náhuatl proviene de las palabras xócoc o xocolia que representa “agrio” o “agriar” y atl que indica “agua” lo que puede traducirse como agua de cacao o bebida fermentada (Flores 2012, citado por Camacho, 2014). Su expresión en maya es chokol cacáoatl (agua de cacao) que hace referencia a distintas formas de elaborar este fruto en preparados líquidos (Hernández, 2013).

Combinando recursos: agroturismo, gastronomía y animación sociocultural.

El cacao es un producto que desde la época prehispánica se cultiva. Crónicas del siglo XVI y algunos códices como el Mendocino, la Matrícula de tributos, el Dresde, el Troano, el Madrid, el Féjervary, el Nutall, el Badiano, el Florentino dan cuenta de ello; así como otros

elementos tales como ornamentos, estelas, pinturas, enseres, pintura o pictografías y algunos detalles en diferentes estructuras arqueológicas (Arias, 2013).

Los primeros usos a este fruto se registran en el sur de América, pero el cacao fue domesticado en Mesoamérica, tomando en cuenta su elaboración y uso: como alimento, para la salud, de tipo esparcimiento o relajación difundido por los mayas (Arias 2013). Las culturas prehispánicas mexica, olmeca y maya están relacionadas con el cacao. Un fruto comestible que se nombra inclusive en el Popol Vuh como pataxte- una variedad del cacao-, y también es consumido hoy en día en algunos lugares de Tabasco y Chiapas como dulce y como bebida.

La producción de cacao es básica para la elaboración del chocolate, este es una mezcla de cacao en polvo combinada con almendras tostadas con maíz, vainilla y chile según cita MacRae (2007) o bien otros tipos de combinaciones como azúcar blanca, canela, anís, almizcle, avellanas, pero más menos estaba en función del nivel social de los consumidores según Ruz (2010) (citado por Camacho, 2014).

Desde al ámbito turístico son diversos los imaginarios que se han construido como atractivo, para su comercialización o en su representación cultural, ello se evidencia en el aprovechamiento de este patrimonio para la conformación de proyectos de mayor envergadura tales como museos en Europa o América Latina. Y desde la gastronomía se ha aprovechado como elemento central para la organización de ferias y festivales. Desde el agroturismo se han conformado rutas turísticas para que los turistas recorran las plantaciones y conozcan el proceso de cultivo y elaboración del chocolate, en combinación con diversas actividades.

Los imaginarios sobre el chocolate como producto turístico

Se ha documentado por Urquijo y Bullén (2009) los imaginarios en torno a los cuales, en distintas partes del mundo se ha aprovechado el chocolate como atracción turística y, además, como representación cultural. Estos imaginarios alrededor del chocolate están vinculados a la fantasía, la sensualidad, el exotismo y la fabricación y comercialización de este. En Inglaterra, por ejemplo, a través de la empresa Cadbury, se recrea lo que estos autores citan como “jungla azteca” y en esta recreación las personas viajan mil años atrás en el tiempo para conocer al emperador azteca Moctezuma quien tenía como bebida favorita el “chocolatl”. Se trata de aprovechar lo exótico en torno a una bebida dedicada a los dioses y a las cortes. Lo cual se trasladó a Inglaterra cuando el chocolate se comercializó como un alimento de lujo. El punto para destacar desde lo que se hace en Cadbury es la construcción de una atracción turística a partir del origen del chocolate situado en un tiempo y espacio específico y que se complementa con el proceso de transformación y de comercialización cuyo protagonismo destaca los significados culturales locales.

Otro ejemplo se da en el imaginario que recrea el museo de Nestlé en Toluca, estado de México; donde el chocolate se promueve en torno a la fantasía hacia el público infantil. Nestlé, usa la idea de un cuento inglés, internacionalizado por el cine norteamericano a través de la película Charlie y la fábrica de chocolate; se recrea una fábrica-museo ultramoderna,

en el propio lugar de los orígenes mexicanos del chocolate citados por los museos europeos..., se desarrolla un concepto de museo divertido y vanguardista extendido en las empresas alimenticias, en el que las visitas (Urquijo y Bullén, 2009: 62).

En el museo de Biarritz, España la representación cultural del chocolate se da en torno al proceso de la elaboración y comercialización de este alimento y a la vez se busca revalorar la historia del chocolate. Otros ejemplos son la Fábrica de Chocolates San Geromes en Mendaro, la Chocolatería Museo de Oñati, y el Museo del Chocolate y la Confitería de Tolosa.

El chocolate desde su representación cultural en los Museos

Tan sólo en Europa hay 53 museos del chocolate según plantea Camacho (2014) y las sedes o países donde están ubicados se asocian a la historia y cultura del lugar, tal es el caso de Bayona en Francia, cuya historia en torno al puerto se vincula con la patrimonialización del chocolate. Mientras que en América Latina se han identificado 20 museos del chocolate estando seis en México, dos en Brasil y dos en Guatemala. (Camacho-Gómez, 2016). Aunque los más antiguos son el Museo del Chocolate de San Carlos Bariloche en Argentina y el Primer Museo del cacao y el chocolate “Dr. Otto Wolter Hayer” de Comalcalco, Tabasco.

En estos espacios se realizan actividades básicas que registradas por Camacho-Gómez (2016) se conforman de diversas actividades tales como: visitas guiadas, degustaciones y experiencias gourmet, visita a fábrica de chocolate y otras de carácter complementario como: exposiciones de arte (itinerantes), eventos culturales, espectáculos multimedia, juegos interactivos, recorrido por plantaciones de cacao, charlas, conferencias, talleres de cerámica, librería especializada, chocolatería. Así como servicios adicionales, librería especializada, circuitos virtuales, spa y terapias de chocolate.

El agroturismo y las rutas de cacao y el chocolate

Dentro de la ruta conformada por las entidades del sureste de la República, Quintana Roo, Yucatán, Campeche, Tabasco y Chiapas que lleva por nombre “El misterio y el origen de los mayas”, se promueven dos tipos de atractivo: la primera ruta se denomina “Los ingredientes mestizos del Mayab” y la conforman Quintana Roo, Yucatán y Campeche; la segunda es una ruta gastronómica: “Del cacao” que se conforma por las entidades de Tabasco y Chiapas. Si bien la denominación es muy evidente, la ruta se subdivide a la vez dejando a Tabasco únicamente con la promoción y actividades correspondientes al cacao y el chocolate y a Chiapas mostrando más atractivos vinculados a las culturas indígenas vivas y la gastronomía propia de esta entidad sin mencionar en ningún caso, alguna actividad relacionada con este grano del que se es importante productor en la región del Soconusco.

En tanto que el gobierno de Tabasco promociona la ruta que denomina “Del cacao al chocolate” y la conforman tres municipios Comalcalco, Paraíso y Cunduacán, es una ruta agroturística que reúne diversos atractivos: gastronomía, arqueología, sol y playa y las haciendas cacaoteras en Comalcalco mientras que en Cunduacán se ubica un museo del chocolate y Paraíso se deja para la gastronomía y la playa (<https://tabasco.gob.mx/ruta-del-cacao-al-chocolate>).

Propuesta de una experiencia gastronómica y de animación socio cultural

Surge del principio de aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de los que goza la región, propone un Programa de animación sociocultural para el segmento del agroturismo empleando como recurso el cacao.

La concepción de este trabajo es generar un programa que impulse una experiencia gastronómica y de animación sociocultural para el destino Tapachula. De acuerdo con la política turística actual, la Secretaría de Turismo de Chiapas promueve en este destino actividades de agroturismo, pero únicamente desde el café, por lo tanto, es necesario aprovechar el cacao como uno de los productos cultivados más importantes en la región, pues es un recurso natural que por su valor alimenticio, histórico y cultural puede ser considerado como una fuente de identidad cultural pero además como cita Núñez (2017) -sobre el patrimonio- es un activo, un elemento estratégico para el desarrollo comunitario local.

El agroturismo como segmento de mercado promueve dentro del turismo de naturaleza y rural. La región es predominantemente agrícola y el cacao un cultivo básico. Sin embargo, se retoma lo que Hernández et al (2015) afirman para dar valor agregado a la producción de sus tierras: respetar tanto la naturaleza como la historia y la cultura de la comunidad donde se desarrolla y Santiago-Jiménez y Morfín-Herrera (2011) afirman que la animación turística es una estrategia profesional que puede ser útil para construir estrategias que alfabeticen al turista sobre los acontecimientos sociales y ecológicos de los destinos. Una manera interactiva de compartir la cultura de la población local, en su propio territorio, que se encuentra lleno de símbolos y significados, pero a la vez promoviendo su responsabilidad social para respetar y valorar el lugar y la cultura que visitan.

El chocolate es un alimento producto del cacao que ha sido aprovechado como recurso turístico en diversas latitudes de México, América Latina y Europa. Su inclusión en el ámbito turístico se ha dirigido desde la conformación de rutas turísticas, la realización de eventos tales como ferias o festivales gastronómicos y desde la difusión cultural a través de museos de los que existen más de 50 en Europa y 20 en América Latina. Por ello hay un imaginario construido alrededor del chocolate, un producto internacionalmente comercializado y su proceso de elaboración es atracción turística pero también es representación cultural (Camacho, 2017).

En tanto que la animación sociocultural es un instrumento útil para dar valor agregado en los destinos turísticos, puede implementarse en distintos entornos, fomenta la cultura y contribuye al rescate de las raíces de los pueblos y ello coincide con el interés del turista que hoy en día demanda destinos singulares, que le proporcionen experiencias únicas. Además, esta estrategia es considerada por Hernández-Santana et al (2021) como un factor de desarrollo de las sociedades. Por lo tanto, es una herramienta que debe aprovecharse.

En México, si bien se promueve una ruta turística que lleva por nombre “Del Cacao”, ésta no incluye las plantaciones de Chiapas y se concentra exclusivamente a la oferta que genera el estado de Tabasco, aunque se cite que la integran ambas entidades.

En Tapachula existen iniciativas de grupos o asociaciones ejidales como la denominada Raymundo Enríquez que han iniciado la oferta de recorridos hacia sus plantaciones de cacao para conocer la producción agrícola, dirigiendo la explicación hacia el sentido biológico, al conocimiento del cacao, sus variedades, su proceso de cultivo y las iniciativas que se han desarrollado para hacer un cultivo con principios de sostenibilidad con el trabajo y asesoría de la organización no gubernamental de Rainforest Alliance. Se elabora chocolate artesanal. Se ha innovado en la combinación de ingredientes para obtener sabores diferenciados. Este proyecto se establece utilizando los recursos de Tuxtla Chico y Tapachula.

La propuesta que se presenta consiste en proponer un programa de animación sociocultural aplicable al entorno rural, específicamente para el segmento del agroturismo. Se explica a continuación:

Xocolatl una experiencia gastronómica y de animación sociocultural desde el agroturismo
La experiencia gastronómica y de animación sociocultural se plantea desarrollar a partir de un programa con la figura de festival: el Festival interactivo Xocolatl: la experiencia que mueve tus sentidos, mediante el cual el visitante además de conocer el cultivo del cacao, con talleres, recorridos, animaciones, degustación gastronómica y actividades recreativas, disfrutará de la cultura, historia y tradiciones locales en torno a su producción y la elaboración y consumo del chocolate. Está visualizado como un proyecto colaborativo donde participen un equipo de docentes y estudiantes de la licenciatura en Gestión Turística de la Facultad de Ciencias de la Administración, las direcciones municipales de Tapachula y de Tuxtla Chico, la organización ejidal denominada Raymundo Enríquez y otras empresas de servicio turístico.

Se elige la figura de festival reiterando lo que Vidal (2017) afirma, un festival es una estrategia probada para elevar la estacionalidad de la demanda, para conformar cadenas de valor alrededor del cacao, así como internacionalizar sus productos derivados. El ejemplo llevado a cabo en Tabasco evidenció en 2016 que es posible convertirlo en un referente internacional con la participación de patrocinadores, tours y paquetes turísticos.

Concepción del Programa

El programa de animación sociocultural se visualiza a partir de la operación del Festival interactivo Xocolatl: la experiencia que mueve tus sentidos. Que tendrá una duración de tres días, consistirá en generar actividades debidamente organizadas para que el visitante a través de sus sentidos viva una experiencia gastronómica y de animación sociocultural desde el agroturismo.

El festival tendrá dos escenarios diferentes, por ello es muy importante establecer un trabajo colaborativo con las direcciones de Turismo municipal de Tapachula y Tuxtla Chico. En cada escenario se llevarán a cabo actividades diferentes, pero en ambas la línea conductora será la animación socio cultural.

El primer día del festival estará destinado a que el visitante conozca desde la historia prehispánica y la conquista de los españoles, el papel del cacao en las comunidades, ello

articulado junto con una visita a la zona arqueológica de Izapa, ubicada en el municipio de Tuxtla Chico. Para ello, un equipo de jóvenes conducirá el recorrido y fungirán como animadores puesto que, dentro del recorrido, participarán diversos personajes y una historia debidamente construida será narrada por los mismos. Así mientras se recorren los sitios arqueológicos de Izapa, cuyo vínculo está ligado al fin de la cultura olmeca y el principio de la maya, se platicará de la domesticaron el cacao que realizaron los izapeños.

Posteriormente, la narración evocará la etapa de la conquista, cuando los españoles llegaron al Soconusco y con el descubrimiento de los alimentos locales, dejaron registro de este valioso fruto, precisando sus cualidades y destacando el delicioso sabor cuando se presenta como una bebida.

En este contexto y desde este espacio arqueológico o en otro que se destine juntamente con la dirección de turismo municipal de Tuxtla Chico, se ofrecerán talleres interactivos para personas de distintas edades, jóvenes, adultos, niños, mediante los cuales aprendan de esa cultura olmeca vinculada con la maya y el vasto patrimonio que legaron. Los talleres estarán diseñados en el sentido de elaborar algún tipo de manualidad en madera, papel, artesanía o dibujo con los jeroglíficos de estas culturas prehispánicas. Puede incluirse un taller de elaboración de bebidas típicas que usen cacao o maíz, como el pozol, el tascalate u otras novedosas. Se activarán los sentidos del tacto, vista y oído.

El segundo día del festival estará dedicado a realizar agroturismo: conocer la producción del cacao, en una visita a las plantaciones del ejido Raymundo Enríquez (RAYEN). Está constituida como una agrupación de productores y productoras de cacao, son 27 productores mexicanos que operan 57 hectáreas en la región del Soconusco, el cultivo del cacao se da principalmente en los municipios de Mazatlán, Tapachula y Tuxtla Chico.

Su plantación se realiza bajo principios de sostenibilidad y reciben asesoría de la organización no gubernamental Rainforest Alliance. En este día se destacará el valor de la actividad agrícola, con un recorrido por las plantaciones se conocerá la importancia del fruto, su valor biológico, los mecanismos de sustentabilidad aplicados al cultivo, los beneficios que otorga como chocolate por sus aportes en antioxidantes, regular la insulina, el control de la presión articular y otros más (Vergara, 2016 citado por Vidal, 2017).

Dentro de este día también con un equipo de jóvenes estudiantes, se organizará el recorrido para que los visitantes, valoren el patrimonio local, los recursos naturales, conozcan cómo el cacao fue enviado a Europa y ha sido aprovechado, pero básicamente, comprendan porqué hay una identidad cultural local, arraigada con este alimento.

Dentro de las actividades en las que podrá interactuar el visitante están:

- El corte del cacao del árbol
- Partir el fruto y probar su pulpa
- Conocer el proceso de transformación de la baya: selección, secado, tostado, molido

Asimismo, se promoverán los siguientes talleres:

- Elaboración del chocolate con técnica artesanal y en combinación de sabores
- Degustación del chocolate artesanal natural y en combinación de sabores
- Taller de bebidas Chocolate con agua, chocolate con leche

Se ofrecerán en ambos días servicios gastronómicos con platillos y bebidas donde el cacao y el chocolate sean los protagonistas.

Se activarán los cinco sentidos del tacto, vista, oído, olfato y gusto.

El tercer día del festival estará dedicado a la experiencia gastronómica también con animación sociocultural donde los visitantes podrán observar distintas posibilidades de preparación de alimentos y bebidas con chocolate. Para ello habrá chefs invitados y la participación de los estudiantes de turismo en apoyo y animación sociocultural para que a través del taller de chocolatería se brinden demostraciones a los visitantes. Recetas con chocolate, desde las tradicionales mexicanas, en platillos como el mole o en bebidas en todas sus posibilidades, es lo que se destacará enmarcado en la narración de historias, leyendas, imágenes o videos que profundicen en impulsar esa cultura de revalorización del chocolate.

Para complementar se podrán organizar concursos de: a) Gastronomía para jóvenes universitarios, impulsando la participación directa de los estudiantes de la licenciatura en gestión turística; b) de fotografía para público en general en torno a este preciado alimento. La invitación a empresas o expositores para presentar sus productos en torno al chocolate tendrán un espacio dedicado. Este tercer día se realizará en un recinto que destine la dirección municipal de Tapachula, se sugeriría el antiguo Palacio Municipal y los espacios de exposiciones del Museo de Tapachula para acercar a la población local al mismo tiempo que al visitante. Se activarán todos los sentidos.

Organización del Programa

Como es un proyecto que está surgiendo de una actividad universitaria y es la primera vez que se realizaría pero con miras a que se efectúe de forma anual, estaría estableciéndose un comité organizador liderado por la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad Autónoma de Chiapas (FCA-UNACH) en trabajo colaborativo con las direcciones de Turismo municipal de Tapachula, de Tuxtla Chico, los socios del ejido Raymundo Enríquez, autoridades del INAH y representantes de las asociaciones de empresas del sector turístico, hoteles, restaurantes, agencias de viaje, como apoyo al programa.

Se trata de organizar diversas actividades:

1.- La FCA-UNACH enlazará las gestiones para establecer el comité que organizará el Festival interactivo Xocolatl: la experiencia que mueve tus sentidos. Se establecerán acuerdos para lograr la participación de todas las instancias señaladas líneas arriba con la observación de que son de carácter enunciativo más no limitativo por lo que si es necesario podrán sumarse más figuras al proyecto.

2..- Conformará y capacitará al equipo de jóvenes que fungirán como animadores en cada uno de los días del Festival Xocolatl. Para ello, hará un trabajo previo de investigación y

narración de las historias que serán compartidas al público desde la historia, la cultura, el valor productivo y la gastronomía del cacao y el chocolate.

3. Definirá de forma conjunta las responsabilidades de forma tal que la dirección de turismo municipal de Tuxtla Chico gestione los espacios a utilizar en el primer día del festival en la zona arqueológica de Izapa y coordine el concurso de fotografía y el taller interactivo. De la misma manera para que la dirección de turismo municipal de Tapachula gestione los espacios para el tercer día del festival, coordine el concurso de gastronomía y ofrezca los premios de este.

4. Acordará con los socios del ejido Rayen, la organización de los recorridos agroturísticos del segundo día del festival y el taller de elaboración del chocolate artesanal.

5. Orientará a los socios del ejido Rayen para mejorar la conformación del recorrido que hoy en día se ofrece, así como de los talleres que pueden ser ofertados a los visitantes.

Sujetos de participación

Para el logro del presente Programa, se organizará a los estudiantes de la Licenciatura en Gestión Turística de los semestres más avanzados. A partir de 7º a 9º semestres tanto de aquellos que estudian bajo el énfasis de Gestión de la planificación turística como aquellos que estudian el énfasis de Gestión empresarial turística. Se trabajará con ellos por etapas:

a) La primera etapa consistirá en integrar 3 equipos de trabajo para identificar perfiles y habilidades de los estudiantes con el apoyo del profesorado que imparte la asignatura de Animación turística. Se seleccionarán a los principales perfiles de acuerdo con las necesidades de animación diaria dentro del Festival Xocolatl. Un cuarto equipo servirá de apoyo a la organización y gestión general del Festival.

b) En la segunda etapa cada equipo realizará actividades específicas de acuerdo con la programación que corresponda a cada día del festival. Se conformarán las historias que serán narradas:

- Primer día. - Narración sobre la historia y cultura prehispánica de Izapa, el origen y uso del cacao, su valor y trascendencia en la época de la conquista española.
- Segundo día. - Narración sobre el valor productivo, agrícola y de comercialización del grano, los esfuerzos de recuperación desde la sustentabilidad y su transformación como chocolate artesanal en la zona de Rayén.
- Tercer día. - Narración sobre la importancia gastronómica del cacao y el chocolate en la cocina mexicana y el uso regional en Chiapas mediante experiencias culinarias presentadas en vivo, para concurso.

c) La siguiente etapa será la de organización y gestión de escenarios, preparación de material para el evento, vínculos con las instancias respectivas que se hará en paralelo con la segunda etapa y en la que participará como colaboradores de apoyo los integrantes del cuarto equipo. En todas las etapas es necesario hacer notar que estará un profesor a cargo supervisando las

actividades. Dentro de las actividades a realizar también se identifican para este grupo las de promoción, difusión, invitación y confirmación de invitados al Festival. Para este trabajo se requerirá de un esfuerzo colaborativo con las direcciones de turismo municipal, representantes de la Asociación Rayen y empresariado específicamente seleccionado.

d) La última etapa corresponde a la operación del Festival para lo cual habrá actividades definidas para todos los equipos. La logística de tiempo, espacios y movimientos será especialmente cuidada para lograr los objetivos por cada día y actividad que corresponda.

Impacto en el programa propuesto

El programa que se propone movilizará a un número importante de jóvenes, entre 20 a 25 estudiantes de los últimos semestres. Por las actividades a realizar se fortalecerán habilidades investigativas, cognitivas, habilidades blandas, así como herramientas y técnicas diversas, dentro de las que destacarán las de animación sociocultural. Por lo tanto, habrá un impacto directo para el fortalecimiento del perfil profesional de cada uno.

De la misma manera, las acciones de vinculación con distintas instancias de los sectores público y privado para la organización y operación del Festival permitirán a la Facultad de Ciencias de la Administración ampliar la vinculación hasta ahora establecida y proyectar más acciones futuras para el corto plazo, donde se involucren proyectos con estudiantes de la licenciatura en Gestión Turística.

La población local y turística que participe del Festival conocerá, disfrutará, tendrá interacción mutua a través de las diversas actividades lúdicas, culturales, de integración física que se lleven a cabo con animación sociocultural, por lo tanto, habrá enriquecimiento y revalorización de las manifestaciones culturales locales en torno al cacao y el chocolate del Soconusco.

Del periodo de realización

El Programa en la figura de Festival pretende que sea una actividad anual que se arraigue en el Soconusco como un atractivo que fortalezca al destino Tapachula y que sume acciones y recorridos en eventos consecutivos.

El Festival puede realizarse en el mes de septiembre puesto que el día dos se celebra el Día Nacional del cacao y el chocolate. Sin embargo, puede explorarse su realización entre los meses de febrero y marzo puesto que es la época de mayor cosecha.

A quien va dirigido

Este Festival tendría un amplio público al que puede ir dirigido: desde el turismo nacional e internacional que visita Tapachula, la población local y de otras partes de la entidad, expertos científicos, productores, estudiosos de este alimento, jóvenes universitarios que estudian turismo y carreras relacionadas. La experiencia gastronómica consiste en realizar recorridos en las fincas cacaoteras de la región del Soconusco. Esta experiencia parte de conocer la forma como se cultiva el cacao.

De los recursos

Serán definidos y establecidos en acuerdo por el comité organizador del Festival correspondiendo a la FCA-UNACH impulsar lo necesario para conformar al grupo de jóvenes de animación sociocultural.

Conclusiones

El Chocolate vinculado a México desde tiempos prehispánicos, es un producto que actualmente goza de una gran aceptación a nivel mundial. A través del tiempo ha sido parte fundamental en la vida de los mexicanos, de su cultura y economía (Camacho, 2021). El chocolate es un atractivo turístico y sirve como insumo para implementar un emprendimiento a partir de la estrategia de la animación sociocultural. Existe interés por parte de los ejidatarios de la comunidad Raymundo Enríquez por diversificarse a través del agroturismo y ampliar los recorridos que actualmente realizan. Su forma de cultivar y transformar el cacao está basada en principios de sustentabilidad respaldados por la organización Rainforest Alliance.

El agroturismo es un segmento de mercado que está creciendo y en el Soconusco existe importante producción agrícola que es posible vincular con este proyecto de animación sociocultural.

La licenciatura en Gestión Turística de la Universidad Autónoma de Chiapas opera dos ejes de formación profesional, el de gestión empresarial turística y el de gestión de planificación turística, por lo tanto, es posible conformar un equipo de jóvenes emprendedores que deseen participar y capacitarse para llevar a la realidad este proyecto.

Un programa de animación sociocultural en la figura de festival especializado es una opción viable para desarrollar una experiencia que articule gastronomía, agroturismo, animación sociocultural y que destaque la cultura, historia, tradiciones del Soconusco tomando como hilo conductor el cacao y el chocolate.

La articulación y suma de esfuerzos de los sectores público, privado, social y académico es fundamental para lograr este proyecto y coadyuvar a fortalecer la oferta de atractivos del destino Tapachula con una ventaja diferenciadora que puede llegar a ser comparativa haciendo del cacao y chocolate el atractivo a destacar: Festival interactivo Xocolatl : la experiencia que mueve tus sentidos.

Referencias

- Arias González, J. (2014). "Un vertiginoso viaje etnohistórico dentro de los "imaginarios alimentarios" en el simbolismo del cacao en México." ("Un vertiginoso viaje etnohistórico dentro de los "imaginarios ...") In *Anales de Antropología* (Vol. 48, No. 1, pp. 79-95).
- Camacho Gómez, M. (2016). Chocolate, museos del chocolate en América Latina. Marketing y Turismo. VinculaTécnica EFAN, 2(1), 3561-3578.
- Camacho Gómez, M. (2017). Museos del Chocolate en Europa: Historia, marketing y turismo. *El periplo sustentable*, (33), 658-689. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362017000200658&script=sci_arttext
- Camacho Gómez, M. (2022). Turismo cultural y gastronómico del chocolate mexicano. *TURPADE*. Turismo, Patrimonio y Desarrollo, (15).
- Camacho Gómez, M., & Mejía Rocha, M. I. (2018). Turismo gastronómico del cacao y el chocolate, tendencias Latinoamericanas. *Gran Tour*, (18), 58-76. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6984425>
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) y Gobierno del Estado de Chiapas, México (2013). La biodiversidad en Chiapas: Estudio de Estado. https://www.academia.edu/33099568/La_Biodiversidad_en_Chiapas_Estudio_de_Estado_Volumen_1
- García Pérez, Ramos Álvarez, Mojena Martínez, Andino Tamayo y Rosabal Gómez: La Animación Sociocultural como alternativa para proyectos de desarrollo cultural, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, marzo 2011, www.eumed.net/rev/cccsl/11/
- Garza del Valle, J.M., & Trejo Leal, M.G. (s.f.) Introducción al campo de la Animación Turística y Sociocultural. Asociación Mexicana de Escuelas de Turismo y Hotelería (AMESTUR).
- Gobierno del estado de Tabasco (s.f.) Ruta del cacao al chocolate [Página web]. <https://tabasco.gob.mx/ruta-del-cacao-al-chocolate>
- Gómez Fernández, R. (2016). La animación sociocultural y turística, presente y futuro del ocio y tiempo libre. Universidad de Cantabria. <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/8998/GomezFernandezRodrigo.pdf?sequence=1>
- Gordillo-Ruiz, M. C. 2013. El cultivo del cacao: una alternativa para la conservación de la biodiversidad pp. 188- 191. En: La biodiversidad en Chiapas: Estudio de Estado. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (conabio) y Gobierno del Estado de Chiapas, México.
- Hernandez Cruz, R. E., Suárez Gutiérrez, G. M., & López Digueros, J. A. (2015). Integración de una red de agroecoturismo en México y Guatemala como alternativa de desarrollo local.
- Hernández-Santana, C., Leyva-Reyes, N., & Parra-Hidalgo, Y. (2021). Recorriendo la cultura por los caminos del turismo: la animación sociocultural en El Hotel Brisas Guardalavaca, Holguín. *Revista Transdisciplinaria de Estudios Sociales y Tecnológicos*, 1(3), 5-11.

- Isidor, J. L., Cuamea, O., & Castillo, V. M. (2017). Aproximación a los Fundamentos de la Animación Turística y Sociocultural. (Primera ed.). Guadalajara, Jalisco, México: Ediciones de la Noche.
- Macías Reyes, R., & Nápoles González, J. O. (2018). La animación sociocultural como recurso cultural para los proyectos de desarrollo sociocultural comunitario. Resultados alcanzados en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (2006-2016). *Didasc@ lia: Didáctica y Educación*, 9(5), 359-378. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6620770>
- Mendoza-López, A., Gallardo-Méndez, R.A. y Avendaño-Arrazate, C.H. (2011). El mundo del cacao (*Theobroma cacao L.*) kakaw (Maya), Cacahuatl (Nahuatl). *Agro Productividad*, 4(2).
- Miranda Ramos, S. (2013). Una experiencia en animación sociocultural situada en un contexto universitario rural de México. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (21), 175-188. <https://www.redalyc.org/pdf/1350/135029517008.pdf>
- Nunes Viveiros, A. L. (2018). Las narrativas del patrimonio y los rieles del desarrollo comunitario local: Una revisión desde la perspectiva del animador sociocultural. *Quaderns d'animació i educació social*, (27), 3. http://quadernsanimacio.net/ANTERIORES/veintisiete/index_htm_files/Narrativas%20del%20patrimonio.pdf
- Ogata, N. 2007. El cacao. *Biodiversitas* 72: 1-5.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura (s./f.) (UNESCO). El cacao en América. Portal de la cultura América Latina y el Caribe. [Página web]. http://www.lacult.unesco.org/cacao/menu_america_03.php?uid_ext=&getipr=&lg=1
- Rasgado Bonilla, G. N. (2018). La importancia de los alimentos artesanales: un análisis a partir de las relaciones socioeconómicas y socioculturales en Tuxtla Chico, Chiapas. [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Chiapas]. Repositorio UNACH.
- Santiago Jiménez, E., & Morfin Herrera, M. D. C. (2011). Diálogo de saberes a través de la actividad turística. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, (21), 31-59. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4046849>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2016). 5 alimentos típicos con chocolate que te conquistarán. Gobierno de México. [Página web] <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/5-alimentos-tipicos-con-chocolate-que-te-conquistaran-65045>
- Secretaría de Turismo de Chiapas (2022). Chiapas espíritu del Mundo Maya. Visit Chiapas. <https://visitchiapas.com>
- Secretaría de Turismo de México (SECTUR) (s./f.) Ruta Gastronómica El misterio y el origen de los mayas: Quintana Roo, Yucatán, Campeche, Tabasco y Chiapas. Centro de Documentación Virtual. SECTUR. <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janum/Documentos/12278.pdf>
- Togán Murillo, L.E. (2015). La animación turística como estrategia de socialización del Patrimonio Cultural del Centro Histórico de Quito (Bachelor's thesis, Quito: UCE). <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6130/1/T-UCE-0009-533.pdf>
- Urquijo, M., & Bullen, M. (2009). Turismo gastronómico y representación de la cultura vasca: sidra y chocolate. *Ankulegi. Revista de Antropología Social*, (13), 55-65.

- Vidal Fócil, A. B. (2017). El Festival del chocolate como estrategia de promoción del turismo cultural en el Estado de Tabasco, México. *International journal of scientific management and tourism*, 3(2), 501-512.
- Zúñiga, A. (2020). Riqueza, prestigio y ofrenda divina: los usos del cacao en el mundo nahua. *Hospitalidad ESDAI*. 37. 35-53.
<https://revistas.up.edu.mx/ESDAI/article/view/2238/1825>

Capítulo 4

Taller de productos regionales para fomentar su conocimiento y consumo por medio de la Animación Turística y Gastronómica Sociocultural en Calpan, Puebla

Mónica Orduña Sosa⁴

Resumen

Una de las problemáticas que viven los empresarios a nivel mundial, es la falta de promoción de sus productos, aunado de la compra a un precio bajo por parte de los consumidores, por lo tanto, a través del tiempo, se diseñaron diversas estrategias para apoyarlos, además de unir esfuerzos con otros aliados como son los artesanos, personal de turismo de la región, colectivos por mencionar algunos. Por lo antes mencionado, como parte de las estrategias está la aplicación de la Animación Turística y Gastronómica, por medio de la cual, se pretende desarrollar talleres con productos regionales de Calpan, Puebla, para fomentar su conocimiento y consumo. Para ello, el proyecto se divide en varias etapas, la primera se describe en este artículo, la cual utiliza una metodología descriptiva para que, en un segundo momento, se trabaje en la aplicación de las propuestas, a las cuales se hacen referencia en este proyecto. Cabe señalar que Calpan, es un municipio que es conocido por ser el principal productor de las frutas, chiles y nogada con los que se prepara el platillo barroco *Chile en Nogada*, el cual es ícono de la Gastronomía Mexicana a nivel internacional. Sin embargo, se encontró que al tener una tierra fértil también se puede cosechar capulín, tejocote, membrillo entre otros productos en el año, por lo que vale la pena fomentar su consumo, pero también sus tradiciones.

Palabras clave: Animación, Turismo, Gastronomía

Introducción

Antecedentes

El municipio de Calpan, Puebla, se encuentra en el Altiplano Central de México, tiene una altitud entre 2200 y 3200 m sobre nivel del mar (INEGI, 2010: citado por López-González *et al.*, 2017, p. 351), cuenta con una cabecera municipal y dos juntas auxiliares: San Mateo Ozolco y San Lucas Atzala (Ver Figura 1. Mapa de Calpan). Tiene una población de 15, 271 habitantes (Data México, 2022), de los cuales el 48% son hombres y el 52% mujeres. Es una población con gran riqueza de tierra para el cultivo, por lo que todo el año tienen producción de distintos alimentos como son el pulque, el capulín, variedades de ciruelas, duraznos, peras,

⁴ Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Facultad de Gastronomía. monica.orduna@upaep.mx

chile poblano, nuez de castilla, maíz, tejocote, entre otros, sin embargo, los mencionados anteriormente son los de mayor importancia en la región.

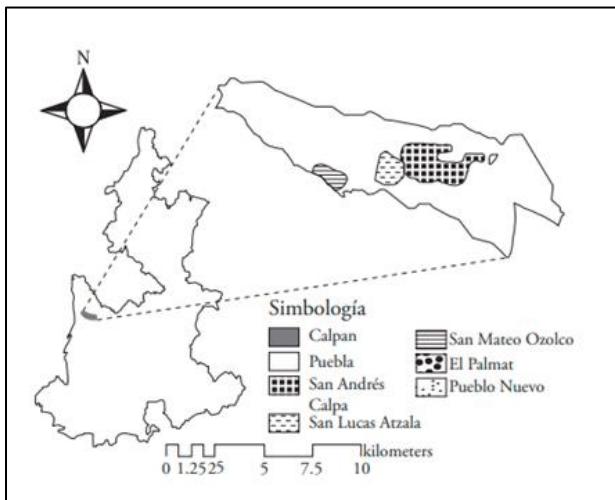


Figura 1. Mapa de Calpan por (INEGI, 2015; citado en López-González *et al.*, 2017, p. 355)

Así mismo, es relevante destacar que Calpan cuenta con un exconvento Franciscano, el cual es Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, además de contar con diversas montañas cercanas para realizar actividades al aire libre.

Planteamiento del problema

A pesar de la cercanía con Puebla capital, Cholula y Huejotzingo, Calpan es una región que requiere mayor difusión y promoción de las bondades que su mismo territorio aporta al estado de Puebla, para que pueda tener un crecimiento en infraestructura, que se incremente el turismo desde diversas aristas como puede ser el deportivo ya que, como se mencionó anteriormente, es cuna de los productos con los que se elabora un platillo típico de Puebla, mismo que es reconocido a nivel mundial.

Solamente se promociona de julio a septiembre, que es la temporada de preparación del Chile en Nogada. Sin embargo, el resto de los meses del año las personas de la localidad suelen dejar perder algunas de sus cosechas por la falta de interés en la compra por parte de los consumidores o bien, al no recibir un pago justo por los distribuidores que venden en la Central de Abasto o en otros mercados cerca de la región.

Por todo ello, es relevante apoyar a los productores y artesanos de Calpan, por medio de la animación turística generando productos turísticos que, tal y como lo menciona Morillo (2011), al proponer proyectos relacionados a incrementar el turismo se fomenta la economía local, mismos que además de ayudar a su población económicamente, pueden crear oportunidades en distintas actividades que se promuevan en la misma entidad.

Justificación

Desde el año 2015 en las Naciones Unidas se firmó a nivel internacional la mejora en distintos rubros en apoyo a todo lo que se vive a nivel mundial, este documento es llamado los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales son 17 y hacen principal énfasis en el desarrollo global para el año 2030. Si bien en años anteriores ya se habían trabajado con objetivos similares, la prioridad era acabar con el hambre, apoyar a los países con más pobreza y alcanzar la cobertura en educación básica a nivel mundial (Gómez, 2017).

Parte de estos trabajos se relacionan a las iniciativas que se promueven en el desarrollo que implica la Animación Turística y Gastronómica Sociocultural, puesto que a través de fomentar actividades lúdicas para los turistas, los conectan con la naturaleza o bien con el patrimonio de la región que visitan, generando experiencias únicas que apoyan a la economía local (Morfin y Santiago, 2016), que puede ser un tipo de economía naranja, esto es “el conjunto de actividades que permite que las ideas se conviertan en bienes y/o servicios culturales e innovadores, cuyo valor económico puede estar basado y protegido en la propiedad intelectual por derecho de autor” (Finlev *et al.*, 2017; citado en González, B, Annayeskha, G, 2020, pp. 451). Por consiguiente, al unir a todos los actores involucrados como son los productores, activistas, gobierno, académicos, sociedad civil y artesanos se pueden incrementar los recursos en Calpan a través de su patrimonio e historia, propiciando la generación de empleo, el apoyo a la sostenibilidad que son algunos de los 17 ODS.

Objetivos

1. Proponer talleres con productos regionales de Calpan, Puebla, para fomentar su conocimiento y consumo.
2. Indagar los productos en Calpan, Puebla que se producen en todo el año, para generar estrategias de Animación Turística y Gastronómica
3. Relacionar las festividades con las actividades de Animación Turística y Gastronómica
4. Elaborar un diagnóstico con los hallazgos obtenidos.

Marco Teórico

Animación Turística y Gastronómica

En primer lugar, hay que comprender los constructos que implican la animación turística y gastronómica, misma que a continuación se describen, Arvizu *et al.* (2014) explican que... la Animación del latín *anima* (alma, vida, principio vital, aliento) se entiende como una acción de estimular y dinamizar algún proceso humano que, sin esta intervención, vegetaría en la pasividad. Esto se puede y conviene aplicarlo en muchos ámbitos; cuando se aplica a la realidad sociocultural de la sociedad tenemos la Animación Sociocultural. Pero para que ésta sea aceptable y positiva ha de tener lugar según ciertas condiciones. Cabe decir que la Animación sociocultural es la acción de impeler a grupos comunitarios a que

espontáneamente participen en la cultura social ambiental, a fin de hacer que ésta, y con ella los individuos, se oriente a la consecución de los verdaderos intereses de la comunidad (56).

Por otra parte, Togán (2015) explica que la animación sociocultural forma parte de la ofertar distintas alternativas a las personas en relación con poder elegir entre diversas actividades que puede realizar en su tiempo libre y que a su vez lo hagan sentir satisfecho.

Mientras que Gómez y Rioseras (2016) señalan que en la animación sociocultural se cuenta con un proceso por el cual las comunidades tienen la oportunidad de desarrollar sus experiencias culturales y sociales, por ende, hay que tomar en cuenta e identificar a la animación como una perspectiva multicultural que se puede estudiar desde diversas áreas tanto histórica, de patrimonio, así como social y de entidad.

Así mismo el Dr. Isidor en una entrevista mencionó que los contactos, la interacción entre las personas enriquece los lazos además de tener aprendizajes en conjunto, por otra parte, describe que la educación universitaria debe ser integral e interdisciplinaria principalmente en temas de Animación Turística y Gastronómica, puesto que en ellas se centran los principios de la recreación, la hospitalidad y la restauración, mismos que forman parte de los puntos focales en la Animación (Rosales 2007).

Por todo lo anterior, hay que comprender lo que se integra al trabajar con la animación turística y gastronómica, como se complementan las disciplinas de la hospitalidad, el turismo y la gastronomía para la generación de proyectos integrales que apoyen al bien común de una sociedad y se complementen fomentando la generación de recursos económicos en una comunidad.

Calpan, Puebla

El nombre de Calpan proviene del náhuatl calli que significa casa y pan que es en o sobre, se encuentra en una zona privilegiada por el tipo de tierra, puesto que en ella se pueden hacer multicultivos como es la manzana panochera, la nuez de castilla, el chile de tiempo o mejor conocido como chile poblano, durazno, pera criolla, granada, al igual que capulín, membrillo y tejocote principalmente (Visit Puebla, 2022).

Cuenta con un exconvento Franciscano del S.XVI protegido por la UNESCO, denominado Patrimonio Cultural de la Humanidad desde el año de 1955, el cual tiene a su alrededor cuatro capillas: una dedicada a la virgen de Guadalupe, otra a San Francisco, una tercera a San Miguel y la cuarta a San Juan. Cabe señalar, que este recinto se encuentra en el corazón de Calpan. Cerca de él se localizan diversas casas de familias con las cocineras tradicionales y artesanos que hacen que la entidad muestre parte de su Gastronomía, además de la protección de su patrimonio y cultura. Comprendiendo que la cultura es “el conjunto de patrones de comportamiento y prácticas que son compartidos por los miembros de una sociedad” (Vera, 2018).

Calpan, cuenta con la ventaja de colindar con Huejotzingo en donde se encuentra el aeropuerto de la ciudad de Puebla, esta cercanía, hace que los turistas vean que es una

oportunidad para sus accesos de llegada, también está cerca de uno de los pueblos mágicos del estado: Cholula, en donde se encuentra una de las pirámides más grandes en longitud a nivel mundial. Aunado a lo anterior el estar a menos de una hora del centro de la capital del estado lo hace más atractivo para la llegada de los turistas.

De acuerdo con la definición de la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura FAO (por sus siglas en inglés Food and Agriculture Organization of the United Nations) la seguridad alimentaria “Existe cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos que satisfagan sus necesidades alimentarias para desarrollar una vida activa y sana”. Esta definición comprende los aspectos e indicadores siguientes: disponibilidad, estabilidad, acceso (físico y económico), utilización, vulnerabilidad y perturbaciones (estabilidad política y seguridad nacional) (Montecinos, 2020). (Figura 2 Sistema de Seguridad Alimentaria Regional Sostenible).



Figura 2. Sistema de seguridad alimentaria Regional Sostenible, por (Montecinos, 2020)

Para comprender con mayor claridad, se describen los conceptos relevantes y que son preponderantes para la aplicación de un taller de Animación Turística y Gastronómica en Calpan con respecto a territorio y recursos: El territorio es la porción de la superficie terrestre perteneciente a una nación, región, provincia, sus recursos son de las sociedades que viven ahí. Deben existir las condiciones geográficas, climáticas, técnicas, usos, costumbres y seguridad para la preservación natural de su producción actual y futura en al menos 25 años. Territorio, caso de estudio Calpan: Centro oeste del Estado de Puebla, los municipios cercanos son Huejotzingo, San Nicolás de los Ranchos y San Pedro Cholula. Se encuentra en la parte alta occidental de la cuenca alta del Río Atoyac.

Es una zona donde se encuentran pozos importantes para abastecer de agua todo el año. Tiene un clima templado. Lluvioso en verano.

Con relación a los Recursos o insumos gastronómicos:

- Chile Poblano
- Nuez de Castilla
- Granada
- Tejocote
- Maíz azul (Ozolco – Baluarte: significa que es protegido por la red de *Slow Food*)
- Manzana panochera
- Ciruela amarilla (peligro de extinción)
- Ciruela roja
- Membrillo (peligro de extinción)
- Capulín
- Pera
- Durazno
- Frijol
- Maíz
- Agave pulquero

Con respecto a la producción disponible y estable, la cual se refiere a que debe existir producción suficiente en el presente, con investigaciones de producción futura (mínimo a 25 años) para la población local con disponibilidad y estabilidad que la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés *Food and Agriculture Organization of the United Nations*). En Calpan, se encuentra la siguiente producción:

- Chile Poblano
- Nuez de Castilla
- Granada
- Tejocote
- Maíz azul (Ozolco – Baluarte)
- Manzana panochera
- Ciruela amarilla (peligro de extinción)
- Ciruela roja
- Membrillo (peligro de extinción)
- Capulín

- Pera
- Durazno
- Frijol
- Maíz
- Agave pulquero
- Tamales de tejocote
- Tostadas de Ozolco
- Sidra
- Pulque
- Licores de frutas (capulín, tejocote)

En este sentido, se observa que Calpan es una región con una biodiversidad integral y variada todo el año, además de contar con zonas protegidas por la UNESCO, lo cual ayuda a crear proyectos que unan las actividades de recreación y animación para el fomento del turismo en la entidad.

Metodología y técnicas de investigación

La metodología en este proyecto es descriptiva del análisis de datos en documentos, entrevistas con aliados estratégicos de la región, así como con productores y cocineras tradicionales. A partir de las lecturas revisadas, el análisis de las entrevistas a productores y otros actores, se obtuvieron resultados para generar una propuesta de valor, así como el taller de Animación Turístico y Gastronómico Sociocultural en Calpan, Puebla.

Parte de las técnicas de investigación que se utilizaron fueron la entrevista, el análisis de datos y la revisión de la literatura. Para el desarrollo de las propuestas se fue trabajando al mismo tiempo el análisis de los datos de las lecturas con los *stakeholders* o también llamados aliados estratégicos. También se tomó en cuenta lo que se ha trabajado en otras áreas de la Universidad con la comunidad para incrementar los esfuerzos, debido a que varias facultades han trabajado en un mismo proyecto que suma al bien común de la comunidad de Calpan, Puebla.

Se hizo un análisis de cada servicio que se oferta, de los productores, cocineras tradicionales, líderes de la comunidad, artesanos todos ellos con la disposición de trabajar en equipo en los distintos talleres a proponer.

Finalmente se hacen las propuestas a las personas de la comunidad, para que den su aprobación y llevar a cabo estos proyectos para su ejecución y ver tangible los talleres en la temporada adecuada y que fomente el turismo en la región.

Presentación y análisis de resultados

Calpan es un municipio que se encuentra a 45 minutos del centro de la capital del estado de Puebla, situada en el Altiplano de México, en Puebla. Cuenta con tierras fértiles para distintos cultivos, sin embargo, presenta ciertas áreas de oportunidad. Para comprender de una mejor manera el diagnóstico a continuación se muestra la Tabla 1. Análisis FODA, el cual se realizó en conjunto con un aliado estratégico quien es un líder social, al igual que con una cocinera tradicional, después de hacer un inventario de la región.

Tabla 1. Análisis FODA

Factores internos	Fortalezas	Debilidades
	F.1 Población interesada en promocionar Calpan F.2 Tiene registro en la UNESCO de patrimonio material de la humanidad: el ex-Convento de San Andrés F.3 Diversidad en los productos agroalimentarios en distintas épocas del año F.4 Productores de los ingredientes del chile en nogada F.5 Casas con espacios grandes para un Airbnb F.6 Cocineras tradicionales F.7 Artesanos	D.1 Falta de promoción de la diversidad de los productos D.2 Migración de los jóvenes que ya no quieren trabajar el campo D.3 Falta de Transporte para accesibilidad D.4 Falta de señaléticas D.5 Pocas actividades recreativas D.6 Campos abandonados por robo

Fuente: Elaboración propia (Orduña, 2022)

Tabla 2. Análisis FODA Factores externos y cruce con factores internos.

Factores externos	FO (MAX-MAX)	DO (MIN-MAX)
Oportunidades O.1 Campos fértiles O.2 Cercanía a un pueblo mágico de Puebla O.3 Espacios para experiencias de animación turística O.4 Actividades agroecológicas de la región O.5 Cerca del aeropuerto de Puebla O.6 Paisaje de los volcanes	FO (MAX-MAX) FO1 Fortalecer el trabajo colaborativo con la creación de un clúster tetrahélice para el bien común de la región (F1,F6,O.2,O4) FO2 Diseño de experiencias gastronómicas para la promoción de los productos agroecológicos de la región (F3,F4,F6, O3,O4,) FO3 Creación de circuitos gastro-turísticos (F1,F2,F3,F4,F5,F6,F7,O2, O3,O4,O5,O6)	DO (MIN-MAX) DO1 Diseño de una propuesta de trabajo colaborativo con el clúster (D1,D5,O1,O3,O4) DO2 Creación de cursos de capacitación para la población: hospitalidad, servicio, normatividades, promoción en medios digitales y redes sociales (D1,D3,D4,D5,O1,O3,O4,O5,O6) DO3 Fomentar los trabajos colaborativos de la población en eventos gastro-

		turísticos (D2,D5,D6,O1,O3,O4) DO4 Involucrar trabajos de investigación gastronómica y en alimentos agroecológicos (D1,D2,D3,D4,D5,D6,O1,O2,O3,O4,O5,O6)
Amenazas A.1 Situación política A.2 Seguridad A.3 Problemas ambientales	AF (MIN-MAX) AO1 Proponer la participación de SECTUR en el clúster (A1, F1,F6,F7) AO2 Generar un plan de trabajo en prevención de los campos y seguridad alimentaria (A2,A3, F1,F3,F6) AO3 Diseño de cursos de capacitación continua en seguridad alimentaria (A2,A3,F1,F3,F4,F5,F7)	AD (MIN-MIN) AD1 Investigar de programas de apoyo para el campo (A1,D2,D6) AD2 Fomentar la investigación en problemas agroecológicos (A2A3 D5,D6) AD3 Investigar permisos para señaléticas en la región (A1,A2,D1,D3,D4)

Fuente: Elaboración propia (Orduña, 2022)

Así mismo, se realizó un inventario de servicios que se tienen en la entidad, para identificar con lo que se cuenta y se puede ofrecer a los turistas, así se muestra en la Tabla 3. Servicios en Calpan.

Tabla 3. Servicios en Calpan

Servicio	Sí	No	Especificaciones
Servicio de salud:			
Hospital	X		Centro de salud (salubridad)
Clínica	X		No certificada (2 especialistas)
Consultorios médicos	X		6 establecidos
Laboratorios		X	Solo realizan toma de muestra en centro de salud y clínica
Farmacias	X		3 (1 con ubicación céntrica)
Servicio de urgencias y ambulancia	X		Centro de salud (1 ambulancia, no en óptimas condiciones)
Bioseguridad turística y sanitaria			
Bioseguridad turística y sanitaria	X		Los habitantes de Calpan han tomado las medidas sanitarias establecidas por las autoridades, sin embargo, tras la muerte del

			tesorero no hay quien regule dichas medidas actualmente.
Stakeholders empresas aseguradoras			
Empresas aseguradoras		X	No hay empresas aseguradoras, agencias de turismo cubren seguros y asistencia para el viajero
Stakeholders empresa de protección civil			
Protección civil	X		Protección civil: al ser zona de riesgo, al ubicarse a 16.5km de distancia de volcán. Calpan es ruta de evacuación de San Nicolás y Xalizintla
Servicios comunidad receptora			
Bancos		X	
Cajero automático	X		1 cajero ATM en de presidencia
Seguridad policiaca	X		
Brigadas de rescate	X		Establecidas y organizadas con protección civil
Servicio de automotor	X		2 establecimientos (poca necesidad)
Estación de gasolina		X	Disponible en cercanías, más no en Calpan
Estacionamientos	X		Mala infraestructura
Grúas		X	
Servicios sanitarios públicos		X	
Lavanderías		X	
Comercios turísticos		X	
Comunicaciones digitales wifi		X	
Terminales de transporte		X	
Servicios religiosos	X		

Fuente: Elaboración Propia (Orduña, 2022)

Como se observa en la tabla 3, existen áreas de oportunidad que se pueden trabajar en conjunto con un *clúster* que apoyen a la comunidad y se fortalezca en las áreas, sin soslayar a las comunidades cercanas que sí cuentan con esos servicios. Por ello, se determinó que Calpan se puede promocionar en cualquier época del año, a través de la propuesta de Talleres de Animación Turística y Gastronómica Sociocultural.

En el diagnóstico realizado en la comunidad de Calpan, se identificaron fortalezas entre las cuales se encuentra que cuentan con un exconvento (exconvento San Andrés) catalogado por la UNESCO como patrimonio material de la Humanidad. Además de sumar la zona agrícola de productos para elaborar un platillo barroco y tradicional de la Gastronomía Poblana: El Chile en Nogada, sin minimizar los demás productos, con los cuales se pueden preparar

diversos platillos o bebidas como son mole, tinga, adobos, atoles, sidra y pulque, puesto que tienen producción de tejocote, manzana, agave pulquero, durazno y capulín.

De acuerdo con uno de los objetivos en este trabajo de investigación, que es el de “Indagar los productos en Calpan, Puebla, que se producen todo el año para generar estrategias de Animación Turística y Gastronómica”, se detectaron una diversidad de ingredientes. Sin embargo, se tuvo una entrevista con una de las aliadas estratégicas del lugar, quien comentó lo siguiente:

...en Calpan todo el año se tiene producción de muchos alimentos, pero entre los que más destacan para poder apoyar en la difusión de esta localidad la describiré a continuación: empezando en Febrero-Marzo hay gran producción de pulque, después de marzo a abril se cosecha muy bien el capulín, en abril y mayo hay gran variedad de los tres tipos de ciruelas, después viene una época muy importante para Calpan, pues es la preparación de los ingredientes del famoso platillo ícono de Puebla y México, El Chile en Nogada, dicho esto, de junio a septiembre es buena época para cosechar los duraznos y peras, a partir de julio a septiembre también el chile de tiempo o mejor conocido como chile poblano y la nuez de castilla, terminando el año con la cosecha de tejocote de octubre a diciembre (Andrade Cruz, 2022).

En otra entrevista con Doña Hilda Cruz (2022), quien es representante de la Cooperativa Sabores de Calpan, compartió que

...existen varias festividades en la comunidad, sin embargo, la más reconocida a nivel regional y nacional es la del 28 de agosto, de San Agustín por los Chiles en Nogada. Tradición que año con año, lleva a las cocineras regionales a compartir sus experiencias y conocimientos con otras comunidades, en restaurantes, realizan ferias, aprovechan para capacitar en conjunto con autoridades de la región a las cocineras para que puedan cumplir con todos los requisitos que se solicitan, especialmente los de salubridad, así las personas que consuman un chile en nogada en Calpan estén con la seguridad que fue preparado con las mejores prácticas de higiene”. Les comarto que tenemos otras ferias patronales, tomando en cuenta las otras juntas auxiliares, como es la feria del mole de San Lucas Atzala, o la de San Mateo Ozolco que organizan la feria del pulque en el mes de marzo, sin embargo, me voy a enfocar a San Andrés, que es donde estamos ubicados en este momento y es el 30 de noviembre, en donde uno de los productos icónicos es el tejocote, con el cual se suelen preparar infinidad de platillos como son los tamales, tinga, atole, guisados y postres, entre otras más preparaciones que realizan las cocineras tradicionales de Calpan.

Así mismo, Andrade Cruz, compartió una propuesta para fomentar el turismo en esta región de Calpan, para complementar las experiencias gastronómicas, donde puedan sumarse talleres artesanales con productos de la región y también con el apoyo de artesanos que se suman a estas actividades, mismas que se describen en la siguiente figura Artesanías Calpan:

	<p>Producto: Artesanías con Ocoxal</p>
	<p>Descripción del producto:</p> <p>El ocoxal son hojas o agujas que se desprenden de dos variedades de pino. Estas hojas las recogen cuando ya se han caído del árbol y adquieren un color café; aunque también cortan la hoja verde, misma que sirve para darle contraste al producto que elaboran. La recolección de las hojas se hace a finales de noviembre hasta marzo, para poderlo trabajar, antes no porque está manchado por la lluvia y después tampoco, porque está muy tierna. La imaginación es parte fundamental para la elaboración del producto, que puede ir desde unos aretes hasta una lámpara, en esta artesanía no hay límite para la elaboración de alguna pieza.</p>
	<p>Temporada:</p> <p>Esta actividad solamente podría realizarse entre noviembre a marzo, para poder trabajar con el ocoxal y los artesanos, por su temporalidad.</p>
<p>Fuente de fotografías: Tlahuapan. Poblanas transforman el ocoxal de los pinos en artesanías. Milenio: https://www.milenio.com/cultura/tlahuapan-poblanas-transforman-ocoxal-pinios-artesanias</p>	

Figura3 . Artesanías Calpan.
Fuente: Orduña, Andrade, 2022

	<p>Producto: Artesanías con piedra volcánica del Popocatépetl</p>
	<p>Descripción del producto:</p> <p>La piedra volcánica es uno de los materiales más usados México. La textura rocosa y el color que ofrece el también llamado recinto dan lugar a infinitas posibilidades en las artesanías y en el diseño industrial. Desde que vemos o tocamos la roca volcánica, ésta inmediatamente nos lleva a imaginar la época prehispánica de dónde proviene, los volcanes que la ven nacer o las manos de los artesanos que dedican sus días a realizar piezas sin igual. Los artesanos se dedican a extraer la piedra volcánica en el llamado “Saque de piedra”, canteras donde se pueden encontrar piezas grandes y funcionales para crear objetos impresionantes. La diferencia entre una piedra que puede funcionar bien para la artesanía o diseño y otra que no es la cantidad de granillo que esta contiene.</p>
<p>Fuente de fotografías: De piedra volcánica a utensilios de cocina. Sol de Puebla: https://www.elsoldepuebla.com.mx/local/e-stado/de-piedra-volcanica-a-utensilios-de-cocina-8184730.html</p>	<p>Actividad:</p> <p>Visitar a los artesanos para mostrar el proceso de los productos que se pueden realizar con piedra volcánica.</p>

Figura 4. Artesanías Calpan
Fuente: Orduña, Andrade, 2022

	<p>Producto: Artesanías con Totomoxtle</p>
 <p>Fuente de fotografías: Arte en hojas de maíz: totomoxtle. Revista Espíritu Aventurero https://revistaaventurero.com.mx/aventourarte/arte-en-totomoxtle/</p>	<p>Descripción del producto:</p> <p>El totomoxtle, conocido comúnmente como la cáscara u hoja que cubre la mazorca, se usa normalmente por los campesinos para dar de comer a los animales, otro de los usos más comunes es para la elaboración de los tradicionales tamales, pero se han descubierto muchos beneficios en el arte de las manualidades que se pueden obtener de esta hoja, así las personas obtienen un mejor desarrollo económico para el progreso del núcleo familiar. Sus creaciones y colores son un reflejo de la cultura tradicional mexicana; sus lienzos, han creado las figuras menos pensadas, siendo las más populares, las muñecas, flores, coronas navideñas y vírgenes</p>
	<p>Actividad:</p> <p>Trabajo de la mano del artesano para mostrar sus obras y poder realizar una artesanía propia, desarrollando la creatividad al utilizar hojas de totomoxtle.</p>

Figura 5. Artesanías Calpan
Fuente: Orduña, Andrade, 2022

 <p>Fuente de fotografía: El ayuntamiento de Puebla fomenta la cultura del reciclaje. Revista Derecho digital https://revistaderechodigital.com/angelopolis/el-ayuntamiento-de-puebla-fomenta-la-cultura-del-reciclaje/</p>	<p>Producto: Artesanías con Material Reciclado</p> <p>Descripción del producto:</p> <p>Elaborar artículos con materiales reciclados tiene un impacto positivo en el medio ambiente, evitando la producción de nuevos productos para el consumo, en los que, a su vez, las empresas invierten más recursos. Entre los beneficios para el medio ambiente del arte reciclado destacan, su contribución al aprovechamiento y la extensión de la vida útil de los materiales y, como consecuencia de esto, a la disminución del número de residuos. En la comunidad hay un artista plástico que trabaja dando talleres a los miembros de la misma para incentivar a creaciones a partir de reciclar, las creaciones que se han realizado en su taller son un reflejo de la cultura tradicional mexicana.</p> <p>Actividad:</p> <p>Trabajo de la mano del artesano para mostrar sus obras y poder realizar una artesanía propia, fomentando la creatividad y todo lo que se puede hacer con material reciclado.</p>
--	---

Figura 6. Artesanías Calpan
Fuente: Orduña, Andrade, 2022

Como se ha descrito anteriormente, Calpan, es un municipio que tiene muchos elementos para promover el desarrollo de la región y apoyar a su comunidad, en este tenor y en relación a la Animación Turística y Gastronómica, se encontró que al ser actividades que apoyan el fomento de la economía circular de la región, se observó que en la región de Calpan se pueden realizar distintos talleres por medio de productos y estrategias que fomenten la visita de turistas, logrando de esta manera que más personas conozcan el patrimonio de la zona, dando como resultado el crecimiento económico de los pobladores de esta región y sus juntas auxiliares.

Propuesta

Después de la revisión de la literatura, se encontró que se pueden desarrollar talleres de productos regionales de la zona de Calpan, Puebla, utilizando la Animación Turística y Gastronómica Sociocultural, y que se pueden promover en distintos Hoteles tanto en la ciudad de Puebla, Cholula y en el módulo de información del aeropuerto de Huejotzingo.

Sí bien ya se cuenta con algunos proyectos desarrollados como son las Leyendas de Calpan, resaltando que esta propuesta fue realizada en una clase de Proyectos Sociales en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) por estudiantes de las licenciaturas de Administración y Hospitalidad, con apoyo de docentes expertos en el área junto con los aliados estratégicos de la región, especialmente los líderes de la cooperativa de los Saberes y Sabores de Calpan.

Entre las propuestas a promover son los recorridos al campo donde se encuentran las producciones de los frutales, chiles, maíz, de acuerdo con la temporalidad de cada producto, haciendo recorridos guiados, recolección del producto, para que posteriormente se puedan cocinar directamente en un taller de cocina, aprendiendo a cocinar con la Cocinera Tradicional, explicando parte de la historia de la región y del producto.

Otra propuesta es el recorrido al exconvento, en conjunto de un taller artesanal con hojas de totomoxtle, complementado de elaboración de tortillas con maíz de la región, explicando la importancia de la nixtamalización, su origen, utilidad, beneficios a la salud y su importancia en las Gastronomía Mexicana.

Parte de las propuestas es el fomento de las actividades deportivas, al tener cerca montañas y diversificación de campos, el realizar recorridos en bicicleta, teniendo la Animación turística y gastronómica a partir del fomento de la salud y el ejercicio con recorridos o circuitos gastronómicos que en conjunto suman al turismo deportivo.

Un ejemplo de circuito es el que se muestra en la Tabla 4 que es Circuito multidestino Chile en Nogada:

Tabla 4. Circuito multidestino Chile en Nogada

Hotel Marqués del Ángel en Puebla, Puebla	Registro en el hotel Marqués del Ángel	7:30-8:00
	Salida a Calpan	8:30
Calpan	Llegada a Calpan	9:30
	Desayuno en Calpan con explicación de Cocinera Tradicional	9:40 – 11:00
	Recorrido y recolecta de los productos del chile en nogada: chile, nogal, durazno, pera	11:15 – 14:30

Bajada al río y snack	14:30 – 15:30
Taller del chile en nogada con cocinera tradicional	16:00 – 17:30
Comida	17:30 – 19:30
Regreso al Hotel Marqués del Ángel	20:30

Fuente: (Orduña, 2022)

La tabla anterior solamente describe las actividades a realizar durante el circuito, sin embargo, se tiene propuestas de formatos para llevar el control de cada actividad, mismos que se muestran en la sección de anexos de este trabajo, entre los cuales se encuentran el registro de las actividades, el formato de descripción de las actividades, así como otro formato para seguimiento a la actividad para medir la satisfacción de los visitantes.

Todos estos talleres, se trabajarían con hoteles que puedan colaborar directamente con los productores o bien con las cooperativas como Saberes y sabores de Calpan, para que más turistas conozcan la región con todas las medidas de seguridad y que en algún momento las cocineras tradicionales también puedan impartir talleres gastronómicos directamente en estos establecimientos para animar a los turistas para ir a la región y capacitarse en un taller completo de los descritos anteriormente.

Conclusión

El conocer la relevancia que cobra cada vez más la Animación Turística y Gastronómica, es de suma importancia para las futuras generaciones que se dedican a la hospitalidad, debido a que no solamente promueven que la economía de la comunidad se mueva entre sus ciudadanos, sino que además fomenta el que más personas conozcan zonas o regiones de su misma localidad a través de actividades en familia que apoyan a la convivencia, especialmente a la recreación, logrando de esta manera tener actividades multidisciplinares y atractivas para todos los miembros de la familia creando lazos y experiencias únicas.

Al unir saberes y talento, se pueden crear proyectos tangibles que promuevan el patrimonio de una región como lo es Calpan con su riqueza Gastronómica, Cultural y Turística, que al mismo tiempo genera recursos para que la misma comunidad se desarrolle cada vez más y no se pierdan ciertos cultivos o productos en peligro de extinción, por tal motivo, es preponderante que cada vez más los estudiantes se involucren en estos procesos con la guía de los docentes y de las personas de la misma comunidad.

Para concluir, es indispensable en continuar con la etapa dos del proyecto para fomentar los trabajos construidos a partir del análisis descrito junto con la propuesta de unir actividades en la región para atraer turismo regional, local, nacional e internacional.

Referencias

- Arvizu López Bertha Alicia; Nares González Ma. Lourdes y López Sánchez Roberto. (2014). Animación sociocultural para los museos y la inclusión de los adultos mayores. *Revista Educateconciencia*, 4 (4), pp. 48-63
- Gómez Fernández Rodrigo, Rioseras Luis Angel; (2016). La Animación Sociocultural y Turística, presente y futuro del ocio y tiempo libre. Universidad de Cantabria.
- Gómez Gil Carlos (2017). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica. Papeles de relaciones ecosociales y cambio global, 140, pp. 107-118
- González, B, Annayeskha, G. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias Social XXVI*, 4, pp. 450-463
- López-González J.Luis: Álvarez-Gaxiola J.Felipe; Rappo-Miguez Edith; Damián-Huato M.Ángel; Méndez-Espinosa J.Arturo; Paredes-Sánchez J.Alberto (2017). Huertos Familiares y Seguridad Alimentaria: El caso del municipio de Calpan, Puebla, México. *Revista AS y D 16*; pp 351-371
- Montecinos, A. (diciembre de 10 de 2020). Clínica "Destino Turismo Gastronómico: Bioseguridad, Competitividad y Regeneración". México.
- Morillo Moreno, Marysela Coromoto (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Visión Gerencial, 1 pp. 135-158
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2022). Consultada el 2.11.22, página <https://www.fao.org/home/es>
- Periódico El Sol de Puebla (s.f), Consultado el 27 de febrero de 2023, página: <https://www.elsoldepuebla.com.mx/local/estado/de-piedra-volcanica-a-utensilios-de-cocina-8184730.html>
- Revista Derecho Digital (s.f), Consultado el 27 de febrero de 2023, página: <https://revistaderechodigital.com/angelopolis/el-ayuntamiento-de-puebla-fomenta-la-cultura-del-reciclaje/>
- Revista Espíritu Aventurero (s.f), Consultado el 27 de febrero de 2023, página: <https://revistaaventurero.com.mx/aventourarte/arte-en-totomoxtle/>
- Revista Milenio (s.f), Consultado el 27 de febrero de 2023, página: <https://www.milenio.com/cultura/tlahuapan-poblanas-transforman-ocoxal-pinos-artesanias>
- Rosales Herrera Rodolfo (2007). Entrevista a Dr. José Luis Isidor Castro. Universo de la Tecnología. ISSN: 2007-1450
- Santiago Jiménez a. Evelinda; Morfín Herrera Ma. Carmen. (2016). Animación Turística para el diálogo de saberes. Puebla: Fundación de las Américas Puebla.
- Togán Murillo Liliana Elizabeth. (2015). La animación turística como estrategia de socialización del patrimonio cultural del centro histórico de Quito. Tesis de pregrado.
- Vera Baez, Paola Jeannette, Zocchi Dauro, Malda Barrera Guadalupe Xóchitl. El Arca del Gusto en México. Puebla: UPAEP
- Visit Puebla de Gobierno del Estado de Puebla, recuperado el 1.11.22, en la página: <https://www.visitpuebla.mx/es/municipios-turisticos-de-puebla/calpan>

Data México (2022). Página Gobierno de México, Consultado el 30 de octubre, 2022, sitio:
<https://datamexico.org/es/profile/geo/calpan>

Anexos

Anexo 1. Formato para control de las actividades:

Ítem	Fecha de la actividad	Nombre de la actividad	Responsable	Taller/Circuito/Taller y circuito /Taller en el hotel	Precio de la actividad	Productores involucrados

Anexo 2. Formato desarrollo Actividades en Calpan

Fecha de elaboración: _____

Nombre de la actividad:

Nombre de la persona que propone la actividad:

Objetivo de la actividad:

Capacidad de personas que se pueden recibir: _____

Fecha solicitada para la actividad: _____

Tipo de actividad:

Taller

Circuito

Taller y circuito

Taller en el Hotel

Descripción de la actividad:

Recursos para utilizar:

Cantidad	Recurso	Observaciones

Inversión: _____

Costo de la actividad: _____

Responsables de la actividad:

Anexo 3 Seguimiento a talleres

Nombre del cliente	Fecha de la actividad	Nombre de la actividad	Seguimiento post-taller	Comentarios

Capítulo 5

Animación Sociocultural, estrategia para preservar la identidad y el patrimonio del Valle del Mezquital a través de la Ruta del Maguey

Edith Carmina Sánchez Trejo⁵

Resumen

La siguiente propuesta fomentará la preservación del maguey en el Valle del Mezquital, mediante el uso sustentable, así como la difusión de los productos derivados de éste y su importancia de preservar dicha producción como parte del legado cultural de las comunidades beneficiadas, sumado a ello, permitirá garantizar el acceso a la utilización de tecnologías e incorporación a redes de comercialización que favorezcan al turismo rural como una actividad complementaria, ofreciendo una serie de beneficios sociales, culturales, económicos y ambientales a través de una ruta; que brinde la posibilidad de preservar la identidad de los habitantes, así como la generación de fuentes de ingresos adicionales. Se realizó una investigación exploratoria ya que se pretende comprender los sentimientos y puntos de vista de quienes participan en la elaboración de artesanías, platillos prehispánicos a base de maguey. Los resultados preliminares demuestran la potencialidad con los que cuenta el Valle del Mezquital, la disponibilidad de la comunidad receptora para la práctica de actividades turísticas y el interés de la demanda. La propuesta de Animación Sociocultural ayudará a contribuir al conocimiento del agave pulquero, así como difundir sus productos derivados, buscando hacer conciencia en la población de la importancia histórica, gastronómica y cultural del maguey

Palabras clave: Ruta, tradición, preservación.

Introducción

El ancestral maguey pulquero ha sido utilizado desde la época prehispánica y forma parte de nuestra identidad, cultura, tradiciones y, junto con varios de sus derivados, es ícono del país; sin embargo, su importancia trasciende en el ámbito agrícola y reside en un sinfín de usos, no limitados a la actividad humana, por lo que de no preservarse se corre el riesgo de extinguirse. La importancia cultural y económica de los magueyes se remonta a los mexicas, para quienes era una planta sagrada, que representaba a la diosa Mayahuel, de cuatrocientos pechos con los que alimentaba a sus cuatrocientos hijos. Los españoles lo llamaron: “el árbol de las maravillas” al constatar la variedad de usos dados por los antiguos mexicanos, que además de utilizarlo en la construcción, como cercas vivas y como planta de ornato, lo

⁵ Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital. Programa Educativo de Turismo. esanchezt@utvm.edu.mx

transformaban cotidianamente en vestido, calzado, armadura, alimento, medicina, fibra (ixtle), papel, agujas y punzones, forraje y combustible (González, 2014).

En la región del Valle del Mezquital, el maguey es parte de la flora silvestre que se cultiva gracias a los beneficios que aporta, siendo así un recurso rico y valioso. Para los productores, forma parte de las estrategias económicas y alimentarias, su uso comercial representa el principal sustento familiar en virtud de que son muchas las personas que se dedican a la producción o extracción. Por otra parte, el maguey también es ejemplo de “arte” ya que engloba la fabricación de productos y/o platillos elaborados con este elemento de la región sin olvidar la importancia espiritual, cultural o religiosa que los habitantes le dan.

Aprovechando el amplio patrimonio con el que el país cuenta, es necesario diseñar estrategias que permitan el desarrollo de la región, es por ello que se pretende reanimar orígenes de la cultura otomí y revalorizar la riqueza artesanal, para que futuras generaciones no pierdan la esencia de sus raíces y se den cuenta que la vida tiene toda una historia detrás de ella.

Planteamiento del problema

Los productores del pulque enfrentan el desafío que les presenta la incursión de productos altamente destilados, como el tequila; la falta de capacidades de desarrollo traducidas en la carencia de transferencia de tecnología para el mejoramiento de las prácticas de producción, adopción y adaptación de sistemas de acopio, comercialización y financiamiento (Amador, 2017).

Esta industria es tradicional en la zona y tiene gran importancia económica en virtud de que son muchas las personas que a ella se dedican, pero dicha explotación en beneficio del consumo ha sido alarmante en los últimos años, pues un estudio por la Secretaría de Desarrollo Agropecuario (SEDAGRO), comprobó que la región había perdido un 60 % del maguey en las últimas dos décadas y que solo quedaban 2 millones de plantas de maguey (González, 2014).

Las principales causas de la pérdida de magueyes son la transformación y el deterioro de su hábitat natural y el excesivo comercio ilegal. Es importante que no se compren plantas silvestres sin conocer si su procedencia es legal, debido a que los magueyes son una parte importante del patrimonio natural y cultural del país (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad [CONABIO, 2014]).

Reconociendo este problema, se presenta la intención de generar actividades que incidan en la conservación de esta especie para contribuir a su conservación y aprovechamiento sustentable como patrimonio de esta región, por medio de un plan sustentable que aporte conocimiento y desarrollo en la vida social; así mismo, preservarlo para alargar su vida y la economía se siga manteniendo. También un punto importante para la población de la región del Valle del Mezquital es la preservación y el aumento en la identidad social y cultural que el maguey les da a sus habitantes, porque, así como sustento, ingreso económico y fuentes de trabajo, es la imagen de la cultura otomí.

Justificación

En el Valle del Mezquital, el maguey forma parte de una economía básica a nivel familiar. La importancia del cultivo de maguey no radica únicamente en la producción de la bebida, se presenta también una sostenida relación de compra–venta de la planta, dada entre el grupo de campesinos dedicado a la elaboración de pulque y el que trabaja en su cultivo.

El maguey como valor de cambio, representa un medio de sustento parcial y total. Si la venta de un producto es ocasional y no cubre la demanda de los individuos se dice que su valor es parcial.

En la mayoría de los productores de maguey del Valle del Mezquital constituye el principal aporte económico de la unidad familiar ya que los ingresos se derivan de la producción de maguey, extracción de aguamiel, pulque, ixtle, artesanías de fibra de ixtle y pencas. También este sistema tradicional de comercialización permitió el desarrollo de la actividad pulquera, el aprovechamiento de la piña seca como abono de las nuevas plantaciones de maguey y la elaboración de utensilios a base de fibra de maguey o ixtle para venta o autoconsumo.

Por lo anterior, se presenta la propuesta del turismo rural, a través de una ruta turística agroalimentaria que tiene la intención de rescatar, promover, difundir el cultivo del maguey y sus productos derivados, así como obtención tradicional del pulque a nivel de pequeños productores artesanales, enfocada a la promoción y desarrollo de la actividad primaria, motivo de identidad del territorio, que brinde la posibilidad de preservar la identidad cultural, así como de generar una fuente de ingresos adicionales.

El proyecto sobre el arte del maguey comenzará con la trascendencia que el hombre ha dado al fruto que éste posee, desde la extracción del ixtle hasta las artesanías elaboradas con este material, también el arte gastronómico que la gente ha revolucionado con el paso del tiempo para la preparación de platillos típicos de la región del Valle del Mezquital a base de esta planta como elemento fundamental.

La actividad turística posee una gran capacidad para el desarrollo comunitario; esto se puede lograr a través de proyectos turísticos planeados de acuerdo a los propios parámetros culturales de los habitantes locales, tomando en cuenta sus prioridades y respetando sus costumbres y formas de conocimiento; es primordial que las comunidades rurales e indígenas de los destinos con vocación turística trabajen bajo un modelo de inclusión que les permita, en su propia búsqueda para alcanzar mejores niveles de vida, optar por hacer del turismo una actividad complementaria a sus actividades tradicionales de uso primario del campo (Sarasa, 2020); ofreciéndoles un beneficio económico, conservar su identidad cultural, proteger sus lenguas, sus saberes tradicionales, exigir sus derechos y ayudar a conservar su entorno.

Objetivo general

Desarrollar una propuesta de animación sociocultural, para fomentar el rescate del maguey en el Valle del Mezquital, mediante el uso sustentable, así como la difusión de los productos derivados de este y su importancia.

Objetivos específicos

- a. Preservar la identidad cultural a través de recorridos y eventos programados, a través del diseño de la ruta del maguey.
- b. Integrar a los miembros de la comunidad, de manera especial a los jóvenes, en un proyecto generador de ingresos adicionales para sus familias que ofrezca beneficios sociales, culturales, económicos y ambientales
- c. Promover el pulque como elemento clave en la gastronomía a través de elaboración de bebidas o platillos.
- d. Difundir la importancia del uso sustentable del maguey, a través de la muestra de su proceso
- e. Llevar a cabo investigaciones de campo para la recolección de información, mediante el registro de los conocimientos tradicionales de la elaboración de productos artesanales.
- f. Diseñar actividades experienciales de concientización para impulsar el cuidado y preservación del maguey.

Marco teórico

La actividad turística posee una gran capacidad para el desarrollo comunitario; esto se puede lograr a través de proyectos turísticos planeados de acuerdo a los propios parámetros culturales de los habitantes locales, tomando en cuenta sus prioridades y respetando sus costumbres y formas de conocimiento; es primordial que las comunidades rurales e indígenas de los destinos con vocación turística trabajen bajo un modelo de inclusión que les permita, en su propia búsqueda para alcanzar mejores niveles de vida, optar por hacer del turismo una actividad complementaria a sus actividades tradicionales de uso primario del campo (Sarasa, 2020); ofreciéndoles un beneficio económico, conservar su identidad cultural, proteger sus lenguas, sus saberes tradicionales, exigir sus derechos y ayudar a conservar su entorno.

El turismo rural se adhiere a esta propuesta; minimizando los impactos en respuesta al uso de los recursos naturales, procurando la conservación de la cultura y tradiciones, hecho que se ha convertido en uno de los requisitos que el mercado ha impuesto para aumentar la competitividad y la rentabilidad de los territorios turísticos (SECTUR, 2017). Incluye la realización de actividades como talleres artesanales, gastronómicos, de dialectos, vivencias místicas, agroturismo y etnoturismo, entre otras.

Ofrece al visitante una experiencia de aprendizaje y participación activa a través de recorridos en los sitios; descubriendo con calma los pequeños detalles de cada lugar; estableciendo contacto con la gente local, conociendo su cultura, disfrutando del paisaje, degustando la comida local y entrando en contacto con la naturaleza.

Para el caso del diseño de rutas turísticas agroalimentarias, es necesario reconocer como patrimonio principal al alimento, formando parte de la identidad de los pueblos; aunado a la condición de que el modo de apreciar la comida por parte de los visitantes se ha modificado, ahora los viajeros rompen profundas barreras culturales probando platos con colores y sabores locales; esta búsqueda experimental convierte al turismo en un fantástico campo de introducción de nuevos productos en el mercado. (Bringas, 2018).

Las Rutas como itinerarios turísticos que ofrecen servicios, productos que permiten recorrer y explorar lúdicamente la cultura y la historia de aquellos alimentos embebidos de la identidad de la región que representan; exponiendo en primer plano el significado simbólico de los alimentos. Bringas (2018) propone pasar de visión del alimento como simple facilitador de la experiencia turística a la de considerarlo como recurso cultural de carácter focal. Afirma que los turistas constituyen uno de los principales factores de la demanda de los alimentos regionales y también un componente sustantivo para la promoción de los alimentos y los productos agroalimentarios del territorio.

Estas rutas se diseñan en las comunidades campesinas que mayoritariamente tienen agricultura o ganadería de subsistencia; auto gestionados por los habitantes de la comunidad; con estos proyectos se busca actuar a favor de la salvaguarda de los productos locales y de las producciones tradicionales; fomenta un nuevo modelo de apoyo a la agricultura, fundado en los conocimientos y tradiciones locales, capaz de ofrecer perspectivas complementarias de desarrollo incluso a las regiones más deprimidas. (Bureo, 2020).

Para el diseño de las rutas turísticas no se deben dejar de lado las premisas proporcionadas por Lacki (2018), en las que asegura que el desarrollo rural depende mucho más de la adecuada capacitación y asesoría de los agricultores que de la abundancia de sus recursos; es decir, del “cómo hacer” que del “con qué hacer”.

De igual forma, propone comprender que gran parte de los problemas de los agricultores pueden ser resueltos por ellos mismos con la condición de que reciban una capacitación técnico-empresarial orientada a producir resultados económicos y no solo a ejecutar actividades; en donde la solución se base en la eficiencia tecnológica y gerencial de los agricultores y la fortaleza organizativo-empresarial de las comunidades, hechos que permiten contrarrestar en gran parte la escasez de recursos materiales y financieros de los productores rurales y la insuficiencia de apoyo gubernamental, que en muchas ocasiones se presenta en nuestro país.

Estas rutas son valiosas para aquellas regiones que cuentan con alimentos con un valor de identidad; por lo que su diseño se debe considerar como un aporte al desarrollo de la producción local, y la búsqueda de mejorar el nivel socioeconómico de las comunidades, bajo una óptica de sustentabilidad. (Barrera y Bringas, 2018).

Marco metodológico

Se trabajará mediante la Metodología Marco Lógico (Ortegón, 2015), que se puede aplicar para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos turísticos.

El producto será la Matriz del marco lógico, la cual resume lo que el proyecto pretende hacer y cómo lograrlo, cuáles son los supuestos claves y cómo los insumos y productos del proyecto serán monitoreados y evaluados.

La Metodología contempla dos etapas, que se desarrollarán en las fases de identificación y de diseño del proyecto; se propone una más para la evaluación del proyecto.

Identificación del problema y alternativas de solución. En esta etapa se analizará la situación existente para crear una visión de la situación y seleccionar las estrategias que se aplicarán para conseguirlas. La idea central de esta etapa consiste en que el proyecto sea diseñado para resolver los problemas a los que se enfrentan los grupos meta o beneficiarios, y responder a sus necesidades e intereses.

La etapa de planificación. En esta etapa la idea del proyecto se convertirá en un plan operativo práctico para la ejecución. Aquí se elaborará la matriz de marco lógico. Las actividades y los recursos serán definidos y visualizados en cierto tiempo.

Monitoreo y evaluación. Esta etapa se realizará con el objeto de reducir la diferencia entre la planificación o formulación del proyecto y la realidad, es decir su implementación y resultados; para esto será necesario llevar a cabo actividades para medir y analizar el desempeño, a fin de gestionar con más eficacia los efectos y productos que son los resultados en materia de desarrollo.

Se realizará una investigación exploratoria debido a que el maguey es un tema ya estudiado, sin embargo, se pretende dar una perspectiva diferente involucrando la propuesta de animación. De igual manera, será descriptiva, considerando que se han desarrollado estudios donde se describen variables relacionadas al fenómeno de interés y describen los hechos como son observados.

La temporalidad de la investigación es transversal debido a que los datos que se recolecten serán en un solo momento del tiempo, y los participantes de la muestra contestarán una encuesta solamente una vez.

Los principales participantes para el desarrollo esta propuesta de Animación será la Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital, a través de la carrera de Turismo. Posteriormente, los entrevistados o las personas de a consultar para la recolección de datos, son los artesanos que están en contacto directo en la elaboración de artesanías hechas con ixtle proveniente del maguey y productores de pulque.

Presentación y análisis de los resultados

El Valle del Mezquital es considerado por Narváez (2014), como una macrorregión donde históricamente las condiciones de vida de la población han sido de marginación, en parte por la particular geografía: clima semidesértico, con temperaturas extremas, escasa precipitación -en promedio 490 milímetros al año- y vegetación principalmente xerófila, lo que dificulta la producción agrícola (Narváez, 2014).

La gente del Valle del Mezquital cuenta con un don especial y lo muestra a través de sus artesanías, las cuales constituyen un mundo maravilloso de color y armonía, que se recrea cotidianamente con la infinita paciencia y empeño que el artesano posee. Es por ello por lo que se citan algunos autores, acerca de los conocimientos tradicionales para elaborar artesanías con maguey en el Valle del Mezquital: “Entre las representaciones artísticas que podemos apreciar en la actualidad son las artesanías con motivo del maguey y las variadas formas de producción del aguamiel y pulque.

Entre estas muestras de ingenio popular podemos encontrar una serie de expresiones que demuestran el ingenio plástico y la capacidad de representación popular:

- Artesanías con la fibra del maguey para uso suntuario y accesorios varios, desde bolsas hasta macetas y cuadros (Teotihuacán, Estado de México e Ixmiquilpan, Hidalgo).
- Artesanías de las semillas de la flor del maguey y aretes de espinas de maguey (Valle del Mezquital, Hidalgo). Además, en lo referente al trabajo textil elaborado con ixtle, Ixmiquilpan tuvo fama desde el siglo XVIII, ya que entre los aperos de las pulquerías en la ciudad de México se cierran las cortinas para cubrir las imágenes religiosas dentro de las pulquerías en la Ciudad de México.

La producción de ixtle para fabricar cuerdas, tejer mantas y prendas de vestir masculinas y femeninas se pudo llevar a cabo a nivel doméstico, pues dentro de los contextos arqueológicos se han ubicado hornos donde se cocían las pencas para la obtención del hilo que se usaba en la industria textil” (Rivas, 2015).

Existe toda una gama de artesanías e instrumentos manuales en función de los materiales, procedimientos de elaboración y usos, que van desde el objeto rústico que se hace con fines de autoconsumo, hasta las elaboradas formas artísticas. Un género de artesanías muy importante en el Valle del Mezquital es la que se elabora con fibras duras, principalmente maguey y lechuguilla.

Esta actividad, ha sido el sustento durante siglos de una gran cantidad de población indígena y mestiza: según las fuentes históricas, de esta región se pagaba un tributo a los aztecas que consiste, entre otras cosas, en prendas de algodón ricamente decoradas y bordadas, así como mantas y ayates finos, elaborados con fibra del maguey.

Fray Bernardino de Sahagún, en su historia General de las cosas de la Nueva España, señala: “de las mujeres, había muchas que sabían lindas labores en mantas, naguas y huipiles que tejían muy curiosamente, pero todas ellas laboraban lo dicho con hilo de maguey; porque lo hilaban y lo tejían con muchas labores, y vendían barato” (Gobierno del Estado de Hidalgo, 2016).

De las múltiples plantas de México que benefician al ser humano, desde los antiguos mesoamericanos el maguey es una de las más aprovechadas como base de la alimentación. En la dieta prehispánica, la variedad alimentaria incluía distintas especies de insectos y flores como las del maguey, el izote, el nopalxochitl o flor de nopal, y de huahuzontle.

Cada vez más escaso, en la cocina también se aprovecha el maguey. Sus pencas se emplean para cubrir la barbacoa durante su cocimiento bajo tierra; su piel o “pellejo” para envolver los mixiotes, y qué decir de los gusanos que en ellos se crían y que son un exquisito bocado de la comida mexicana

Al pulque en estado natural se le puede mezclar ya sea con diversas frutas o semillas de temporada o incluso licuar con verduras u otros ingredientes aún más inesperados. Al pulque mezclado con algún otro ingrediente se le denomina como "Curado". La variedad de curados existentes es inaudita.

Además, al maguey se le dan otros usos en la vida cotidiana como “La creatividad iba más allá del arte suntuario y se presentaba en el uso cotidiano. Entre los ñäh-ñöhü (otomíes) del Valle del Mezquital cada una de sus partes del maguey se emplea para diferentes fines.

De las pencas se obtienen enseres para cocina (como recipientes, tapas o bateas), de la base de la penca se utilizaba la *xoma*⁶ y el *mixiote*⁷ para contención de alimentos, con las púas con todo el largo de su fibra o meshishe solían usarse como agujas e hilo para coser costales; el mezontete, cuando ha dejado de producir se utiliza como olla para guardar objetos pequeños o también como cercos, macetas o paredes para establo o bodegas, o incluso como colmenares en el solar y para combustible; de la raíz se obtienen fibras duras para la fabricación de cepillos, escobas o tejidos como canastas u otros objetos análogos.

En cuanto al aguamiel se utiliza como bebida o diurético, con alto contenido de calorías y se emplea en la preparación de atoles, jarabes, mieles y vinagres para consumo o como levadura para pan, y sus residuos se empleaban como alimento para las aves o bien como pegamento. Con las semillas ya secas se fabrican adornos corporales o sonajas para los niños. Y la base del quiote endurecido se usa como vigueta, pilote, garrocha o nido de pájaros” (Archivo Histórico y Museo de Minería, A.C., 2016)

Esta planta es empleada para diversos fines y constituye una fuente natural de distintos materiales. El principal uso dado al maguey es sin duda, la producción del aguamiel y el pulque como bebidas. El ayate (tejido a partir de su fibra), se usa como ropa, como enser de carga y como cuna para los bebés. La penca, el quiote y la fibra se emplean en construcción de casas” (Ramsay, 2014).

La producción de maguey y sus derivados en Hidalgo, particularmente en el Altiplano, sufre una de sus peores crisis por la explotación irracional de la planta, la falta de políticas gubernamentales para su regeneración y la fabricación de fibras sintéticas que suplen las fibras naturales derivadas del maguey; además, el consumo de pulque ha sido desplazado por el de otras bebidas alcohólicas.

Donde antes había magueyales hoy quedan tierras áridas o sembradas de cebada. Sin embargo, sigue siendo explotado de manera irracional, sobre todo por productores de

⁶ La *xoma* es una penca del maguey cortada en forma de ovoide y cóncava en donde se consumía el pulque.

⁷ El *mixiote* proviene de la voz náhuatl mexiotl o mexiote, que significa “piel de maguey”.

mixiotes y barbacoa, que usan la cutícula de la penca. El maguey es una de las plantas más antiguas de México. Se calcula que existe desde hace 10 mil años. Estudios revelan que era explotado desde 200 años antes de Cristo, pero su principal derivado, el pulque, era de uso restringido” (Camacho, 2017).

La realidad actual del maguey y sus productos es muy triste, ya que no tiene el mismo valor que antes en la vida cotidiana y está siendo desplazado por nuevos productos y ya no se consume pulque puro. El pulque se ha transformado a través del tiempo, pues después de ser una bebida sagrada, refrescante y complemento alimenticio de campesinos y de la clase trabajadora, ha sido desplazado por bebidas más fuertes, como es el caso de los “mezcales” y “aguardientes”, o de bebidas fabricadas con procedimientos químicos y no con productos naturales como el aguamiel, la caña de azúcar, la uva, el lúpulo, el trigo, el anís o la cebada.

Hoy en día, a pesar de que en las ciudades modernas se está extinguiendo el consumo de productos del maguey, siguen siendo muy importantes en el contexto de los pueblos de tradición indígena, pues esta planta es un elemento de identidad que aún sigue vigente, cumpliendo funciones como satisfactor de necesidades simbólicas y como elemento valioso para el modo de vida campesino. En la vida cotidiana del indígena aún se incluyen elementos de trabajo tradicional y consumo de los productos de esta planta, a la que otros autores en tiempos pasados denominaron árbol de las maravillas, del cual se obtenía casa, vestido y sustento.

Resumen narrativo de los objetivos y las actividades

La propuesta denominada “Animación Sociocultural, estrategia para preservar la identidad y el patrimonio del Valle del Mezquital a través de la Ruta del Maguey” comprende una serie de beneficios que se verán reflejados directamente sobre los habitantes del Valle del Mezquital, estos beneficios son parte de los objetivos y otros más que son complementarios, mismos que se lograrán a través de actividades que orientan y apoyan para visualizar el panorama general de la situación actual de la comunidades de la región.

Establecer el fin al cual el proyecto contribuirá de manera significativa

El proyecto en sí tiene muchos aspectos en los cuales se puede contribuir, desde el aspecto económico, ambiental, social y cultural, pero el fin principal en el cual va a contribuir de manera más destacada, seria en lo relacionado al sector económico, además el poder seguir con la preservación de la actividad primordial del Valle del Mezquital, que son la producción del pulque, elaboración de artesanías, cultivo y usos del maguey

Actividades requeridas para producir los componentes y resultados

Existen diversas actividades que podrán ser parte para la formación del proyecto, y que serán de utilidad para la obtención de los resultados esperados.

- Propuesta de animación sociocultural.
- Taller de identificación de recursos y diseño de micro proyectos.

- Mantenimiento sostenible de las actividades, mediante taller de seguimiento.
- Concientizar durante el desarrollo de las actividades de la ruta tanto a los visitantes como a los residentes de la importancia de preservar su cultura y tradiciones por el valor que representa.

Propuesta de Animación Sociocultural

Uada: Planta ancestral

Uada es maguey en hñahñu, y planta ancestral porque desde la época prehispánica, el maguey es considerado como una planta maravillosa, pues ha brindado techo, comida, bebida y vestido a los pueblos del Valle del Mezquital. Tiene como objetivo brindar adecuadamente un programa de actividades recreativas que responda a los intereses de todos los grupos poblacionales que contribuirá a que durante la realización de las actividades recreativas pasen momentos agradables en la demostración, para eso la variabilidad en las actividades determinará una mayor participación de los pobladores de las comunidades en las que se ofertan.

Actividades:

- Proceso del Maguey
- Artesanías
- Pulque
- Danza

El proceso del maguey se realizará con maguey hecho de cartón por lo que corresponde a la realización del proyecto, se llevará a cabo una representación de cual consta de realizar la simulación de la producción del maguey, pulque, artesanías y aguamiel.

Artesanías: Se simulará fabricación de las artesanías con base a ixtle que se extraerá del maguey para así poder mostrarlo al público

El pulque es una bebida alcohólica de origen prehispánico que se obtiene de las pencas del maguey y se elabora a partir de la fermentación del mucílago (sustancia orgánica de textura viscosa, propia de algunos vegetales), popularmente conocido como “aguamiel”. Es considerado bebida de los dioses.

Pulque: El proceso para la preparación de esa bebida se inicia cuando se extrae la savia de la planta de maguey, que previamente se castró para interrumpir el crecimiento de su brote central o quiote, cortándolo cuando el agave ha madurado después de un periodo que abarca de 7 a 15 años.

El maguey ya tiene que estar crecido con una edad de 8 a 10 años. Las herramientas necesarias para la raspa son el castrador, el acocote y el cuero.

En la explicación se darán a conocer los datos más relevantes del pulque, así como una pequeña demostración poniendo en cada penca de maguey un envase y se le raspará para que siga el líquido de la penca simulando el pulque.

La danza, es reproducción de la creación coreográfica reciente (1965) cuyo autor es el profesor Pedro Pioquinto, de la escuela Secundino Miranda, originario del Olivo, perteneciente al barrio del Espíritu en Ixmiquilpan, el objetivo principal del profesor fue conservar las tradiciones musicales, dancísticas y rituales del pueblo hñahñú. "La danza del Ixtle tiene sus orígenes en la creatividad de los habitantes y muestran la dinámica de la vida cotidiana y se retoma la importancia del medio que los rodea y el misticismo del pueblo hñahñú. Se compone de catorce evoluciones y ocho pasos, cada uno de ellos con un significado particular, relacionado con la vida cotidiana y la vida religiosa de los hñahñús, participan 12 mujeres y 12 hombres. Durante la danza, se ejecutan diversas acciones tales como, el tallado de la lechuguilla, el hilado del zanthe (fibra de maguey) y el tejido del a yate; actividades cotidianas de los habitantes del Valle del Mezquital. En la danza participarán 8 parejas para realizar la danza del Ixtle e incluir al público en general. El conocimiento que se llevará acabo va a ser a través de la participación activa del visitante.

Tabla 1. Taller de identificación de recursos, características y particularidades

Nombre del Recurso	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Proceso de extracción de la fibra del Maguey y creación del Ixtle.	Realizaciones técnicas	Explotaciones agropecuarias	NA	3
Fotografías / observaciones				
Ubicación	En esta imagen se hace la representación de la extracción de la fibra de maguey mediante el raspado, peinado tradicional de la fibra con una biznaga y el hilado con un malacate.			
Características	Esta representación del proceso tradicional y artesanal para la elaboración del Ixtle, todavía se realiza en las comunidades del Valle del Mezquital y al tener el hilo de Ixtle se continua con la elaboración de las artesanías.			

Nombre del Recurso	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Artesanías	Folklore	Artesanías y artes	NA	1
Fotografías / observaciones		   		
Características		<p>La elaboración de artesanías de Ixte o fibra de maguey es gran valor, ya que todo el proceso desde la extracción de la fibra es completamente artesanal y en el Valle del Mezquital se cuenta con una gran diversidad de productos elaborados de estos materiales.</p>		

Nombre del Recurso	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Gastronomía local con pulque	Folklore	Gastronomía	Comidas y bebidas	1
Fotografías / observaciones		  		
Características		<p>La gastronomía del Valle del Mezquital es única y no se puede comparar con ninguna otra, la diversidad gastronómica se hace más latente con platillos como la barbacoa, chinicuiles, escamoles, como bebida representativa el pulque, sus derivados; entre otros.</p>		
Nombre del Recurso	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Ex Convento de San Miguel Arcángel	Monumental	Obras de arte y técnica	Arquitectura	1

Fotografías / observaciones				
Ubicación	El Exconvento se ubica en centro de Ixmiquilpan, es un punto representativo que se construyó en 1550, durante la evangelización, se inició la construcción por fray Andrés de Mata, quien habría sido artífice también del convento de Actopan.			
Medio de Acceso	Se puede llegar por la carretera número 85 que va de Pachuca a Ciudad Valles, en el kilómetro 70 se localiza el municipio de Ixmiquilpan. El majestuoso Exconvento se encuentra sobre la calle principal General Felipe Ángeles, en el centro de Ixmiquilpan.			
Nombre del Recurso	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Festividades	Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias religiosas	NA	1
Fotografías / observaciones				
Características	<p>Una de las festividades más importantes en el municipio es la del Señor de Jalpan. El 14 de agosto de 1770, una bella imagen de Cristo Crucificado llegó al pueblo de Ixmiquilpan, en el Valle del Mezquital y el 15 de agosto del mismo año fue colocado en la parroquia de San Miguel Arcángel. Desde entonces, bajo el título de El Señor de Jalpan, la bendita imagen del Crucificado protege a esta comunidad que se ha visto favorecida con innumerables milagros.</p> <p>Estas celebraciones son durante los meses de agosto y septiembre, inician con la Luminaria que es un recorrido de la capilla del Carmen, ubicada a unas cuadras del templo principal de Ixmiquilpan cada noche del 14 de agosto como simbolismo de la luz ante la oscuridad de nuestro tiempo, recorren las calles y las avenidas de la ciudad hasta llegar frente a las almenas del ex convento de San Miguel Arcángel, donde encienden una olla de barro, que contiene un haz de ocote, haciendo la invocación a los 4 puntos cardinales.</p> <p>El 15 de agosto es donde al General de Generales como también es conocido el Señor de Jalpan, el Obispo y el presidente municipal en turno le colocan la banda presidencial, como reconocimiento por la protección para los pobladores y de donde data su nombramiento con el grado de General.</p> <p>Continuando el 7 de septiembre con una procesión por todo el municipio donde llenan las calles con tapetes multicolor, arcos y trabajos artesanales.</p>			

Tabla 2. Posibles microproyectos

Servicio	Imagen	Descripción
Recorrido y talleres gastronómicos por el Mercado Morelos.		Se pueden realizar recorridos gastronómicos por el Mercado Municipal degustar y ver el proceso de la variedad de platillos representativos.
Venta y talleres de artesanales.		Las personas podrán elaborar sus artesanías y ofrecerlas a los visitantes, enseñando el proceso de elaboración, siendo esta actividad un ingreso económico para sus familias.
Museo de la cultura Hñahñu.		Recorridos por el museo de la cultura Hñahñu para difundir y preservar la cultura local.
Recorridos turísticos.		Se podrá ofrecer recorridos por los diferentes atractivos del municipio.
Talleres de medicina tradicional.		Se puede practicar estos talleres en las comunidades ya que se cuenta con una gran variedad de plantas medicinales.
Festividades		Promocionar las festividades dará a conocer sus tradiciones e incrementar el número de visitantes.

Tabla 3. Taller de seguimiento

Nombre del indicador	Interpretación	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición
Afluencia Turística LOCAL	Mide el incremento o decremento de los visitantes locales al destino con respecto al año anterior	(Número de visitantes y turistas locales al destino en el año actual / Número de visitantes y turistas locales al destino en el año inmediato anterior) -1 X 100.	Mensual
Afluencia Turística NACIONAL	Mide el incremento o decremento de los visitantes nacionales al destino con respecto al año anterior	(Número de visitantes y turistas nacionales al destino en el año actual / Número de visitantes y turistas nacionales al destino en el año inmediato anterior) -1 X 100.	Mensual
Afluencia turística EXTRANJERA	Mide el incremento o decremento de los visitantes extranjeros al destino con respecto al año anterior	(Número de visitantes y turistas extranjeros al destino en el año actual / Número de visitantes y turistas extranjeros al destino en el año inmediato anterior) -1 X 100	Mensual
	Mide la eficiencia en la atención a las solicitudes	Asesorías brindadas para proyectos turísticos en el periodo / Solicitudes	

Nuevos proyectos turísticos	de asesoría para la realización de nuevos proyectos turísticos en la entidad	de asesorías recibidas en período X 100.	Trimestral
Derrama turística per cápita	Mide el promedio de derrama económica per cápita de los turistas que visitan la entidad	Gasto efectuado por los turistas que ingresan al destino / Número de turistas	Trimestral
Obras de infraestructura turística	Mide la variación porcentual en el número de obras realizadas en el año comparadas con el año anterior.	(Obras de infraestructura en el período actual / Obras de infraestructura del período anterior) - 1 X 100.	Anual

Tabla ROI

Esta Ruta incluye la visita a una localidad con producción pulquera, los visitantes podrán ver el proceso de extracción del pulque y realizarlo ellos mismos, posteriormente pasarán al taller de curados con insumos de la región, así como elaboración de pan de pulque.

Al terminar continúan con la visita al Ex Convento de San Miguel Arcángel en el centro de Ixmiquilpan donde se realizará una representación de proceso de extracción de la fibra del maguey.



Propuesta de Actividad



Ubicación
Comunidad de Orizabita y Ex Convento de San Miguel Arcángel, Ixmiquilpan, Hgo.

Recursos Requeridos

- 1. Transporte
- 2. Renta de Vestido estilizado
- 3. Renta de trajes danza del Ixtle (6 de hombre y 6 de mujer)
- 4. Escenografía
- 5. Escenografía de material de reúso
- 6. 50 sillas
- 7. Audio
- 8. Insumos para talleres

Logística

Esta actividad será promovida por la Dirección de Turismo del Municipio y por los mismos empresarios del municipio.

Nombre de la Actividad
UADA PLANTA ANCESTRAL

Descripción
El recorrido inicia 7:00 am en los establecimientos de hospedaje o puntos estratégicos, el transporte pasa por los turistas y los llevará a una comunidad productora de pulque, al llegar reciben una explicación del proceso de extracción del pulque, posteriormente ellos mismo podrán extraerlo y degustarlo, para pasar al taller de curados con insumos de temporada, podrán elaborar tres tipos de curados.

Ventajas
Actividad atractiva para todo público, que integra a las familias a participar y valorar las tradiciones y riquezas del municipio.

Desventajas
No se cuenta con recurso disponible, pero se puede gestionar.

Inversión & operación

Cantidad	Descripción	\$ Unitario	Importe
1	Vestido Estilizado	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
12	Vestuarios	\$ 150.00	\$ 1,800.00
1	Audio	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
1	Escenografía	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
50	Sillas	\$ 5.00	\$ 250.00
2	Cargas	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00
2	Tallinritas	\$ 500.00	\$ 1,000.00
10	Paquetes de insumos	\$ 100.00	\$ 1,000.00
Inversión Total			\$ 11,050.00
Presupuesto Mantenimiento Operativo		Mes	\$ 400.00
		Año	\$ 4,400.00
Ventas Posibles		Mes 1	\$ 6,000.00
		Año 12	\$ 72,000.00
ROI (Retorno de Inversión)			

Conclusiones

Como deducción de lo antes expuesto, se puede concluir que el turismo rural promueve un desarrollo sostenible y fuentes de ingresos para el Valle del Mezquital, su ubicación geográfica en el corredor de los balnearios es un indicador de las amplias posibilidades que tienen; la implementación de una ruta del maguey sería un impulso enorme para las comunidades que lo conforman.

El Valle del Mezquital cuenta con los recursos necesarios para el turismo rural y existen muchos actores que favorecen la factibilidad del proyecto, que los beneficios esperados pueden ser palpados en cada uno de los habitantes, pero es evidente que es necesario un trabajo en equipo y profundo para lograr la ejecución de este proyecto.

De los talleres que se impartirán, se espera obtener un resultado positivo, al dar a conocer la importancia del maguey ya que está íntimamente ligado a la historia de los mexicanos; además de promover la elaboración de gran variedad de productos a base de esta planta, cuyas propiedades contienen proteínas, aminoácidos y carbohidratos, los cuales han sido aprovechados desde tiempos inmemoriales. De igual manera, se busca hacer conciencia en la población del valor de preservarla debido a que los usos que se le dan al maguey se conservan como una tradición que perdura hasta nuestros días.

Por tal motivo, se llega a la conclusión de que la propuesta de Animación Sociocultural ayudará a contribuir al conocimiento del agave pulquero, así como difundir los productos derivados de éste, buscando hacer conciencia en la población de la importancia histórica, gastronómica y cultural del maguey.

Referencias

- Amador, M. L. (3 de mayo de 2017). Contralínea Hidalgo. Recuperado el 20 de Archivo Histórico y Museo de Minería, A.C. (diciembre de 2016). Distrito minero.
- Barrera, Ernesto y Bringas, Olivia (2018). Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. Food trails: tourist architectures built on food identity. Gastronomic sciences. Food for thought, marzo 2018.
- Bringas, Olivia (2018). La ruta de la sal prehispánica de Zapotlán Salinas: una estrategia de desarrollo comunitario basada en los alimentos con identidad. Revista cultura, tecnología y patrimonio. Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara, n. 7.
- Bureo, Juan (2020). Sitio del movimiento slow food. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 <http://slowfood.es/quienes-somos/>
- Camacho, C. (23 de febrero de 2017). Intentan dar un nuevo auge a la

Comisión Nacional para el Conocimiento y Exposición (30 de diciembre de 2014).: El Maguey, más mexicano que el pulque:

CONABIO (2014). Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad

Geografía agrícola (56), 35-37

Gobierno del Estado de Hidalgo. (2016). Hidalgo. Recuperado el 25 de octubre de 2022, de La artesanía hidalguense:
http://www.hidalgo.gob.mx/page/estado/la_artesania_hidalguense

González, J. J. (2014). Entre las acciones para su recuperación, se plantan 967 mil magueyes; posteriormente serán reubicadas en diferentes zonas Milenio. Recuperado el 23 de septiembre de 2022 en: <https://www.milenio.com/opinion/hidalgo>

<http://armellafoundation.org/blogs/news/18679615-el-maguey-y-elpulque-entre-los-pueblos-nahno-de-hidalgo-mexico>

<http://www.distritolminero.com.mx/presentacion.htm>

<http://www.gob.mx/conabio/galerias/el-maguey-mas-mexicano-que-elpulque>

Lacki, Poland (2018). Una nueva capacitación para el desarrollo rural. ¿Gastar en actividades o invertir en resultados? ¿Problematizar las soluciones o solucionar los problemas? Recuperado el 23 de septiembre de 2022 en: <http://www.polanlacki.com.br/agroesp>

maguey pulquero: opción para el desarrollo de comunidades rurales.

Narváez, A., Martínez, T., & Jiménez, M. (agosto de 2014). El cultivo de ñahño de Hidalgo, México. (Fundación Cultural Armella Spitalier) Recuperado el 25 de octubre de 2022, de Las pulquerías en la Ciudad de México, Siglos XV-XVIII: [ocios/Rev%204%20Art%205.pdf](http://www.fundacionarmella.org/Rev%204%20Art%205.pdf)

Ortegón, Edgar. Pacheco, Juan. Prieto, Adriana (2015). Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). Área de proyectos y programación de inversiones. Naciones Unidas CEPAL. Serie Manuales, número 45. Santiago de Chile, julio del 2015

producción de maguey en Hidalgo. La Jornada, 12

Ramsay, R. M. (14 de septiembre de 2014). Asociación etnobiológica. (Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México) Recuperado el 25 de octubre de 2017, en <http://www.asociacionetnobiologica.org.mx2/administrator/Rev.%20s>

Recuperado el 25 de octubre de 2022, de Presentación:

Rivas, F. (21 de enero de 2015). El maguey y el pulque entre los pueblos

Sarasa, José Luis. (2020). Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural. Cuadernos de turismo. Edición julio – diciembre. Núm. 006. Universidad de Murcia, España. ISSN. 1139-7861. Editorial Redalyc.

SECTUR (2017). “Elementos para Evaluar el Impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo de Naturaleza en México”, Universidad Autónoma Metropolitana y CESTUR; México.

septiembre de 2022, de Pulque y maguey, en peligro de extinción:
<http://www.hidalgo.contralinea.com.mx/archivo/2022/mayo/htm/pulquemaguey-extencion.htm>

Uso de la Biodiversidad (CONABIO). Recuperado el 25 de octubre de

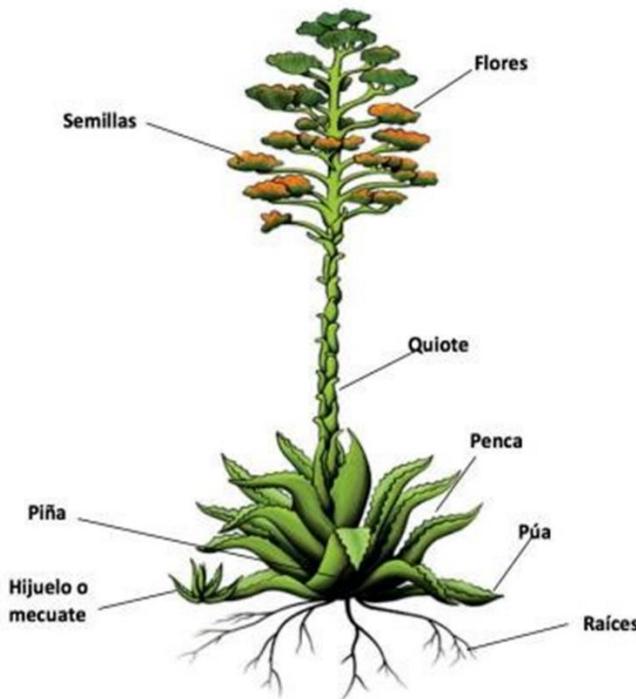
Reconocimientos

Mi gratitud a AMESTUR por la oportunidad de participar en el Curso Superior Formador de Formadores en Animación Turística y Sociocultural.

Anexos

Anexos A.

Figura 1. El maguey y sus partes



Anexo B. Usos del Maguey

	USOS DEL MAGUEY
Pencas	Son utilizadas como recipientes para servir los alimentos en el campo durante el almuerzo y comida, también se utilizan para beber el pulque. Los mezotes o pencas secas se utilizan como combustible para calentar los alimentos en los hogares. Se pueden obtener infinidad de remedios para aliviar enfermedades, se extrae fibra para la elaboración de telas, cepillos, artesanías, estropajos y papel. Las pencas son fundamentales para la elaboración de barbacoa y extracción de gusano blanco. En algunos lugares se utilizan como decoración en las ofrendas de Día de Muertos.
Púas	Se utilizan como agujas para cerrar los costales, como clavos y para atrapar animales ponzoñosos.
Piña	Se obtiene el aguamiel, fructuosa, sal de gusano, pienso para los animales, dulces y fertilizante. Una vez seca puede utilizarse como combustible, maceta y para elaborar instrumentos musicales.
Raíces	Se extrae el gusano rojo o chinicuil, fibra para elaborar cepillos, escobas, canastos y jabón para ropa.
Quiote, huevo y flores de maguey	Son base de varios platillos nutritivos y deliciosos que forman parte de la dieta de las familias campesinas como los guisos de gualumbos, jugo y dulce de quiote. Las pencas y el quiote maduro se utilizan todavía en algunos lugares para la construcción

	de viviendas. El quiote también se utiliza para elaborar un instrumento de música prehispánica.
Aguamiel y pulque	Poseen propiedades alimenticias y curativas, existe una gran cantidad de estudios al respecto donde se demuestra el contenido nutricional de estas bebidas. Con ellas se pueden preparar varios alimentos como atoles, tamales, vinagre, pan y dulces. Del pulque se puede obtener un destilado que hace de aguardiente.
Aguamiel deshidratado	Produce una miel de alto valor nutritivo, se puede utilizar para preparar mermeladas, galletas, atole, agua de sabor y artículos para el cuidado de la piel.
Planta completa	Es útil como cerca viva para proteger los cultivos de los animales, para delimitar terrenos y formar terrazas para evitar la erosión.

Fuente: (Narváez, Martínez, & Jiménez, 2014)

Anexo C. Observancia de la Normatividad

Los aprovechamientos y usos de los recursos naturales en México deben de cumplir cierta normatividad. El aprovechamiento de las distintas especies de maguey y sus productos deben de cumplir los preceptos que marcan las Normas Oficiales y Estatales. A continuación, se marcan las normas a cumplir para el aprovechamiento de los magueyes en sus diferentes especies:

Norma Técnica Estatal NTE-SAGEH-001/2006, que establece las bases y mecanismos de control, que determinan los criterios y especificaciones para regular la protección, conservación, aprovechamiento sustentable, fomento, transporte y comercialización del maguey y sus derivados.

Norma Oficial Mexicana NOM-008-RECNAT-1996, que establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de cogollos.

Norma Oficial Mexicana NOM-004-RECNAT-1996, que establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de raíces y rizomas de vegetación forestal.

Norma Oficial Mexicana NOM-005-RECNAT-1997, que establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de corteza, tallos y plantas completas de vegetación forestal.

Norma Oficial Mexicana NOM-007-RECNAT-1997, que establece los procedimientos, criterios y especificaciones para realizar el aprovechamiento, transporte y almacenamiento de ramas, hojas o pencas, flores, frutos y semillas.

Norma Oficial Mexicana NOM-059-ECOL-2001, relativa a la protección ambiental-Especies nativas de México de flora y fauna silvestres-Categorías de riesgo y especificaciones para su inclusión, exclusión o cambio. Lista de especies en riesgo.

Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994, Bebidas alcohólicas-Mezcal-Especificaciones.

Fotogalería

Artesanías de ixtle



Bolsa de ixtle.

Fuente: Bianca Resendiz



Lapicera de ixtle.

Fuente: Daniel Zúñiga



Estropajos de lechuguilla.

Fuente: Bianca Resendiz

Extracción de aguamiel



Raspado de maguey.

Fuente: Daniel Zuñiga



Aguamiel.

Fuente: Daniel Zuñiga



Succión de aguamiel con acocote
Fuente: Daniel Zúñiga



Transporte de aguamiel
Fuente: Daniel Zúñiga



Termina la extracción de aguamiel
Fuente: Bianca Reséndiz



Cubrir el cajete
Fuente: Bianca Reséndiz

COORDINADORES

José Luis Isidor Castro

Es doctor en Administración con especialidad en Alta Dirección por la Universidad de la Florida y la Universidad de Hawái, maestro en Tecnología Educativa y Comunicación por el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), especialidad en Dirección Hotelera y Turismo por la Universidad de Granada, y graduado de la licenciatura en Administración de Negocios Internacionales. Ha trabajado en el sector hotelero y restaurantero. Obtuvo la Certificación Internacional Senior en Animación Turística y Sociocultural por la Société Coopérative de Formation (adrep), la Chambre Régionale des entreprises de l'économie sociale et solidaire (cress), la Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (unat) y VTF. Ha colaborado en organismos internacionales en el área de turismo, consultoría, formación y capacitación turística de OMT, OEA, OTC, TTRA y VTF, ha trabajado el tema de la animación turística y sociocultural por más de veinte años; es miembro de la Academia de Turismo de la Sociedad de Geografía y Estadística, de la Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo (RECINATUR), en el 2016 la asociación VTF, la asociación Léo Lagrange, la Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (unat) de Francia, La Agencia ANCV del Turismo Social y la alcaldía de Barcelonnette lo nombraron Embajador de la Animación Turística y Sociocultural para las Américas. Es coautor del libro Aproximación a los fundamentos de la animación turística y sociocultural.

Email: montealtohakaan@gmail.com

Onésimo Cuamea Velázquez

Es Doctor en Estudios del Desarrollo Global, Maestro en Administración Pública y Licenciado en Turismo por la Universidad Autónoma de Baja California. Actualmente es profesor-investigador de tiempo completo en la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC).

Es Presidente Nacional de la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía (AMESTUR); miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SIN I) del CONACYT; miembro de RECINATUR, capítulo México. Miembro titular regular de la Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT). Sus principales líneas de investigación se orientan al turismo médico, el comportamiento del consumidor y el turismo fronterizo. Ostenta la Certificación Internacional Senior en Animación Turística y Sociocultural por la Société Coopérative de Formation (ADREP), la Chambre Régionale des entreprises de l'économie sociale et solidaire (CRESS), l'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air (UNAT) y VTF, así como coautor del libro Aproximación a los fundamentos de la animación turística y sociocultural.

Email: onesimonator@gmail.com

Irma Brígida Suárez Rodríguez

Es Profesora Investigadora del Programa de Turismo Sustentable de la F.E.P.Z.H. de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Directora General de la Red Iberoamericana de Ciencia, Naturaleza y Turismo RECINATUR. Secretaria de Asuntos Académicos de la AMESTUR. Egresada del Curso Superior. Líder del proyecto Geoparque Aspirante Mundial UNESCO Huasteca Potosina. Presidenta del Colegio Internacional de Profesionales Especializados en Turismo y Gastronomía CIPETURG Capítulo San Luis Potosí, Instructora certificada por la UVM en la Metodología de Casos bajo el Método Harvard y Coordinadora de Comités Técnicos del Centro Histórico de Ciudad Valles.

Email: huastecageopark@gmail.com

Esteban Cruz Cruz

Cuenta con Licenciatura en Desarrollo Turístico Sustentable de la Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital y Maestría en Planeación y Desarrollo de Empresas Turísticas en el Centro Universitario - IESTUR. Egresado de Seminarios, Cursos y Talleres de Formador de Formadores en Animación Turística y Sociocultural, Coordinador de Congresos Internacionales en Animación Turística y Sociocultural y de Turismo Rural Comunitario. Cuenta con Experiencia Internacional en Pueblos Vacacionales del Sur de Francia como Animador infantil y familiar, y en la Secretaría de Turismo de la alcaldía de Barcelonnette, Francia. Obtuvo la Certificación Junior en Animación Turística y Sociocultural emitida por la Chambre Régionale des Enterprises de l'économie social e solidaire CRESS PACA, L'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air UNAT y VTF Francia-Méjico. Actualmente colabora en la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía AMESTUR como Gerente Administrativo.

Email: barcelonnette750@gmail.com

AUTORES

Arodi Carmi Caldera de la Rosa

Cuenta con Maestría en Administración de Negocios en Recursos Humanos, por el Tec Milenio, Licenciada en Turismo por la Universidad Autónoma de Nayarit, Facultad de Turismo. Fue Coordinadora del Departamento de Entrenamiento y Desarrollo, de Grupo VIDANTA. Ha participado en la formación para organizaciones y consultores sobre el “Sistema Integral de Medición y Avance de la Productividad” (SIMAPRO), trabajó la metodología SIMAPRO en PyMes de Bahía de Banderas, Nayarit, intervino en la organización del Tianguis Turístico México 2012. Actualmente está adscrita a la carrera de Gastronomía de la Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas, Nayarit, como Profesor de Tiempo Completo.

Email: acaldera@utbb.edu.mx

Francisco Alejandro Hernández Tello

Licenciado en Gastronomía, egresado del Instituto Culinario Danieli de San Luis Potosí. Cuenta con más de 10 años de experiencia en el ámbito Gastronómico, socio intelectual de KOOK restaurante y ACACIA restaurante bar, responsable del Laboratorio Gastronómico del área de Turismo en el ITSLP, imparte cursos culinarios en diferentes instituciones de la Capital Potosina. Ha participado en el Foro Internacional de Animación Turística y Sociocultural AMESTUR 2021 y en el Curso-Taller de Animación Turística y Sociocultural en el ITSLP.

Email: franntell@gmail.com

Marcela Iturbe Vargas

Es Catedrática de Turismo en la Universidad Autónoma de Chiapas. Se ha desempeñado en dicha institución desde 1994, colabora como profesor titular en la Facultad de Ciencias de la Administración C-IV, ha ocupado diversos cargos institucionales enfocados al desarrollo académico y a la calidad de los programas educativos, así como a la coordinación de proyectos de vinculación y extensión universitarias por lo que mantiene de forma integral un amplio conocimiento de la educación superior y los procesos académicos. Es licenciada en Administración de Empresas Turísticas por la Universidad Autónoma de Chiapas, Maestra en Desarrollo Turístico por la Universidad de las Palmas de Gran Canaria España y doctoranda del Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) Doctorado Internacional en Turismo de la Universidad Anáhuac México Norte. (España)

Email: marcelaiturbevargas@gmail.com

Mónica Orduña Sosa

Doctora en Pedagogía por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, con Maestría en Administración de Pequeña y Mediana Empresa, y Licenciatura en Gastronomía en el Instituto Culinario de México. Trabajó en el Hotel Marquette en Bélgica en el área de repostería y banquetes. En la docencia desde el 2001 ha sido Chef Instructor en distintas instituciones educativas de la ciudad de Puebla, en las áreas de Repostería, Administración, de Cocina Spa y Saludable y Metodología de la Investigación y Tesis.

Email: moni.sosa2@gmail.com

Edith Carmina Sánchez Trejo

Licenciada en Administración de Empresas Turísticas, con Maestría en Dirección y Consultoría Turística. Directora de Turismo del Municipio de Ixmiquilpan, Gerente de Ventas, Coordinadora de Grupos y Convenciones en la Hacienda de San Miguel Regla, en Huasca de Ocampo. Gerente de Restaurantes y personal administrativo, así como docente en ICATHI Y CECYTEH. Actualmente Docente de Tiempo Completo en la Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital (10 años), en las carreras de TSU en Turismo, Gastronomía, Licenciaturas en Gastronomía, así como Gestión y Desarrollo Turístico.

Email: esanchezt@utvm.edu.mx

COMITÉ CIENTÍFICO EVALUADOR

Dra. Imelda Lorena Vázquez Jiménez

Doctora en Planeación Estratégica para la Mejora del Desempeño por el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) en vinculación con International Society for Performance Improvement (ISPI). Profesora de Tiempo Completo en el Departamento de Contaduría y Finanzas en ITSON. Líneas de Investigación: Mejora Organizacional para instituciones y organizaciones no lucrativas, Desempeño financiero en instituciones públicas, privadas y sociales. Es autora y coautora de diferentes libros relacionados a estos temas.

Mtro. John Sosa Covarrubias

Es Licenciado en Administración de Empresas Turísticas por el Instituto Tecnológico de Sonora, Cuenta con estudios de maestría en gestión del turismo sostenible en la Universidad para la Cooperación Internacional, Campus San José, Costa Rica. Es profesor de tiempo completo en el Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Navojoa, Fungió como Coordinador de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y actualmente se desempeña como Jefe del Departamento Académico. Así como, Secretario de Vinculación Institucional y Relaciones Internacionales de la AMESTUR.

Dra. Martha Leonor Anides Fonseca

Doctora en Desarrollo de Competencias Educativas, Maestría en Administración y Licenciada en Administración de Empresas Turísticas. Se desempeñó como Asesora en la Subsecretaría de Educación Media Superior de la SEP, En la Universidad Intercontinental como Directora de Humanidades, Comunicación y Negocios; Directora de Vinculación de la Universidad Tecnológica de Nayarit; Rectora de la Universidad Cuauhtémoc Campus Guadalajara, Rectora en la Universidad del Valle de México de los Campus, Guadalupe Insurgentes, San Luis Potosí, Aguascalientes y Saltillo. Premio Nacional de Educación Turística, otorgado en marzo 2012 por la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía y Miembro del Consejo Consultivo de AMESTUR.

Mtra. Brenda Adriana Marín Bolaños

Maestra en Administración y Gestión del Turismo por la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional, Maestra en Docencia para la Educación Media Superior y Superior de la Universidad La Salle Pachuca. Cuenta con Certificación Internacional Senior en Animación Turística y Sociocultural por VTF-UNAT-CRESS-AMESTUR Francia 2019. Diplomado en Desarrollo de Empresas Rurales y en Turismo Rural. Actualmente Profesor investigador de la Universidad Tecnológica de Cancún.

Dra. María Guadalupe Alicia Navarro Flores

Doctora en Gestión del Turismo. Docente investigadora por 21 años, actualmente se desempeña en la Licenciatura en Turismo presencial y en línea de la Universidad Autónoma de Zacatecas. Cuenta con Perfil PRODEP vigente. Capacitador externo de la secretaría de Turismo de Zacatecas. Asesora en la metodología de la elaboración de proyectos de Animación Sociocultural, además de revisora de capítulos de libro y publicaciones arbitradas. Certificación Senior en Animación Turística y Sociocultural emitida por la Chambre Régionale des Enterprises de l'économie social e solidaire CRESS PACA, L'Union Nationale des Associations de Tourisme et de plein air UNAT y VTF Francia-México, así como integrante de la Academia Mexicana de Investigación Turística. Conferencista internacional con temas relacionados al turismo cultural, patrimonio, la economía naranja y el turismo creativo.

Mtra. Sandra Tiempo Vázquez

Es Lic. en Turismo y profesora de la Universidad Autónoma de Quintana Roo. Cuenta con un Diploma y certificación Internacional en Animación Turística y sociocultural nivel Senior por la AMESTUR VTF -UNAT-CRESS- Francia 2019. Tomó el seminario Taller Formador de Formadores de Animación Turística y Sociocultural. AMESTUR – Universidad Metropolitana. México 2014. Se ha actualizado tomado diferentes cursos referentes a la recreación en la animación, recreación para el adulto mayor y la pedagogía del juego. Ha sido tallerista abordando el tema de la animación en los Congresos Internacionales de Animación Turística y sociocultural, así como en los Congresos Internacionales de Turismo Rural por parte de la AMESTUR.

Mtro. Raúl Ernesto Paredes Polanco

Licenciado en Administración, por el Instituto Tecnológico de Mérida. Maestro en Innovación Educativa por la Universidad Autónoma de Yucatán. Profesor Investigador de Tiempo Completo en la UTRSUR Tekax. Par Coordinador de la Comisión de Pares Evaluadores Externos (CEPAE) de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES). Especialista en Animación Turística y Sociocultural - Grupo Foro de AMESTUR. Creador de programas de Animación Sociocultural Universitario. Egresado del Programa de Formador de Formadores Internacional AMESTUR - VTF – UNAT – Francia. Ha escrito publicaciones en Animación Turística y Sociocultural en diversas revistas. Ha impartido diversas Conferencias y Talleres en el tema Turístico.

gastronomia

