



Universidad Juárez  
del Estado de Durango



UNIVERSIDAD JUÁREZ DEL ESTADO DE DURANGO

MAESTRÍA EN CIENCIAS Y HUMANIDADES  
ÁREA TERMINAL: DESARROLLO SUSTENTABLE

COMPARTIENDO SABORES Y TRADICIÓN: CONSERVAS, DULCES TÍPICOS Y  
LICORES ARTESANALES COMO RESPUESTA A SOBRE-PRODUCCIÓN EN HUERTOS  
COMUNITARIOS

TESINA PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA

PRESENTADA POR  
INDA PATRICIA BOLAÑOS BERNAL

DIRECTOR DE TESIS  
BRIDGET M. ZAVALA MOYNAHAN

VICTORIA DE DURANGO, DURANGO

FEBRERO 2016



**CONTENIDO**

AGRADECIMIENTOS	v
ILUSTRACIONES	vi
SIGLAS	vii
INTRODUCCIÓN	6
<b>CAPÍTULO 1. COMUNICANDO LA SUSTENTABILIDAD</b>	<b>11</b>
1. Entender la comunicación	12
2. Del desarrollo a la sustentabilidad	15
3. Comunicación para la sustentabilidad	16
<b>CAPÍTULO 2. PROYECTOS SOCIALES PARA LA SUSTENTABILIDAD: DOS CASOS DE ÉXITO</b>	<b>19</b>
1. Proyecto "Todos por el abono orgánico"	21
2. Proyecto "Biohuerto Tierra y Libertad"	25
<b>CAPÍTULO 3. DIAGNÓSTICO</b>	<b>29</b>
<b>CAPÍTULO 4. COMPARTIENDO SABORES Y TRADICIÓN: CONSERVAS, DULCES TÍPICOS Y LICORES ARTESANALES</b>	<b>33</b>
1. Recetario para la elaboración de conservas, licores, dulces típicos y otros plátanos	34
2. Plan de comercialización	57
REFLEXIÓN FINAL	70
BIBLIOGRAFÍA	72

## AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Madre Tierra, por su infinita sabiduría, por darme la vida y llenarme de bendiciones.

A mis padres por su apoyo, a mi esposo por motivarme e impulsarme y, a mis hijas por su amor y ternura.

A mis maestras, María Rosa Fiscal, Mávela Gallegos (QEPE), Alicia Castillo, Aterea Buller, Tamara Ortiz, y Leonor Solís, Emma Galviz, Bridget Zavala, Cynthia Quiñones y Delia Cenceros, increíbles mujeres que no solo comparten conocimiento sino también grandes lecciones de vida, que me han permitido llevar a cabo este proyecto.

A mi compañero tanto de la UJED, CIEco y LACOM por todas las experiencias compartidas y sus consejos.

Al CIEco y LACOM por permitirme adentrarme al fascinante mundo del conocimiento.

A manera de reconocimiento a las comunidades de Arzala de la Asunción y San José El Potrero que me permitieron compartir con ellos y brindarme una gran lección.

Un agradecimiento especial a Nancy Gonzales por hacer posible esta experiencia, así como también a Grupo Encuentro y Casa Grande Taxco.

Y por último a todas las personas que compartieron su conocimiento para la realización de este trabajo.

## ILLUSTRACIONES

### FIGURAS

1. Localización geográfica de la zona de estudio.	1
2.2. Localización de las comunidades Atzala de la Asunción y San José El Potrero.	19
2.3. Participantes del proyecto "Todos por el abono orgánico"	21
2.4. Participantes del proyecto "Todos por el abono orgánico con plántula del "Biohuerto"	22
2.5. Trabajo en conjunto	23
2.6. Mazorcas de maíz.	24
2.7. Vista al Biohuerto Tierra y Libertad.	25
2.8. Carta de siembra con acelgas.	26
2.9. Reutilización de llantas para cultivos.	27
2.10. Alfredo Gómez trabajando con comunidades.	28
4.11. Ejemplo de logotipo y nombre de la marca.	61
4.12. Ejemplo de etiqueta	63

### TABLAS

4.1. Tabla de precios.	64
------------------------	----

## INTRODUCCIÓN

Las crisis ambientales, económicas y sociales presentadas en las últimas décadas, permiten el reconocimiento y trabajo comunitario a favor de desarrollar acciones colectivas bajo el término de "proyectos sociales para la sustentabilidad". Como parte de estas iniciativas, las mismas comunidades impulsan acciones para satisfacer necesidades básicas a la par con la conservación y mejora de las condiciones de su medio ambiente.

El presente trabajo tiene como objetivo principal utilizar la comunicación participativa como una herramienta que permita mediante una participación dual - investigador y comunidades- conocer la problemática en torno de dos proyectos sociales para la sustentabilidad y posteriormente proponer soluciones a dicha problemática.

Dicho objetivo se llevó a cabo a partir de la experiencia participativa en torno a dos proyectos sociales para sustentabilidad denominados "Todos por el abono orgánico" y "Behuerto Tierra y Libertad" desarrollados en las comunidades Atrah de la Asunción y San José El Potrero respectivamente, ambos del municipio de Taxco Guerrero. Estos dos proyectos se tomaron como punto de partida para el desarrollo del presente trabajo por considerarlos casos de éxito en torno a la sustentabilidad y la participación comunitaria, pues fueron planificados y son puestos en operación por los mismos pobladores de las comunidades, atendiendo a problemáticas específicas en cuestiones de autosuficiencia alimenticias y de conservación del entorno natural.

Las comunidades Atrah de la Asunción y San José El Potrero se ubican en el municipio de Taxco, al norte del estado de Guerrero (FIGURA.1). Ambas comunidades se dedican a actividades derivadas de la agricultura, su principal fuente de ingresos



FIGURA 1. Localización geográfica de la zona de estudio

proviene de este sector y de las remesas que son enviadas por sus familiares que radican en el extranjero.

En primer término me propuse identificar a través de la comunicación – investigador y comunidad- cuáles eran algunos de sus problemáticas inmediatas en estas dos comunidades guatemaltecas que desarrollan proyectos sociales de sustentabilidad exitosa. El presente trabajo de investigación detectó en conjunto, investigador y comunidades, la necesidad de evitar el desperdicio de abundantes productos derivados de los huertos familiares. De allí es que surge la cuestión que se pretende resolver a través de la tesis que es: ¿Qué aportes puedo generar para maximizar el aprovechamiento de la producción de huertos familiares?

En búsqueda de dar respuesta a la interrogante antes planteada, a través del diálogo activo y la observación participante con las personas que desarrollan los

proyectos, el objetivo de ese escrito es elaborar una propuesta que permitan el mayor aprovechamiento de frutos procedentes de huertos familiares. La comunicación aparece como una herramienta estratégica en los procesos necesarios para la formulación de la propuesta pues es a través del diálogo activo y la observación participante con las personas que desarrollan los proyectos que se detecta la problemática para luego plantear dicha iniciativa.

En este sentido, en el presente trabajo "Compartiendo sabores y tradición: conservas, dulces típicos y licores artesanales como respuesta a la sobre-producción en huertos comunitarios" consiste en una serie de recomendaciones para las comunidades de Atrala de la Asunción y San José El Potrero para conservar y darle un valor agregado a sus productos orgánicos originalmente destinados para autoconsumo.

El reconocimiento del campo de la comunicación para la sustentabilidad han sido claves importantes en el acercamiento y reconocimiento colectivo de la actividad de las comunidades y sus problemáticas, y a su vez, la comunicación se constituye como una herramienta indispensable en términos de mejoras y cambio social.

El término de comunidad utilizado a lo largo de este trabajo hace énfasis al conjunto de individuos que comparten el mismo objetivo y se organizan de manera formal o informal para la solución de los problemas colectivos. Para Socarrás (citado en Cause Cathcart 2009), la comunidad va más allá de la delimitación geográfica, si no más una historia en común, son intereses compartidos, realidades físicas y espirituales, costumbres, símbolos y códigos, que influyen en el sentido de pertenencia, factor que permite la movilización, la cohesión y la cooperación entre los habitantes de una comunidad. De este modo, la comunicación es un vínculo entre los miembros de la

comunidad que permite el sostenimiento de sus relaciones sociales, sus costumbres y modos de vida, a través del diálogo y el consenso.

El trabajo que se presenta para llegar a esta propuesta se estructura a partir de cinco capítulos.

El primer capítulo constituye el planteamiento teórico desde las posturas e interpretaciones, así como elementos trascendentales que permitan la articulación entre la comunicación y la sustentabilidad.

El capítulo comienza por hacer referencia de cómo se dio mi acercamiento con los proyectos sociales para la sustentabilidad así como también de las posturas desde las cuales desarrolle la intervención con los mismos. Posterior a esto, se perfila las tendencias de los principales pensadores e ideas que me han influido en los enfoques que permiten desglosar el mapa dentro del cual me he de desenvolver.

El segundo capítulo expone las principales características de los dos casos de éxito que sirve de enfoque en mi trabajo y que son "Todos por el abono orgánico" de la comunidad de Atala de la Asunción y "Bolsuero Tierra y Libertad" de San José El Potrero, del municipio de Taxco Guerrero.

A lo largo de este capítulo describo los elementos para la elección de los casos, así como también se describen las características y contextos en que presentan cada uno de ellos en cuanto a sus objetivos, desarrollo, contextos socio ecológicos, organización, apoyos, trabajo comunitario, migración y economía familiar. Para complementar la descripción incluyo una serie de fotografías tomadas durante la investigación. Los datos con los que se construye este capítulo se toman de las conversaciones que se entablaron con las personas de ambas comunidades.



En el capítulo tres presento la primera posición con la que se comenzó el análisis y los primeros resultados que me llevaron a replantear la forma de hacer el diagnóstico a través de mecanismos de participación y diálogo.

Posterior a esto se recuperan datos resultantes del proceso dialógico que se da con los habitantes, rescatando aportes desde su voz testual que permite la autogestión de los habitantes para detectar la problemática central y plantear una posible solución.

El cuarto capítulo esboza la propuesta después del proceso dialógico y participativo que se da con los habitantes y desembocara en un manual que permita darle valor agregado a los productos que se cosechan en las comunidades y que son resultado del trabajo de los proyectos. Dicho manual se presenta en dos secciones, la primera con un recetario construido a partir de las tradiciones de distritos locales para preparar y conservar alimentos; la segunda presenta una serie de pasos para la tarea de comercializar y promoción de los productos resultantes.

Finalmente, el quinto capítulo se concluye con la reflexión sobre la experiencia vivida en la labor de investigación y los aprendizajes obtenidos en cuanto al proceso participativo y dialógico que se dio con las comunidades, así como también el papel positivo que implica la comunicación para la sostenibilidad.

## CAPÍTULO I

### COMUNICANDO LA SUSTENTABILIDAD.

En el proceso del trabajo de investigación, en un primer paso, establecí contacto con líderes comunitarios de las comunidades Atrah de la Asunción y San José El Potrero respectivamente dedicados a desarrollar proyectos perfilados a la sustentabilidad, posterior a esto, recibí por parte de estos líderes antes mencionados la invitación para participar en el monitoreo y evaluación de proyectos sociales encaminados a la sustentabilidad dentro de la convocatoria “¡¡Tasco Va...!!” lanzada en el 2013 por el Grupo Encuentro y Casa Grande Tasco, en el estado de Guerrero<sup>1</sup>. Aprovecho esta invitación, que se da en el mes de abril de 2014, pues me pareció una buena oportunidad para acercarme a las comunidades y conocer la forma en que trabajan los proyectos. Principalmente buscaba la oportunidad de entender como las comunidades auto-gestionan y ponen en marcha iniciativas a favor de su bienestar y del medio natural que los rodea.

Mi formación como comunicóloga e investigadora me exige como principal compromiso, contribuir a que la comunicación sea una herramienta y un vínculo básico en los procesos de desarrollo, en los cuales la sustentabilidad sea el eje rector. Pero no se trata de usar la comunicación con el fin único de transmitir mensajes, sino más bien como un detonador para que las propias comunidades sean participes en el desarrollo de propuestas y toma de decisiones a favor de su bienestar y el entorno natural en que se ven inmersos.

---

<sup>1</sup> A pesar de que se aceptó la invitación de participar en el monitoreo, el trabajo se dio en su totalidad con los proyectos “Todos por el abuso orgánico” y “Habría que Tierra y Libertad”, en cuanto a los hallazgos obtenidos sirven para mi uso exclusivo y con fines de mi trabajo de investigación.

A partir de esta inquietud, es que presento un marco teórico basado en perspectivas de la comunicación para la sustentabilidad que me permitiera participar dentro de monitoreo de proyectos sustentables y así elaborar un diagnóstico, solicitado por los proyectistas, para detectar debilidades y diseñar estrategias de comunicación a favor de las metas de sustentabilidad que marcan los proyectos.

Dada la diversidad de enfoques teóricos respecto a la comunicación y la sustentabilidad, decidí tomar como referentes principalmente los trabajos de Kaplan (2002), Freire (1984), Beltrán (1981) y Alfaro (2006), los cuales hacen referencia a reconocer el papel positivo de la comunicación, a través de procesos de diálogo y participación que hacen partícipe a las comunidades como autogestores de políticas, planes y acciones para mejora de sus condiciones de vida.

## **1. ENTENDER LA COMUNICACIÓN**

Existen muchas maneras de concebir la comunicación, Kaplan (2002) la define a partir del verbo comunicarse, que se inclina en el diálogo, reciprocidad, intercambio y la relación de compartir. Esta noción, se relaciona con la de comunidad, con la que se expresa como "algo que se comparte o se vive en común".

Cada vez que se establece un contacto de uno hacia otro se establece un acto comunicativo, este vale de diversos elementos necesarios para el fin y a partir de estos que se han desarrollado distintos modelos comunicativos que comparten la base de transmisión de mensajes, ideas o emociones.

Desde los primeros modelos de comunicación, se presenta la unidireccional en el flujo comunicativo, es decir, pasar una idea de un ente emisor a uno o varios receptores para que la realicen. En estos términos se favorece los objetivos de unos sobre otros por

medio de la persuasión y se le conoce como el modelo clásico de comunicación vertical. Con la aparición de los medios masivos, tales como la radio, televisión y el internet, se presenta el efecto de "aguja hipodérmica" (Melkote 1991) que busca manipular a los receptores para reforzar actitudes e ideales de desarrollo inmersos en el consumismo, así como el convencimiento y aceptación de propaganda para ganar seguidores. Esta idea implica el nacimiento de una sociedad irracional y pasiva, donde los emisores ganan dominio sobre los receptores trayendo en su mayoría la pérdida de identidad cultural, desigualdad, marginación, así como también sobre explotación y uso irracional de los recursos, en fin, grandes de problemáticas tanto sociales como ambientales.

A partir de la década de los 60's, en América Latina, bajo un ambiente de movimientos y protestas sociales y estudiantiles, se presentan nuevos aportes y propuestas de comunicación que reflexionan la problemática y proponer acciones comunicativas en pro de otro tipo de "desarrollo", un enfoque comprometido con los sectores oprimidos en búsqueda del bienestar basado en valores y nociones de comunidad, ética, democracia, equidad, justicia, diálogo y participación. Este orden, reconoce al receptor como un individuo activo con una identidad cultural y capacidad para generar sus propios mensajes en concordancia con las necesidades y cultura propia (Barranquero 2010).

#### *Propuesta liberadora*

Freire (1984), analiza la problemática del conflicto ideológico entre técnicos y campesinos, que bajo el término "extensivismo", se utilizan los medios masivos de comunicación para convencer a las poblaciones rurales de introducir y utilizar tecnologías al campo sin tomar en cuenta la visión y las prácticas tradicionales de los

campesinos, dejando a un lado sus valores y conocimientos que han perfeccionado por generaciones.

Contrario a esto, Fraire propone un esquema de acción liberadora, donde la población, mediante una actitud activa pueda apropiarse del conocimiento para transformarlo y reinventarlo con el fin de aplicarlo a su favor en situaciones reales de entorno. En este carácter liberador para la propia realización humana, propone que los medios masivos han de adquirir un alto compromiso en dicho proceso.

#### *Propuesta de participación*

Por su parte, Beltrán (1981), critica y pone en evidencia la forma en que la comunicación y los medio masivos trabajan a favor del desarrollo modernizador de países como Estados Unidos y se mantiene alejado a las problemas reales de las regiones pobres del resto del continente Americano.

Para este pensador, la comunicación se debe presentar como un derecho de dialogo entre iguales a pesar de sus diferencias, donde todos tienen derecho de hablar y ser escuchados bajo términos de respeto y dignidad. Así también plantea la función positiva de las tecnologías de la información en favor de la construcción social, acción colectiva y autonomía de los pueblos para decidir sobre políticas, planes y acciones.

#### *Propuesta pre-alimentación dialógica*

Kaplan (2002), con su propuesta revaloriza el papel activo de los actores sociales como personas o comunidades que dialogan y participan de igual manera en la generación de mensajes con respeto y conciencia en los otros. Reconoce el potencial que tienen los medios y las técnicas de comunicación al servicio del pueblo.

Con la pre-alimentación dialógica, se refiere a la comunicación como "un acto que no comienza hablando si no escuchando" y que solo así es posible estar sintonía,

llegar a consensos y al conocimiento de cultura, condiciones y contextos, brindando la oportunidad de detonar el pensamiento crítico para llegar a procesos de descubrimiento, organización y participación.

#### *Propuesta para el cambio social*

Allaro (2006) plantea una opción integral donde la comunicación se presenta ligada al desarrollo a partir de prácticas con sentido social, cimentadas en valores universales y éticos que promueven el bienestar individual y colectivo bajo nociones de justicia, equidad, libertad y democracia, mismas que han de ser compatibles con una sociedad que siempre se está transformando y es protagonista del cambio social.

Conceptuaba el hacer comunicación como el acto de acercarse a la gente para hacerlos protagonistas sociales de la dinámica en la que se ven envueltos, dando valor tanto a las necesidades como a las expectativas que ellas mismas expresan comprometiendo los imaginarios y deseos de la gente en la línea de resolver sus problemas, alimentar esperanzas, generar cambios y salir adelante.

## **2. DEL DESARROLLO A LA SUSTENTABILIDAD**

El término de desarrollo sostenible, desde su surgimiento en los años 70's, ha tenido distintas aportaciones y definiciones en torno al concepto, todos comparten la necesidad de integrar intereses económicos, ecológicos y sociales. La definición mayormente citada es "desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las propias" (ONU 1987).

El término desarrollo sustentable es propuesto como un camino para corregir la crisis ecológica y social que el mismo desarrollismo ha causado, sin embargo, se sigue planteando bajo el manejo de recursos y tecnologías en aras del crecimiento económico para atender necesidades y lograr aspiraciones seguirá imperando ideales económicos de

las grandes potencias dominantes, que rezaga a los países subdesarrollados y no deja de ver al entorno natural como recursos inagotables.

Bajo este argumento no se trata de señalar con el dedo al desarrollo o ir contra el progreso, ciertamente este ha traído a la par grandes beneficios como son avances en la medicina y en la tecnología, sin embargo, cuando el desarrollo y el progreso se plantean y se desenvuelve bajo intereses de unos cuantos, deja a un lado valores éticos, se deshumanizan y se vuelven un atentado a las civilizaciones.

Si se ha de buscar favorecer a la humanidad, se ha de plantear un paradigma fundamentado en valores éticos, en responsabilidades verdaderamente asumidas y la democracia de las poblaciones para participar en procesos conscientes y críticos que lleven al bienestar social y de todos los seres que habitan este planeta al que llamamos tierra.

En este marco, la comunicación para la sustentabilidad, presenta un sistema alternativo que comprende estrategias y medios para el entendimiento y vinculación entre los participantes en los procesos de sustentabilidad, permitiendo la construcción de conocimiento que lleve a la acción. Para Macedo (2006), entender los problemas que impiden la sustentabilidad y buscar las posibles soluciones, solo se podrá dar a través de estrategias pertinentes, donde la participación ciudadana es fundamental en la elaboración y práctica, pues precisa el aporte de todos los actores de la sociedad.

### **3. COMUNICACIÓN PARA LA SUSTENTABILIDAD**

Entender la sustentabilidad va más allá de presentar una simple definición o de un concepto, si no como un proceso que comprende y promueve el bienestar el hombre y del medio natural en torno a dimensiones, ecológicas y sociales. Para esto se basa en el

marco de la acción colectiva (Ostrom 2000), economía comunitaria (Martínez, y otros 2014), así como una dependencia recíproca con los ecosistemas, esa estrecha relación vista desde un sistema socio-ecológico, que para Berkes y Folke (1998), es entendido como un concepto dinámico e integral de humanos en la naturaleza, y a su vez reconocen que toda sociedad tiene su propia ciencia en un cuerpo acumulativo de conocimientos y creencias por transmisión cultural sobre la relación de los seres vivos entre sí, que incluye al humano y con su entorno.

Bajo estos argumentos, de buscar hacer realidad la sustentabilidad, será fundamental buscar estrategias desde la comunicación principalmente que apoyen los planes de acción con métodos novedosos y coherentes con las diversas realidades sociales, así como sus características propias de acuerdo a sus contextos, cultura, moral y costumbres.

La comunicación, acompañada de los medios masivos y las tecnologías de la información, contribuye en la conciencia pública a favor de las metas de la sustentabilidad. El reto será lograr la vinculación entre todos los involucrados, construyendo una comunicación positiva, adaptada a las distintas circunstancias y contextos culturales para que favorezca el diálogo y haga pública pública la sustentabilidad.

La comunicación para la sustentabilidad surge como un campo emergente en un proceso social, incorpora un modelo participativo con énfasis en la identidad cultural y la democratización. En esencia, la comunicación se plantea como el intercambio de conocimiento dirigido a alcanzar un consenso para la acción que tenga en cuenta los intereses, necesidades y capacidades de todos los implicados en el asunto (FAO 2007).



Buscar iniciativas para el bienestar de las comunidades, sobre todo de las más vulnerables, se ha de dejar de lado las líneas convencionales y apostar por construir un concepto de sustentabilidad basado el sentir y la propia voz de las comunidades, así como también en el trabajo colectivo, economía comunitaria, participación, identidad, conocimiento cultural, códigos de ética, así como el reconocimiento y respeto de la naturaleza para su aprovechamiento y cuidado, sustentando la vida del hombre y de la madre tierra junto a todos los seres que la habitan.

Si se ha de buscar hacer posible el bienestar de las comunidades, se ha de empezar por entender a la sociedad de manera integral, dando cabida a tradiciones, valores y entornos naturales en que se desarrollan. A partir de una reflexión comunicante de los problemas que aquejan las dimensiones socio-ambientales y encamando el diálogo como herramienta para el cambio, permite hacer de las metas de sustentabilidad algo en común, y en este último término es donde la comunicación desempeña su labor, en hacerla participe todos los actores, en vivir la sustentabilidad en común.

## CAPÍTULO 2

### PROYECTOS SOCIALES PARA SUSTENTABILIDAD: DOS CASOS DE ÉXITO.

Para efecto de esta investigación me centre en dos proyectos exitosos de sustentabilidad, denominados "Todos por el abono orgánico" y "Biobueno Tierra y Libertad", ubicados en las comunidades de Atzala de la Asunción y San José El Potrero, respectivamente, del municipio de Taxco Guerrero. Dichos proyectos me parecen destacables porque se desarrollan en torno a las necesidades de la población y atienden problemáticas específicas en beneficio de la misma, con lo cual se asegura la supervivencia de la comunidad como una colectividad con valores y una historia común.

Entre ambas comunidades y a través de los proyectos se han desarrollado fuertes



FIGURA 2.2. Localización de las comunidades Atzala de la Asunción y San José El Potrero

vínculos de trabajo y cooperación mutua, por lo que se comparten e intercambian tanto conocimientos como productos derivados de su trabajo.

Dichos proyectos participaron en la convocatoria "¿Taxco Va...!?" auspiciados por los promotores de Grupo Encuentro y Casa Grande Taxco, de los cuales recibieron financiamiento y capacitación durante un periodo de 9 meses. Para ser beneficiados se tomó en cuenta que su proyecto respondiera directamente a problemáticas reales de las comunidades en que se desenvuelven, fuera propuesto y puesto en marcha por habitantes de comunidades taxqueñas, así como, contarán un líder de la misma comunidad, para así asegurar el compromiso de los mismo y, por último, que las condiciones del proceso permitiera seguir su operación después de terminado el financiamiento.

Cabe hacer un paréntesis para destacar, que el trabajo de los proyectos bajo el apoyo financiero de la compañía minera Grupo México, pudiera representar una contradicción si se piensa en las metas de la sustentabilidad, sin embargo, lo interesante es que las comunidades han sabido aprovechar el apoyo económico que les brindaron para poner en marcha sus iniciativas encaminadas a la sustentabilidad y apropiarse de estas para su autogestión en favor de su propio bienestar y beneficio.

## 1. PROYECTO "TODOS POR EL ABONO ORGÁNICO"

El proyecto, "Todos por el abono orgánico", está conformado por 18 comuneros de Atzala de la Asunción, esta comunidad se ubica aproximadamente a 12 kilómetros desde la ciudad de Taxco y según datos de SEDESOL (2010) presenta una población aproximada de 835 habitantes.

Este proyecto es liderado por Nancy González, de formación química y de profesión artesana de la plata. El objetivo de este proyecto es promover el uso de fertilizantes orgánicos y biopesticidas, así como la recuperación de la manera tradicional de trabajar el campo. González describe el proyecto como: "una manera de fortalecer el sentido de comunidad, siempre es dar-dar" (González 2014).

Cabe destacar que González no es el líder originario del proyecto, ni vive en la comunidad. El líder original es don Eusebio, que al enfermarse su hermano tuvo la necesidad de trasladarse a la ciudad de México, razón por la cual mediante un acuerdo



FIGURA 2.3. Participantes del proyecto "Todos por el abono orgánico".



FIGURA 2.4. Participantes del proyecto "Todos por el abono orgánico" con plántula del "Bishuanto"

entre los participantes del proyecto se invitó a Gonzales a tomar el cargo debido a su acercamiento al proyecto y su compromiso de trabajo.

En la comunidad es recurrente la migración a Estados Unidos, todos los comerceros que trabajan en el proyecto estuvieron anteriormente trabajando en el país extranjero, asimismo, la mayoría de ellos presentan edades avanzadas, lo que responde a que gran número de la población joven y adulta, sobre todo la del género masculino, se encuentra en el extranjero.

La principal fuente de ingresos es el campo. Sus productos los designan principalmente a su consumo directo y los excedentes los intercambian por otros productos o son vendidos. Sin embargo, a la hora de la comercialización han tenido que vender sus productos muy por debajo de su valor comercial. En otras ocasiones, su excedente ha sido tanto, que no han tenido la oportunidad de cambiarlo o comercializarlo. Este excedente implica una oportunidad, sin embargo se convierte en

una problemática al no transformarlo en otro producto con valor agregado.

La forma en que se organizan para trabajar es a partir de reuniones una vez por semana en la parroquia de uno de ellos, por lo que se van rotando el lugar de reunión, y el anfitrión pone el almuerzo o todos llevan algo para compartir. Mientras que se come, platican, cuentan anécdotas, revisan problemas, aportan ideas y planean la labor que realizarán en conjunto ese día. Terminando la comida, pasan lista y toman acuerdos, posteriormente se trasladan a realizar el trabajo en conjunto, que habitualmente es el manejo del abono o labores que implican mayor dificultad o es esfuerzo, así como también la demostración de alguna técnica nueva de la que harán uso. Terminado el trabajo se reúnen de nuevo para descansar y refrescarse, en este momento se ponen de acuerdo dónde se reunirán en la siguiente ocasión y las actividades a realizar en la siguiente ocasión. Durante los siguientes días trabajan de manera individual en sus propios cultivos, pero de requerir apoyo durante ese periodo, recurren a ayudarse en sus labores.



FIGURA 2.5. Trabajo en conjunto



FIGURA 2.6. Mazorcas de maíz

Durante los nueve meses, de septiembre de 2013 a mayo de 2014, que duró el financiamiento por parte del Grupo Encuentro y Casa Grande, utilizaron la compensación económica, que era de 700 pesos semanales por participante para adquirir herramientas, semilla, pagar alimentos, vaticos y apoyar en la cogosta de animales pequeños de granja como son pollos, conejos y peces (González 2014).

Un aspecto importante dentro del proyecto es el uso de técnicas tradicionales de cultivo y la recuperación de semilla criolla de la región, misma que han intercambiado en varias ocasiones con el "Biohuerto Tierra y Libertad".

## 2. PROYECTO "BIOHUERTO TIERRA Y LIBERTAD"

Por otra parte, el proyecto de "Biohuerto Tierra y Libertad" se desarrolla en San José El Potrero, a 5 kilómetros aproximadamente de la cabecera del municipio de Taxco, tiene una población aproximada de 625 habitantes (SEDESOL 2010).

Este proyecto nace en el seno familiar de Alfredo Gómez, misco y agricultor de la región y se replica entre vecinos del poblado. Su principal objetivo es promover, enseñar, apoyar huertos familiares para la producción de alimentos orgánicos, "con el proyecto no solo se busca producir alimentos y reforzar los valores de comunidad y autonomía, sino también el amor y respeto a la tierra" (Gómez 2014).

Para Gómez (2014), los huertos que desarrollan en su comunidad constituyen un gran apoyo a madres que se ven obligadas a sacar a delante a sus familias sin la compañía de sus parejas, por lo general, los padres de familia radican y trabajan en Estados Unidos, sito desde el cual envían dinero, siendo esta la principal forma de sustento de las familias de la comunidad.



FIGURA 2.7. Vista al Biohuerto





FIGURA 2.8. Cama de siembra con acelgas

Este proyecto, mediante la producción de comestibles, es de gran importancia para los habitantes del poblado pues contribuye a complementar la alimentación de las familias, sin embargo, existe la necesidad de obtener ingresos extras para contribuir al bienestar de las mismas.

La forma en que trabaja este proyecto es a través de un huerto demostrativo en la casa de Alfredo, donde con su esposa e hijos trabajan diariamente para mantenerlo. Aquí cultivan alimentos, producen abonos y plántula, crían pequeñas especies y desarrollan estrategias para optimizar los huertos familiares. A partir de este huerto, se desarrolla y extiende conocimiento tanto a vecinos de la comunidad, como de otras comunidades. Recurrentemente se dan cursos, capacitación y pláticas guiadas a comunidades o escuelas, las cuales aportan un costo de recuperación o aportan mano de obra en gratificación por el conocimiento adquirido.



FIGURA 2.9. Reutilización de llantas para cultivos

Los productos que se obtienen en el huerto son principalmente para consumo de la familia, el excedente se intercambia o se comercializan. Dentro de lo que se puede considerar el huerto líder, algunas personas buscan visitar el lugar con el fin de cosechar ellos mismos, para esto se les entrega una canasta y se hace un cobro de acuerdo a los productos que tengan en la canasta.

El "Bohuerto" ha desarrollado, con apoyo de otras comunidades, sistemas de manejo eficientes que maximizan espacios y aseguran la producción rotativa durante todo el año. Dentro de este se ha asegurado la producción de plántula de diversos productos que dada las condiciones del lugar tienen a desarrollarse óptimamente, así como también promover la producción de cultivos endógenos.

Tanto la comunidad de Atrá de la Asunción como la de San José El Potrero, presentan problemáticas sociales como la falta de recursos, carencia alimenticia y migración, por lo que los proyectos "Todos por el abono orgánico" y "Bohuerto Tierra y



FIGURA 2.59. Alfredo Gómez trabajando con comunidades

Libertad trascienden de manera positiva en el bienestar de dichas comunidades, al aportar iniciativas para la producción de alimentos, fortalecimiento del sentido de la comunidad y el cuidado del medio natural en el que se desenvuelven, convirtiéndose en casos de éxito en cuanto al tema proyectos sociales para la sustentabilidad.

## CAPÍTULO 3

### DIAGNÓSTICO

El diagnóstico permite identificar tanto logros como debilidades o problemas que impiden alcanzar los objetivos de sustentabilidad que se marcan los proyectos en cuanto a la producción de alimentos orgánicos bajo técnicas tradicionales reconociendo y respetando el entorno natural. En este sentido, es el punto de partida para iniciar cualquier acción, pues permite conocer la realidad y nos marca las pautas para desarrollar el plan de acción.

En primer lugar, me planteé durante la primera estancia en las comunidades detectar debilidades para diseñar estrategias de acuerdo a los objetivos y el marco teórico planteado. Sin embargo, en cuanto comencé a trabajar con los proyectos me di cuenta oportunamente que las comunidades han construido su propia metodología de trabajo la cual resulta ser eficiente y congruente.

Por lo anterior, reflexioné sobre el quehacer investigativo y mi objetivo de investigación y reestructuré la metodología proponiendo la investigación participativa basada en el diálogo activo, donde la principal herramienta fue el escuchar a los habitantes de las comunidades.

La forma en que me inserté en las comunidades para la obtención de datos fue a través de la observación participativa, trabajando mano a mano con las comunidades en el que hacer de los huertos lo que me permitió observar de cerca el desarrollo de las actividades del proyecto y sus condiciones de trabajo y a partir de eso elaborar el diagnóstico.

Tanto el proyecto "Todos por el abono orgánico" y "Boluerto Tierra y Libertad" resultan proyectos exitosos en cuanto a la acción colectiva, la economía comunitaria y su relación socio-ecológica, lo que posibilita los procesos de sustentabilidad de las mismas. En ambos casos, persiste la manera de tradicional de trabajar la tierra, lo que les permite obtener productos orgánicos que garantizan la calidad de los mismos y presentan ventajas sobre productos similares al aportar beneficios a la salud del ser humano y del medio ambiente, sin embargo, se puede observar que presentan problemas secundarios.

A lo largo de su trabajo en las huertas familiares, han desarrollado sistemas de producción eficientes con rotación y variedad de productos entre ellos frutas, verduras, hortalizas, plantas aromáticas y de ornato, sin embargo, en ocasiones la producción es tan basta que no se puede consumir en su mayoría o no se alcanza a comercializar, y cito textualmente "...se nos echa a perder porque no alcanzamos a comémoslos o venderlo, tenemos mucho... los arboles de limón esta tan lleno que se caen y se echan a perder... no sabemos qué más hacer con ellos"<sup>2</sup>. El excedente en la producción, en este caso, constituye un problema, pues al ser productos perecederos se descomponen y en consecuencia se convierte en desperdicio, lo cual resulta inaceptable y se debería de evitar.

El abrir la investigación a la participación y diálogo con las comunidades me permitió trabajar junto a ellos en la detección de la problemática en cuanto a no aprovechar al máximo el potencial de los productos de los huertos, derivándose algunos alimentos en desperdicios.

---

<sup>2</sup> Resuspensión oral en conversación con habitantes de la comunidad de Atala de la Asociación en Tasso Ocuere.

Atendiendo a esta problemática y las inquietudes que rodeaban a las mamas, les planteé cómo había aprendido de mis abuelas la forma de almacenar alimentos bajo la elaboración de conservas y cómo esto constituía una tradición en mi estado natal, Durango.

Esta experiencia, en ambos casos, les pareció sumamente útil y me pidieron que les enseñara las técnicas para la elaboración de conservas, cito textualmente "estaría bien que pudiéramos sacarle mayor provecho a los huertos... nos deberías enseñar a hacer las conservas".

A raíz de esta conversación, ambas comunidades plantearon un taller demostrativo donde pudiera enseñarles técnicas para realizar conservas con frutas de la región. El taller se planeó para el sábado 19 de abril del 2014, el cual sería impartido por mí en las instalaciones del "Biohuerto Tierra y Libertad".

Lamentablemente, el taller fue cancelado debido a que el hijo menor de Alfredo Gómez, líder del proyecto, enfermó y fue hospitalizado. Debido a que la fecha planeada para impartir el curso era un día antes de mi regreso a Durango, no se pudo reanudar la actividad, sin embargo, se convino en conjunto con los líderes de ambos proyectos, elaborar una síntesis de las recetas que a mi juicio resultarían convenientes en el aprovechamiento de los productos de los huertos, así como también un sencillo plan de comercialización para los mismos y les permitiera obtener ingresos a partir de la producción de los mismos.

Con el fin de responder a la demanda planteada por las mismas comunidades, me pareció pertinente elaborar un manual para la elaboración y comercialización de conservas, dulces típicos y leches orgánicas. Para la elaboración de este mismo, por un lado me di a la tarea de presentar un recetario con aportes que me dieron en entrevista

distintas personas sobre cómo elaborar de manera tradicional conservas, dulces típicos y leches, así como otros productos gastronómicos aprovechando la producción de los huertos. A la par de esto, en el mismo manual reproduco 12 puntos esenciales para la comercialización los productos artesanales. Esta iniciativa permite intercambiar conocimiento para dar respuesta a una problemática concreta, en este caso, darle valor agregado a los alimentos que se cultivan en los huertos familiares y contribuir a incrementar la economía familiar de las comunidades.

## CAPÍTULO 4

### COMPARTIENDO SABORES Y TRADICIÓN CONSERVAS, DULCES TÍPICOS Y LICORES ARTESANALES.

‘Cuando actuamos para apoyar los intereses de la comunidad logramos tener intereses y objetivos comunes, de esta manera la acción colectiva permite lograr ese objetivo y por ende beneficios para la comunidad ‘ (Ostrom 2000)

Esta iniciativa se presenta con el fin de dar respuesta a las necesidades que pliegan los proyectos “Todos por el abono orgánico” de la comunidad de Atala de la Asunción y “Biohuerto Tierra y Libertad” de San José El Potero”, en cuanto a maximizar el aprovechamiento de los productos cosechados en los huertos y contribuir a la economía familiar.

La propuesta pretende dar valor agregado, a través de procesar, conservar, empacar y promocionar productos artesanales. Para la construcción del manual se contó con la participación y aportes de distintas personas de comunidades diversas que han compartido, a través de entrevistas, su conocimiento y tradición.

A continuación se presenta la propuesta en dos partes. La primera detalla procedimientos para la elaboración de dulces, licores, conservas y distintos plátanos. La segunda presenta sencillas estrategias para la comercialización y promoción de los productos elaborados.



## 1. RECETARIO PARA LA ELABORACIÓN DE CONSERVAS, DULCES TÍPICOS, LICORES ARTESANALES Y OTROS PLATILLOS

La cocina es el legado de nuestros ancestros, es una herencia cultural y, que en ocasiones se guarda celosamente, sin embargo el olor, sabor, color, texturas, formas y todas sus semificaciones que la acompañan invaden de placer a todos los paladares. La comida va más allá de un satisfactor físico, sino que el aroma y el sabor nos hacen recordar con nostalgia (Fiscal 2005).

El compartir una receta de cocina no solo nos brinda la oportunidad de conocer y disfrutar otros sabores, si no que se comparte historias, se presentan distintas formas de percibir la realidad, se retrata una región, un lugar, su contexto, organización, costumbres, cosmovisión, identidad y cultura.

De esta forma es que a continuación se presentan distintas recetas y técnicas que han compartido personas de diferentes comunidades a lo largo del país y de otras partes del mundo.

### CONSERVAS

La conservación de alimentos por métodos artesanales presenta enormes ventajas, tanto para las familias como para las pequeñas y medianas producciones artesanales, sobre todo al emplear procedimientos naturales, sencillos y de bajos recursos e insumos. Esta opción permite disponer de alimentos sin aditivos artificiales aumentando el valor agregado del mismo, a la vez de aprovechar al máximo las cosechas y convivir con las tradiciones de la agromanía familiar.

#### *Duraznos en almíbar*

Receta aportada por Indalecia Bernal Espinoza, 67 años, Durango, Dgo.<sup>1</sup>

Ingredientes:

---

<sup>1</sup> En conversación con Indalecia Bernal Espinoza el día 2 de julio de 2014.

- 15 duraznos medianos con huesos
- ½ Kg. de azúcar
- 2 Lt. de agua

#### Procedimiento

Se pelan y se lavan los duraznos. En una olla alta y gruesa, de preferencia de peltre, se pone el agua y el azúcar, se deja hervir a temperatura alta por una hora hasta que se haga "mielcita", se agregan los duraznos y se deja hervir a temperatura baja por una hora más. Se envasa según el procedimiento que se explica más adelante.

#### *Cortadillo de frutas*

Receta aportada por Indalecia Bernal Espinoza, 67 años, Durango, Dgo.

#### Ingredientes

- 15 piezas aproximadamente de las siguientes frutas: pera, durazno, membrillo y manzanas
- ½ Kg. de azúcar
- 2 Lt. agua

#### Procedimiento:

Se pelan la fruta, se descorazona y se parte en cuadros o en tiras gruesas. En una olla alta y gruesa se pone el agua y el azúcar, se deja hervir a temperatura alta por una hora hasta que se haga la miel, se agrega la fruta y se deja hervir a temperatura baja por una hora más. Se envasa según el procedimiento que se explica más adelante.

#### *Higos en almíbar*

Receta aportada por Indalecia Bernal Espinoza, 67 años, Durango, Dgo.

#### Ingredientes

- 100 higos firmes y con rabito

- 1½ Kg. de azúcar
- Agua, la necesaria

**Procedimiento:**

Se lavan los higos y con ayuda de un cuchillo se traspasan con un corte en forma de cruz, este en la parte de arriba, no debe ser abajo porque se pueden desbaratar. Se ponen los duraznos en una olla, alta y gruesa, con agua hasta que los cubra, se vacía el azúcar por encima y se dejan a fuego alto. Cuando vuelve el hervor se baja a fuego lento y se dejan cocer, esto lleva mucho tiempo, de 7-8 horas. En ningún momento se revuelven. Para checar si ya están listos, con cuidado se toma miel entre los dedos, si está hace hebra se los apaga y se emasan.

*Cajeta o ate de membrillo*

Receta aportada por Irdalecia Bernal Espinoza, 67 años. Durango, Dgo.

**Ingredientes:**

- Membrillos
- Azúcar
- Agua
- Las cantidades dependerán de lo que se desea hacer<sup>4</sup>

**Procedimiento:**

Se lavan perfectamente los membrillos, se parten por la mitad y descorazonan. En una olla grande se pone agua a hervir, cuando suelta el primer hervor se ponen los membrillos y se dejan cocer por media hora, con ayuda de un colador se sacan y se muelen en un molino o se pasan por una malla para obtener la pulpa.

<sup>4</sup> Por regla, se toma que por cada kilo de pasta de fruta se agrega 1 kilo de azúcar.

Ya que este la pulpa se pone en un cazo de cobre o una olla muy gruesa. Se revuelve la pasta con azúcar, se pone a la lumbre, de preferencia con leña, pero también puede ser en la estufa. Para que se cocin, debe estar en el fuego por casi 2 horas sin dejar de mover, siempre se mueve con una pala de madera desde el fondo para que no se pegue. Ya para terminar se le agrega jugo de limón pasado por un colador, 1 limón por kilo de pasta, se deja cocer 10 a 15 minutos más. Esto último es para que le de brillo a la cajeta. Para saber si ya está en su punto se saca la pala con la que se ha estado moviendo y se pone de cabeza, si la cajeta no cae, esto indica que ya está lista. Se colocan en moldes y se tapan con un palo o servilleta y durante una semana se estrojan ventilando en lugares secos y que les de los rayos de sol, se desmolda y se envuelve en plástico de cocina.

La cajeta también se puede hacer de guayaba con perón, o de guayaba con camote, solo que esta última queda con una consistencia para untar y se envasa como una mermelada.

#### *Mermelada de higo*

Receta aportada por Lidia Cecilia Bernal Espinoza, 67 años, Durango, Dgo.

Ingredientes:

- Higos bien maduros
- Azúcar
- Por cada kilo de pasta, un kilo de azúcar.

#### Procedimiento:

Se pelan los higos y se rajan o machacan con la mano, se pone en una olla gruesa a fuego bajo, con ayuda de una pala de madera se mueve constantemente hasta que esté listo, para saber si ya es su punto saca la pala y si no cae de ella ya está. Se le agrega el jugo de medio limón, se deja un poquito más para que se revuelva el limón, se retira del fuego y se envasa.

#### *Procedimiento de envasado*

Receta aportada por Indalecia Bernal Espinoza, 67 años, Durango, Dgo.

#### Ingredientes:

- Frascos para conservar
- Una olla alta
- Agua
- Toallas de tela

#### Procedimiento:

Se lavan los frascos y se dejan escurrir boca abajo en una toalla limpia, estos se dejan hasta que están perfectamente secos, nunca secamos directamente con un trapo pues podemos contaminarlos, esto se recomienda hacerlo un día antes de envasar. Se pone lo que se quiera envasar, ya sean duraznos, higos o mermeladas, no importa si están calientes o fríos. Para taparlos, se coloca la boca del frasco pegado al filo de una mesa, se pone la tapa boca abajo en la mesa, con cuidado de no agarrar aire, y se arrastra la tapa hasta el frasco, se cierra fuertemente, esto evita que no entre aire.

Se colocan los frascos boca abajo en la olla con agua, que los cubra a la mitad y se dejan en el fuego medio-alto por 20 minutos. Se retiran del agua con ayuda de una toalla, se voltean suavemente, se abre y cierra la tapa rápidamente para que expulse el aire, pero no se quita la

tapa. Se asegura que estén bien cerrados, se secan y se etiquetan con el nombre y la fecha de elaboración.

### ***Chile pasado***

Receta aportada por Indalecia Bernal Espinoza, 67 años. Durango, Dgo.

Ingredientes:

- Chiles anchos verdes para rellenar
- Asador y carbón

Procedimiento:

Se lavan los chiles y ya secos se asan en el carbón, se les quita la piel y se les hace un corte en la punta. Para el secado se colocan en una malla de alambre, y durante una un mes se sacan al sol y se voltean constantemente. Es importante sacarlos al sol durante la mañana y en la tarde meterlos para que no les del sereno. Ya que estén bien secos, se empacan en arpillas, canastos o bolsas de papel.

### ***Chiles en vinagre***

Receta aportada por Lorena Fierros Sánchez, 41 años. El Zapote, Jal<sup>1</sup>.

Ingredientes: 15 Chiles jalapeños, o de su elección

- 3 Zanahorias
- 2 Cebollas medianas
- 1½ taza de vinagre de manzana
- 1½ taza de agua
- 15 dientes de ajo
- 2 Cdas. semillas de orégano seco

---

<sup>1</sup> En conversación telefónica con Lorena Fierros Sánchez el 20 de diciembre de 2014.

- Aceite
- Sal al gusto

**Procedimiento:**

Se corta la zanahoria y el chile en rodajas segadas, la cebolla limpia y cortada en medias lunas. En una cacerola con aceite, a fuego alto, se agrega las verduras y se sofríen durante 5 o 7 minutos, hasta que la cebolla este acitronada. Agregamos el vinagre, agua, orégano y sal al gusto, se deja hervir y de vez en cuando se mueven.

Cuando está hirviendo con fuerza se tapa y apaga la llama. Se deja reposar por 10 minutos y se envasa en frascos de vidrio. Una vez que están llenos, se tapan, se ponen boca abajo por 5 o 10 min, se voltean de nuevo y se guardan.

También se pueden agregar otro tipo de chile como son chiles de árbol, de mata, manzano, habanero o el de preferencia, ya sea solo de uno o combinado.

*Envasado de jitomate*

Receta aportada por Serjio Méndez, 41 años, Winnipeg, Canadá<sup>6</sup>.

**Ingredientes:**

- Jitomates maduros, bien lavados y sin rabito

**Procedimiento:**

Se parten los jitomates a la mitad, se llevan a la olla, se le agrega agua en cuando los cubra, que no floten, y se dejan cocer. Ya que estén cocidos se sacan del fuego y calientes se envasan en frascos de vidrio, se tapan dejándolo bien apretados, se voltean y dejan por 10 Min., se regresan a su posición, se etiquetan con el nombre del producto y fecha de envase, luego se guardan. Se pueden conservar por un mínimo de 1 año.

---

<sup>6</sup> En conversación telefónica con Serjio Méndez Rodríguez el 19 de diciembre de 2014.

Con este mismo principio se pueden hacer conservas como frutas, frijoles cocidos, salsas picantes, etc.

#### *Mermelada de naranja o mandarina*

Receta aportada por Serjo Méndez, 41 años. Winnipeg, Canadá.

Ingredientes:

- Naranjas peladas
- Ralladura de una naranja
- Agua
- Azúcar

Procedimiento:

Para hacer las mermeladas, por regla podemos tomar, que por cada taza de pulpa es una de azúcar.

Primero se le quita lo amargo a la ralladura, para esto se pone a hervir agua y se agrega la ralladura y se deja 15 Min., se cuele y reserva. Se cortan las naranjas en trozos medianos retirando el corazón y las semillas.

En una cacerola gruesa y alta se pone la pulpa de fruta, azúcar<sup>7</sup> y la ralladura. Se deja cocer a fuego lento, se mueve ocasionalmente, hasta que espese. Para saber si ya está lista, se pone un poco en un plato, se pone boca abajo y no se derrama es señal que está lista, si no pasa es necesario cocerla un poco más. Para emvasarla, en cuanto esté terminada se emvasa en caliente, se cierra el frasco, se voltea con la tapa hacia abajo, lo dejamos reposar por 10 o 15 minutos, se voltea y guarda.

---

<sup>7</sup> Por regla, las mermeladas llevan 1 taza de azúcar por cada taza de pulpa de fruta.



### *Mermelada de frutillas<sup>8</sup>*

Receta aportada por Serjo Méndez, 41 años. Winnipeg, Canadá

Ingredientes:

- 1 taza de fruta madura (de la que se prefiera)
- 1 taza de azúcar

Procedimientos:

Se lava la fruta, se le retira los tallos, en el caso de uvas y cerezas las semillas. En una olla alta y gruesa se ponen los ingredientes y se dejan cocer a fuego medio durante 30 minutos aproximadamente, se mueve ocasionalmente. Cuando esté lista se envasa en caliente.

### **VINOS Y LICORES**

Licor, una bebida placenteramente espirituosa, cómplice de artistas y bohemos. Estas han formado parte de la civilización humana durante miles de años y el efecto que provocan al tomarlas las ha llevado a considerarse por distintas culturas como un néctar divino.

### *Ponche de frutas*

Receta aportada por Lorena Fierros Sánchez, 41 años. El Zapote, Jal.

Ingredientes:

- 2 Kg. de fruta, puede ser guayaba, granada, zarzamora, tamarindo, etc.
- 1 Kg. de azúcar
- Alcohol de caña
- Botellas de vidrio con tapa o corcho

---

<sup>8</sup> Se refiere a fresas, zarzamoras, arándanos, cerezas y uvas.

#### Procedimiento:

Se elige la fruta con la que se trabajará, se limpia, licua con un poco de agua y cuela para obtener la pulpa. Aparte en una cacerola alta de aluminio o peltre se pone el azúcar, se baña con media tasa de alcohol, empujada se le prende fuego con un cerillo (no se pone al fuego de la estufa) y se mueve constantemente con una cuchara de madera hasta que el azúcar tome el aspecto de caramelo, si el fuego llegará a apagarse antes de lograr el caramelo se agrega de nuevo un chorro de alcohol y se vuelve a prender. Una vez que está el caramelo y sin que se haya apagado el fuego se le agrega la fruta molida y se sigue moviendo hasta incorporar todo, una vez incorporado y que tome la consistencia deseada, se le agrega un poco más de alcohol, esto dependerá del gusto de cada quien, de acuerdo a que tan fuerte o cargado lo deseen. Ya que está listo y se ha enfriado, se vacía en botellas de vidrio y se almacena en un lugar oscuro por al menos 8 días. El tiempo de almacenaje dependerá del aspecto que se le quiera dar, ya que entre más tiempo toma mayor color y cuerpo.

Las cantidades de azúcar y alcohol dependerán del gusto de cada persona, si quiere que la bebida no sea tan fuerte será menos la cantidad que se agrega. Igual pasa con el azúcar, algunas frutas son más dulces que otras, es importante que el ponche no quede muy dulce pues al tomarse puede quedar de un sabor "chocoso" por la gran cantidad de azúcar.

La consistencia que toma depende de cada gusto y de la fruta que se utiliza, si se quiere una consistencia más espesa es menos la cantidad de agua con la que se licua.

#### *Roumpope*

Receta aportada por Evangelina Rodríguez, 78 años. Uruapan, Mich<sup>o</sup>.

#### Ingredientes:

---

<sup>9</sup> En conversación con Evangelina Rodríguez el 4 de enero de 2015.

- 1 Lt de leche
- ½ taza de azúcar
- 3-5 rajas de canela
- 4 yemas de huevo
- ½ taza de leche o 1 lata de leche evaporada
- Alcohol

#### Procedimiento:

Podemos en una cacerola 1 Lt. de leche, el azúcar y la canela, lo llevamos al fuego y lo movemos constantemente, de preferencia con un bandor de globo o un molinillo. Aparte licuamos ½ taza de leche y las yemas. Cuando la leche que tenemos en el fuego comienza a hervir le incorporamos poco a poco lo que licuamos, sin dejar de mover lo dejamos 5 minutos más. Se apaga y llevamos la olla a una tina con agua fría, seguimos moviendo constantemente y agregamos el alcohol según la cantidad que uno prefiera (para esto se puede ir probándolo), se sigue moviendo hasta enfriar. Una vez que esté bien frío se envasa en botellas de vidrio o plástico, para esto, la botella debe estar bien lavada y seca, luego se le agrega un chorro de alcohol y se mueve para que se cubra completamente por dentro, se le retira el alcohol e inmediatamente se envasa el rompope.

Por ser una bebida de leche se debe mantener en refrigeración. Refrigerado a una temperatura constante puede durar hasta 2 o 3 semanas.

Una manera de acompañar esta bebida es bañando una gelatina o con duraznos en almibar.

## DULCES TÍPICOS

Los dulces típicos no solo son deliciosos si no también una obra de arte cultural lleno de colorido y tradición, aquí convergen el legado prehispánico y colonial de nuestra cultura. La variedad de dulces mexicanos es tan amplia como la tradición de sus pueblos:

### *Limones cristalizados rellenos de coco*

Receta aportada por Esther García, 49 años. Pueblo de Santa María<sup>10</sup>, Atlahuacán, Ixtapalapa, D.F.

Ingredientes:

- 2 cocos de agua rayados
- 1 Kg. de azúcar morena
- 2 Lts. de agua
- Limones verdes grandes
- Colorante vegetal color verde

Procedimiento:

Se lavan perfectamente los limones, se cortan a la mitad, se retira la pulpa y se reservan (la pulpa la podemos utilizar para realizar agua fresca).

En una olla grande y gruesa se mezclan 1 Lt. de agua y  $\frac{1}{2}$  Kg. de azúcar, lo dejamos llevar al fuego durante 25 Min. aproximadamente sin dejar de mover hasta lograr un punto de miel, se le agrega un poco de pintura vegetal y se sigue revolviendo. Luego se colocan las cascarras que se habían reservado y se dejan por una hora aproximadamente hasta lograr en las cascarras un aspecto cristalino y que sean fáciles de manipular.

---

<sup>10</sup> En conversación telefónica con Esther García el 18 de diciembre de 2014.

En otra olla se mezcla de nuevo 1 Lt. de agua con  $\frac{1}{2}$  Kg. de azúcar, se lleva al fuego lento por 25 Min. para hacer el caramelo, sin dejar de mover se agrega el coco a manera que este se humedezca y tome una consistencia que sea manipulable para hacer bolitas, se retira del fuego, se hace bolitas con las que se rellenan los limones y se juntan dos cascara.

#### *Naranjas cristalizadas*

Receta aportada por Esther Garcia, 49 años. Pueblo de Santa María Atahuacan, Iztapalapa, D.F.

Ingredientes:

- 4 o 5 naranjas grandes
- 1 Lt. de agua
- $\frac{1}{2}$  Kg. de azúcar
- Canela

Procedimiento:

Se lavan muy bien las naranjas y se cortan en rebanadas de aproximadamente  $\frac{1}{2}$  cm. Aparte en una olla se realiza el caramelo, cuando este comienza a hacer hervor se colocan las naranjas y la canela, esta es opcional, se mantienen a fuego bajo por una hora y media hasta lograr el punto cuando el agua toma espesor y la parte blanca de la naranja toma un aspecto cristalino, casi transparente, después se sacan con cuidado de no romperlas, se ponen en una rejilla y se dejan secar por un día. Una vez completamente secas se pueden conservar hasta por un mes con el almibar en un recipiente hermético. Una vez abierto se debe conservar en el refrigerador.

Una opción para las naranjas es bañarlas en chocolate. Cuando las sacamos del fuego, con cuidado de no romperlas se les coloca un palito de brocheta de bambú, se dejan secar, ya secas se

bañan en chocolate previamente derretido a baño maría y se logran unas bonitas paletas que se puedan colocar en celofán y adornar con un moño.

### *Higos cristalizados*

Receta aportada por Esther García, 49 años. Pueblo de Santa María Aztahuacan, Itzapalapa, D.F.

Ingredientes:

- 10 higos (deben ser cortados un día antes de elaborarlos)
- 4 Cdas. De cal
- Agua, la necesaria
- 1 Kg. de azúcar
- ½ Kg. de piloncillo

Procedimiento:

Se les hace un corte en forma de cruz por la parte de abajo, se remojan por 5 horas en un litro de agua con la cal, pasado el tiempo se sacan y se reservan. Esto les ayuda a quitar el sabor amargo y conservarlos.

En una olla se coloca el azúcar, piloncillo y ¼ de litro de agua, se lleva a fuego lento por una hora aproximadamente si dejar de mover hasta lograr un caramelo espeso, se colocan los higo y se dejan por una hora más hasta obtener una consistencia suave, que se pueda enterar fácilmente la uña del dedo.

### *Dulce de papaya*

Receta aportada por Ramona Espinoza Castañeda "Ma' Ramona", 99 años. Carranero, Sin<sup>11</sup>.

Ingredientes:

---

<sup>11</sup> En conversación telefónica con Ramona Espinoza Castañeda el 18 de diciembre de 2014.

- 1 Kg. de papaya en punto "popocagüe"<sup>12</sup>
- Bicarbonato de sodio
- 800 gr de azúcar morena
- Agua la necesaria
- Clavos de olor (opcional)

#### Procedimiento:

Se pela la papaya, se le quitan las semillas y la pulpa que pueda traer, se corta en tiras y se lleva a una bandeja. Luego se pone a orear por 2 horas, pasado el tiempo se le agrega el bicarbonato esparciéndolo por toda la fruta cortada, si es necesario se manipula con las manos para lograr que se llene toda y se coloca en un lugar seco. Si se comenzó el procedimiento por la mañana se deja así por toda la tarde. Pasado el tiempo, se pone hervir aproximadamente 1lt de agua y se coloca la papaya durante 2 o 3 minutos, se retira y se lava con agua fría, se coloca en un colador y se deja escurrir durante toda la noche. Al otro día, en una olla se pone 1 ½ litro de agua, el azúcar y los clavos, se lleva a fuego medio por 15 minutos, luego se baja el fuego y se agrega la papaya, se cocina durante 1 a 1 ½ hora hasta que se logra ver que espesa y el almibar hace hilo al sacar la cuchara. Se deja enfriar y se puede empaquetar en frascos de vidrio.

#### *Manzanas caramelizadas*

Receta aportada por Esther García, 49 años. Pueblo de Santa María Aztahuacan, Ixtapalapa, D.F.

#### Ingredientes:

- 12 manzanas firmes y de tamaño mediano

<sup>12</sup> Se refiere a cuando la fruta de la papaya es cortada en un tamaño casi verde, cuando comienza a partir.

- 4 tazas de azúcar
- 2 tazas de agua
- Limones partidos a la mitad
- Colorante vegetal color rojo
- Palitos de madera
- Papel encerado

#### Procedimiento:

Se lavan y se secan perfectamente las manzanas. Se toman los palitos de madera y se les unta limón por la parte que se introducirá a la manzana, esto evita que las oxide, luego se introducen a la manzana, la cual deberá estar muy seca. El palito debe entrar a una profundidad media con cuidado de no atravesarlas. Aparte en una cacerola gruesa y de fondo alto se coloca el azúcar, agua, colorante, la cantidad depende según el tono que se desee, y unas gotitas de limón, se lleva al fuego y sin mover se deja por alrededor de 15 minutos a 20 minutos, para saber el punto, con ayuda de una cuchara se toma un poco de caramelo y se vierte en un recipiente pequeño con agua, si al tomarlo tiene una consistencia chiclosa se deja más tiempo, pero si este es quebradizo quiere decir que ya está listo. Inmediatamente se meten las manzanas en el caramelo y se van girando para que cubra completamente la manzana, se deja escurrir un poco el exceso y se coloca en el papel celofán. Este procedimiento se debe hacer de manera rápida para evitar que seque el caramelo y con cuidado de no quemarse pues provoca fuertes heridas en la piel.



Una vez que secaron y están bien frías se envuelven en plástico de cocina o en cellofán. Estas se conservan de 2 a 3 días según el clima.

#### *Tarugos de tamarindo*

Receta aportada por Esther García, 49 años. Pueblo de Santa María Azabuacan, Itapalapa, D.F.

#### Ingredientes:

- 1 Kg. de tamarindo limpio y con hueso
- 1½ Kg. de azúcar
- Chile en polvo

#### Procedimiento:

Se colocan el tamarindo y la azúcar en una cacerola gruesa y con fondo alto, se lleva a fuego alto, cuando comienza a hervir se baja a medio y se deja hervir por 20 a 25 minutos, moviendo constantemente, hasta lograr una consistencia espesa, que al mover la pala se pueda ver el fondo. Se deja enfriar y se lleva a una superficie plana, le agregamos 250 Grs. de azúcar y amasamos hasta integrar el azúcar y que logremos una masa flexible. Dividimos la masa en dos, tomamos una de las mitades y le agregamos chile en polvo y un punto de sal, la amasamos de nuevo.

Una vez que tengamos nuestras masas, una de azúcar y otra de chile, realizamos bolitas de tamaño iguales (para que todas queden del mismo tamaño las podemos pesar, pueden ser de 50grs.) y después las rodamos en chile o azúcar según de que sea.

Otra opción es realizar banderillas, el procedimiento es el mismo, sólo que después de hacer las bolitas, lo aplanamos un poco, le colocamos un palito largo de madera y se envuelve

este hasta la mitad para lograr una especie de paleta, se pasa por la azúcar o el chile y se cubre con plástico de cocina o celofán.

## OTROS PLATILLOS

La comida es el punto de encuentro de todos los seres humanos, es icono y convergencia cultural. En cada plato, tan rico y variado como son las culturas no sólo transmite sus sabores y aromas, habla de su gente, cuenta una historia.

### *Corundas (tamales) de acelgas*

Receta aportada por Evangelina Rodríguez, 78 años. Uruapan, Mich.

#### Ingredientes:

- 1 Kg. de masa para tamal
- ¼ Kg. de manteca de puerco o vegetal
- 1 Cda. rasa de royal
- Agua o caldo de pollo necesario para amasar
- Hojas de acelgas, deben ser grandes
- 1 Pza. de calabazas picadas en cuadritos
- 1 Pza. de zanahoria picada en cuadritos
- 1 Pza. de chile perón picado finamente.

#### Procedimiento:

En una batea a cremamos la manteca con el royal, una vez que esponje se agrega la masa y se comienza a batir, se agrega la sal y el líquido, ya sea agua o caldo, necesario para batir, nos

debe quedar una masa blanda, debe estar todo bien incorporado, que no se sientan pedazos de masa. Para saber si la masa ya está en su punto tomamos un poco de masa, y la ponemos en un vaso con agua, si la masa se hunde quiere decir que deberemos seguir batiéndola, pero si esta flota, es señal que esta lista. Cuando esté terminada de batir se le agregan las verduras y se revuelve para que queden incorporadas a esta. Aparte ablandamos las hojas de acelga, para esto las ponemos en una olla con agua caliente, cuando vea que toman un aspecto marchito, las sacamos y ponemos a escurrir el exceso de agua. Tomamos una hoja y en el centro colocamos un "sopito" de masa (una cucharada de masa) y envolvemos con el resto de la hoja, los acomodamos con cuidado en una olla y se cocen a baño maría por aproximadamente una hora.

#### *Chiles rellenos en escabeche*

Receta aportada por Clotilde Bernal, 64 años. Culacán, Sin<sup>13</sup>.

Ingredientes:

- 6 chiles anchos para rellenar
- 2 calabacitas grandes
- 2 zanahorias grandes
- 1 cebolla grande
- Ensalada de atún
- Vinagre
- Agua
- Orégano
- Sal
- Pimenta en bola

---

<sup>13</sup> En conversación telefónica con Clotilde Bernal el 16 de diciembre de 2014.

#### Procedimiento:

Se asan y limpian los chiles, se les hace un corte por un lado y se rellenan de ensalada de atún que se hace mezclando el atún, mayonesa, jitomate, cebolla, sal y pimienta molida. Aparte, se corta la zanahoria y calabaza en julianas, la cebolla se filetea, y se ponen a fuego medio-alto en un sartén con un chorrillo de aceite y algunas pimentas en bola. Cuando la verdura este acitrionada se agrega en partes iguales vinagre y agua, se deja hervir un poco, se le pone sal y orégano, hierve un poco más, se apaga y deja enfriar. En un refractario o recipiente grande se ponen los chiles ya rellenos y se cubren con el curtido, se almacenan en el refrigerador y se sirven.

#### *Calabacitas en salsa cremosa*

Receta aportada por Lorena Fierros Sánchez, 41 años, El Zapote, Jal.

#### Ingredientes:

- Calabazas
- Ajo
- Jitomates cocidos
- Chile chipotle
- Crema
- Sal y pimienta
- Huevo batido para capear
- Queso o picadillo para el relleno

#### Procedimiento:

Se cocen las calabacitas, de preferencia al vapor, se corta el rabito, con cuidado se le quitan las semillas y se reservan. Una vez que están huecas se rellenan con queso o pecadillo, también se puede hacer el relleno guisando a la mexicana algunas calabazas. Se capean y se frien.

Aparte, se licuan los tomates, ajo, chile, crema y las semillas de la calabaza, se frien la salsa con un poco de aceite, se condimenta con sal y pimienta. Con esta salsa se bañan las calabacitas al momento de servir las.

#### *Atole de cacao*

Receta aportada por Evangelina Rodríguez, 78 años. Uruapan, Mich.

#### Ingredientes:

- 1 Lt. de agua
- 3 Cdas. soperas de masoca
- ½ taza de granos de cacao
- 200 Grs. de piloncillo
- 1 lata de leche evaporada

#### Procedimiento:

Se tostan los granos en un comalito, deben estar a fuego bajo y moviéndolos constantemente para que no se quemen. Cuando se pongan negros se quitan del fuego, se les retira la "tecatita"<sup>14</sup> y se licuan perfectamente con la leche. Aparte, en la leche se disuelve a masa, se cuele y se pone en una olla con el piloncillo, la cantidad de piloncillo dependerá del

<sup>14</sup> Se refiere a la cascara de los alimentos.

gusto de cada persona, y se pone a fuego medio moviéndolo constantemente, cuando comienza a hervir y que esté cocido, se agrega lo que se licua y se deja un ratito más sin dejar de mover.

### *Leche y galletas de soya*

Receta aportada por Evangelina Rodríguez, 78 años. Uruapan, Mich.

Ingredientes para la leche:

- 1 taza de semillas de soya
- 3 Lts. de agua
- 2-3 rajas de canela
- Piloncillo (opcional)
- Un lienzo limpio

Procedimiento:

Se ponen las semillas en un recipiente a remojar por 12 horas, para esto se ponen en el refrador para que no se echen a perder. Una vez remojadas se lavan perfectamente en el chorro de agua, se refriegan, luego se les saca la cascara y se licuan perfectamente, si es necesario se le agrega agua. En una olla se pone el agua, 2 o 3 litros según la concentración que deseamos, piloncillo a gusto de cada quien, canela y la soya licuada, se lleva a fuego medio y se está moviendo ocasionalmente, en cuanto suelte el hervor se baja el fuego y deja por 5 minutos más. Ya que esta lista se retira del fuego y con ayuda del lienzo colamos, nos ayudamos de las manos para poder escurrir al máximo, la masilla que queda en el lienzo se reserva para realizar las galletas.

#### Ingredientes para las galletas:

- Masilla de soya
- 2 tazas de harina
- ½ taza de azúcar
- ½ taza de aceite
- 1½ de Cda. de royal
- 1 Cda. de vainilla
- Piñoncillo en trozos

#### Procedimiento

En un recipiente batimos con una pala todos los ingredientes menos el piñoncillo, para esto agregamos agua, la necesaria para lograr una masa especita pero manejable, una vez que están todos los ingredientes integrados hacemos bolitas con la mano y las aplastamos un poco para darles la forma de la galleta y se les coloca un trozo de piñoncillo al centro. Se colocan en una charola engrasada o cubierta de papel encerado y hornearnos a 180° por 30 minutos o hasta que se pongan doraditas. Despegamos de la charola y las colocamos en un recipiente, cuando ya estén bien frías se pueden poner en bobitas de celofán.

## 2. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El comercio comunitario da referencia a la economía comunitaria basada en términos de valores de comunidad y sustentabilidad, es comprar y pagar a los pequeños productores precios justos por sus productos.

El comercio justo, una protesta con propuesta, no trata de estar en contra o a favor de la globalización económica si no romper con los patrones de desigualdad para operar bajo preceptos de cooperativismo, mejor calidad de vida, respeto cultural y del medio ambiente, valores de comunidad, autoestima y motivación. Bajo estos preceptos y la concepción de agricultura orgánica, no solo se conserva el medio ambiente, sino que se busca enriquecerlo bajo el trabajo con ética, ofreciendo un producto no solo bajo la pluvial social si no también ecológica, son productos elaborados con responsabilidad (Revista Vinculando 2003).

Los preceptos que acompañan al comercio justo se basan en la justicia social, calidad del producto y cuidado de la naturaleza, fomentando la vinculación directa entre pequeños productores y consumidores, contribuyendo a los modelos de sustentabilidad.

Al igual que cualquier otro producto, su comercialización requiere apoyarse en estrategias de mercadotecnia y comunicación. A continuación se detallan de manera sencilla 10 pasos que apoyaran a tal labor, a la par y en forma de ejemplo se ira construyendo el plan de comercialización, al presentarlo de esta manera se da pie a que pueda ser modificado por las mismas comunidades:

### *Paso 1. Objetivos y metas*

Para comenzar hay que tener muy claro los objetivos y metas que deseamos lograr, esto nos ayudará a organizar las ideas. Para esto es necesario escribirlas, una técnica para lograrlo es hacerse y contestarse a las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son mis objetivos? (los objetivos son verbos-acciones como por ejemplo, realizar, compartir, ganar, etc.), ¿Con que fin o meta?



Ejemplo: Elaborar y comercializar conservas, dulces y licores artesanales con calidad orgánica con el fin de contribuir en la economía de las familias productoras.

### *Paso 2. Personalidad*

Es de suma importancia plantear los valores que acompañan a nuestro producto o empresa, así como también su misión y visión, es por lo que Jiménez (2009) distingue los siguientes puntos:

- **Valores:** son virtudes que reflejan la esencia e identidad que lo definen, por ejemplo: Nuestros valores se basan en el trabajo comunitario, comercio justo y respeto al entorno natural y humano.
- **Misión:** es definida como el porqué y el para qué existe, sirve para identificarnos ante los clientes, es lo que nos distingue de los demás destacando valores y beneficios.

Para lograr la formulación de la misión es necesario tener en claro el propósito de crearlo y el papel que desempeña dentro de la sociedad, para esto nos apoyamos con las siguientes interrogantes: ¿Qué función realiza la organización?, ¿Para qué lo hace?, ¿Cuál fue la razón de su creación?, ¿De qué medios se vale para hacerlo?, ¿Para qué lo hace? Ejemplo:

Ejemplo: Ser una empresa constituida en base al comercio justo al entregar un producto artesanales de calidad orgánica a nuestros consumidores y favorecer la economía de las familias que los producen.

**Visión:** es el resultado de nuestros sueños, nos dice a donde queremos llegar, qué es lo que anhelamos alcanzar. Esta debe ser idealista, positiva, que cumpla con la misión. Su redacción debe ser breve, con palabras fáciles de comprender y recordar. Ejemplos: 1) La calidad de nuestros productos y el cuidado de la naturaleza van de la mano, 2) Nos

distingamos por el valor cultural que acompaña a nuestro y que se transmiten a través de sensaciones que invaden a los paladares.

### *Paso 3. Mercado y plaza*

El éxito de una campaña se respalda en identificar las oportunidades de mercado. Cuando hablamos de un mercado meta nos referimos al segmento de la población con características comunes al que se enfoca un producto o servicio, cuando este es seleccionado correctamente y se prepara un plan de mercadotecnia a su medida se obtienen resultados óptimos (Kotler 2002).

En cuanto a la plaza, se refiere a identificar los lugares donde se ofrecerá nuestro producto, este constituye un canal de distribución por el que hace llegar los productos y servicios de los productores a los consumidores.

Los diferentes tipos de canales de distribución corresponden a las condiciones de cada empresa o producto, para tomar la decisión de cual usar se usan criterios sobre el tamaño y control sobre el mercado meta así como también los costos que implica la distribución (Alcantara, Cerón y Figueroa 2010).

Para determinarlo nos valemos de preguntarnos ¿A quién va dirigido mi producto?, ¿Quiénes pudieran adquirirlo?, ¿Quién prefiere mi producto?, ¿Cómo son estas personas?, ¿Cuáles son sus gustos?, ¿Dónde lo encuentro?, etc. Estas preguntas son claves para lograr un plan de comercialización y promoción adecuado.

De acuerdo a distinguir un posible mercado y plaza, durante mi observación distingo tres posibles plazas con mercados ya insertos para ofrecer los productos que se deriven del recetario. El primero se presenta en el tangas del centro de Taxco, pues al ser este un gran atractivo turístico, recorre un considerable número de personas que buscan productos propios de la región. El segundo se presenta en el Biohuerto Tierra y Libertad, pues al estar ubicado en una ladera, le

permite tener una panorámica de la región y en composición con los sembrados lo convierte en un lugar muy atractivo para visitar, de esta manera se presentan los visitantes como posibles consumidores de los productos, ya sean empaquetados como para degustar en el lugar. El tercer punto las pozas azules de Atzala que representa una oferta turística a los visitantes de Taxco.

#### ***Paso 4. Contacto***

Se ha de seleccionar la manera en que nos puedan contactar, puede ser por más de un medio, ya sea telefónico y a través de la red. Para objetivos de nuestro plan se recomienda el uso de las redes sociales como el Facebook y el Whatsapp, actualmente representan una excelente opción pues están al alcance de un gran número de personas y no implican un costo monetario mayor. Otra ventaja de hacerlo por este medio es que se puede tener respuesta casi momentánea a la vez que se puede presentar un catálogo de los productos donde se presenten las cualidades de los mismos.

#### ***Paso 5. El producto***

Es importante identificar las cualidades del producto, ¿qué lo diferencia de otros?, ¿Cuáles son sus beneficios?, ¿Cuáles son sus aportes?, etc.

Un punto aquí importante es crear la marca y logotipo tanto de la empresa como del producto, esto es darle un nombre, debe ser algo que lo identifique, que denote sus cualidades y a la vez sea atractivo. Se debe ser coherente con las metas, objetivos y sobre todo con los valores, misión y visión.

Según Cantone (2011) para nombrar una marca se deben tomar en cuenta las siguientes consideraciones: 1) una palabra es mejor que dos, 2) debe ser fácil de pronunciar, recordar y tenga relación con el producto o servicio que se ofrece, 3) se coherente con tu mercado meta y 4) la sonoridad, cómo suena el nombre pronunciado por otros.

Por su parte un logotipo es un símbolo que representa la personalidad y sirve de identificación. Este debe ser simple y a la vez rico en detalles y significado, así como adecuado a la idea que representa. Algunas veces la palabra de la marca y el logotipo significan lo mismo, existen logotipos que solo son símbolos e imágenes que representan el negocio o producto, otros se limitan a que la misma marca con alguna tipografía funcional y es muy útil cuando el nombre es relativamente corto y fácil de recordar, por último hay los que combinan los descritos anteriormente, cuando este es el caso se recomienda que el nombre sea relativamente corto, la imagen verdaderamente dinámica y que represente la marca (Newark 2002).

En cuanto a la creación del nombre de la marca y logotipo que acompañe los productos elaborados a raíz de esta iniciativa, se debe basar en elementos que identifiquen a las comunidades, el nombre puede utilizar la composición de palabras como "Tierra viva", o usar palabras que identifiquen ciertas regiones características propias del lugar, por ejemplo el uso de palabras de lengua indígena como "Tlali", que se deriva del náhuatl y significa tierra.

En cuanto al logotipo sugiero retomar la tradición de las pinturas en amate y referirse a un



FIGURA 4.11. Ejemplo de logotipo y nombre de la marca

ave de colores vivos, en este caso en tonos azul y blanco, tal y como las que se presentan bajo esta técnica.

#### ***Paso 6. Empaque y etiqueta***

Su presentación deberá brindarle formalidad y a la vez ser atractivo para el mercado meta. Esto no implica que sea un empaque demasiado vistoso o costoso, ya que no está peleada con la sencillez. El empaque debe ser coherente con el producto y su personalidad, debe garantizar que mantenga las propiedades del producto, contendrá información y características importantes del mismo, así como también información de sus productores y forma de contacto.

En cuanto al formato de diseño del empaque y etiqueta debe atender a las necesidades del producto y del mercado meta. Es importante que existan imágenes, pero no en demasia, así como los textos precisos para presentar la información necesaria. La correcta disposición de los textos e imágenes permitirá una mejor apreciación de los mismos y atiende a los principios de diseño que plantea Márquez (2007) y que son: 1) balance: que tiene que ver con que este equilibrado, 2) énfasis o punto de enfoque: donde se centra el interés a primera vista, 3) ritmo y movimiento: el juego entre líneas, formas, tamaños, colores y texturas 4) proporción y escala: relación de un objeto con su totalidad, 5) armonía y unidad: conjunto de elementos organizados y relacionados entre sí, 6) simplicidad: menos es más.

En cuanto a diseño de la etiqueta sugiero de nuevo la idea del papel amate donde se presente el pájaro acompañado del nombre de la marca. En esta misma etiqueta se debe presentar la información del producto, ingredientes y fecha de elaboración, así como también condiciones de conservación. El empaque y envase dependerá del producto, para las conservas se optará por usar frascos de vidrio especiales para conservas en presentación de medio y un litro. En cuanto a los licores se sugieren botellas de vidrio transparente con corcho en presentación de un litro.



FIGURA 4.12. Ejemplo de etiqueta

#### *Paso 7. Precio*

Se debe establecer el valor y/o precio que se le da al producto, esto dependerá también si se establece venta monetaria o trueque.

El precio es la unidad necesaria para adquirir un producto o servicio, esta unidad puede implicar algo más que dinero. Para establecer el precio se pueden tomar en cuenta cinco pasos: 1) sumar el costo de producir y dividirlo entre el total de la producción, esto dará el costo unitario, 2) sacar la relación de precios de la competencia y productos similares, 3) determina el valor que le dan los clientes potenciales al producto, se puede preguntar a familiares y amigos que les motiva a adquirirlo, 4) estimar la capacidad que se tiene de producción, que se puede vender y 5) una vez tomadas las consideraciones anteriores es momento de poner el precio, ¿cuál será? El que se decida, siempre y cuando haya considerado los puntos anteriores (Ochoa 2006).

Para facilitar la labor de asignar un precio al productos, a continuación se presenta una tabla de precios sugeridos para la comercialización de productos, para su elaboración se tomó como punto de partida el precio de mercado en que son comercializados por una persona dedicada a la elaboración y comercialización de productos artesanales<sup>17</sup>.

Producto	Precio	Presentación
Duramos en almíbar	\$70	Frasco de un litro
Cortadillo de frutas	\$60	Frasco de un litro
Chiles en vinagre	\$35	Frasco de medio litro
Chile pasado	\$120	Paquete de medio kilogramo
Mermeladas	\$45	Frasco de medio litro
Higos cristalizados	\$5	Piezas
Limonos rellenos de coco	\$12	Pieza
Ates	\$70	Pieza de un kilogramo
Dulce de tamarindo	\$12	30grs.
Licores	\$ 100	botella de un litro
Rompopo	\$60	Botella de un litro
Manzanas cubiertas	\$15	Pieza

FIGURA 4.12 Tabla de precios

### *Paso 8. Medios y promoción*

Para llegar al mercado que hemos destinado como meta será necesario utilizar canales de comunicación que nos ayuda a entregar y recibir mensajes sobre nuestra empresa o producto (Kotler, 2002). Realizar un plan de promoción de medio, nos puede llegar a hacer uso de del

<sup>17</sup> En entrevista con Guadalupe Bertrán el 4 de febrero de 2016

periódico, revistas, radio, televisión, sitios web, redes sociales, o cualquier otro. Los medios que seleccionamos para dicha tarea debe ser coherente con aquellos que haga uso o tenga acceso el mercado meta. Para realizar cualquier ejercicio de comunicación, sobre todo el de emitir un mensaje, como es en este caso nos debemos presentar las siguientes interrogantes: ¿Qué quiero decir?, ¿A quién?, ¿Cómo lo voy a decir? y ¿Con qué fin? Al contestarnos estas, nos aportan elementos que nos ayudan en nuestra labor.

En cuanto a los medios a utilizar sugiero los siguientes:

- 1) Puntos de venta: se colocan carteles y otros elementos con mensajes publicitarios en los lugares donde vamos a ofrecer el producto con el fin de llamar la atención de nuestro potencial cliente.
- 2) Carteles o volantes en lugares estratégicos como son hoteles, restaurantes y museos.
- 3) Páginas electrónicas y redes sociales: son de bajo costo, llega a un número considerable de personas, se pueden presentar elementos y características del producto y evita generar basura derivada de publicidad impresa.

Otro punto que sugiero es que la impresión se haga de preferencia en papeles reciclados y con tintas de calidad biodegradables, así como también tomar en cuenta el número de impresiones y los lugares donde se colocaran los carteles o se darán los volantes, todo esto con el fin de evitar contaminación.

#### *Paso 9. Otras opciones*

De acuerdo a las necesidades de nuestro producto y el capital económico que se cuenta, se puede optar por distintas estrategias de comercialización. Si nuestro público es local podemos utilizar canales de comunicación directas como volantes, tarjetas de presentación y el más efectivo, de boca en boca.



Acudir a mercados locales como ferias, tianguis, eventos comunitarios y educativos, entre otros, así como también la creación de un tianguis o un foro especializado es otra solución viable. Estas estrategias nos permiten tener un trato directo con el mercado, conocer a los clientes y establecer un vínculo con ellos. También podemos comercializar nuestro producto a través de tiendas o sitios especializados a los que acude nuestro mercado meta, para esto será necesario proponer un plan de negocio que funcione para ambos.

Por otro lado, el internet nos abra una oportunidad más extensa de mercado, especialmente a través de las redes sociales. Para utilizar estas herramientas se sugiere crear una página en las redes sociales y alertar a nuestros clientes de seguir las actualizaciones, para tal tarea nos podemos apoyar de ideas creativas para interactuar con el público, como crear concursos, hacer votaciones, etiquetar seguidores, etc. (Wells Fargo s.f)

Me parece conveniente la apertura de un sitio, de preferencia un tianguis en un lugar estratégico de la ciudad de Taxco, donde productores artesanales de las distintas comunidades de esa región puedan ofrecer sus productos, ya sean de hortalizas, alimentos preparados, dulces, piezas de alfarería, entre otras más.

#### ***Paso 10. La evaluación***

Para conocer si el plan que hemos trazado funciona adecuadamente es necesario evaluar los resultados de los objetivos y metas que se han trazado, esto nos ayuda a saber si las estrategias son las adecuadas o requieren un ajuste.

Para contar con fundamentos sólidos de la evaluación se deben recabar datos sobre las ventas y lo que nuestros clientes opinan del producto, por ejemplo, cómo es que te conocen, por qué seleccionan tu producto y te siguen comprando. Es importante saber cómo está captando el mensaje el mercado y la marca es seleccionada sobre otras. Existen diversas formas de

evaluar el plan de mercadotecnia y promoción, lo ideal es combinar los siguientes aspectos (Vilalobos, 2011):

- Verificar si el mercado meta o público objetivo recuerde el mensaje y marca.
- Comprobar que el mensaje sea claro y el consumidor lo entienda.
- Identificar cualquier distorsión en el mensaje y qué parte está entendiendo el público.
- Investigar qué opinión tiene el público sobre la marca y producto, si la reconocen, la posición que tiene frente a los consumidores y otras marcas y productos similares.
- Reconocer las emociones y sentimientos hacia la marca por parte de las personas.

La forma directa de obtener esta información es a través de encuestas enfocada a los clientes, tanto a los compradores como a los posibles compradores. A continuación se presenta un formato de encuesta con el único fin de ejemplificar:

#### Formulario para la evaluación de un producto:

Buen día, con el objetivo de conocer su opinión sobre los productos artesanales "Tlak", solicitamos responda las siguientes preguntas. Las respuestas que proporcione servirán para fines de evaluación por lo que sus datos personales permanecerán en anonimato.

I. Indicaciones: Marque con una X en la casilla que corresponda.

1. ¿Conoce nuestros productos?

SI	NO (Si contesto esta casilla, la encuesta ha terminado)
----	---

2. ¿Cómo se enteró de nuestros productos?

Recomendación	Internet	carteles	Otros:
---------------	----------	----------	--------

3. ¿Qué es lo que más le atrae de nuestro producto?

Presentación	Sabor	Precio
--------------	-------	--------

4. ¿Conoce los procesos que implican la elaboración de nuestros productos?

Si	No
----	----

5. ¿Conoce las implicaciones positivas que tiene las familias productoras cuando usted adquiere nuestro producto?

Si	Lo desconozco
----	---------------

II. Conteste con sus propias palabras a las preguntas que se le hacen.

1. Mencione algunas sugerencias para mejorar nuestro producto?

--

2. Para fines de medición indique el lugar de su residencia

--

Gracias por su participación

Hasta este punto queda establecido los diez pasos sugeridos para realizar y llevar a cabo el plan de comercialización y promoción.

La construcción de esta estrategia me resulta sumamente importante pues el resultado de la autogestión de las comunidades que han sabido detectar sus puntos problemáticos y plantear iniciativas para atacarlos y así buscar mejoras y bienestar en el marco de sustentabilidad.

## REFLEXIÓN FINAL

Para concluir este trabajo es importante destacar la importancia de la comunicación participativa entre los miembros de la comunidad en la gestión de su propio desarrollo, pues si bien los habitantes de las comunidades Atrala de la Asunción y San José El Potrero han sabido organizarse para proponer proyectos productivos en su beneficio, fue a través del diálogo, es decir, de la relación dialógica entre ellos mismos y otros agentes como fue mi caso, para poder hacer evidente una problemática inmediata y proponer posibles soluciones.

En este sentido, el recetario no sólo posibilita dar respuesta a una de las problemáticas detectadas, sino que además reafirma que la comunicación participativa es una herramienta fundamental para que las comunidades participen en su propio desarrollo y sobre todo, de manera sustentable. Asimismo, su elaboración es un aporte importante a esta tesis porque se realizó a partir de la contribución de personas de distintos lugares que generosamente aportaron sus conocimientos que permitirán solucionar problemáticas específicas de las comunidades Atrala de la Asunción y San José El Potrero, en este caso. Esto demuestra el papel positivo de los medios de comunicación que permiten tener acercamiento entre distintas culturas y realidades en la reconstrucción del imaginario social y la resolución de las tareas de la sustentabilidad.

De esta manera, pensar en la sustentabilidad nos lleva de promover una ideal en términos conceptuales y teóricos, a un concepto vivo e integral que se construye a partir del sentir y actuar de las comunidades y del reconocimiento y valoración del entorno natural, no como un recurso económico, sino como parte fundamental para el bienestar de todos los seres vivos.

La comunicación para la sustentabilidad a partir de los modelos participativos abre la posibilidad de plantear elementos desde los propios actores sociales para desarrollar acciones en pro de su bienestar.

Como investigadora social este trabajo me deja entre otros aprendizajes, una profunda lección: no hay que buscar dar respuesta a las problemáticas de las comunidades desde "arriba" si no que es necesario darles oportunidad de expresarse y que sean ellos mismos los actores en la resolución de sus problemas, de tal manera que "escuchar" debe ser una herramienta básica para el desarrollo, así de simple. Los pueblos y comunidades que por siglos han trabajado y vivido del fruto de la madre tierra, que en unidad han desarrollado conocimientos y sus propias formas de organizarse que les han permitido sustituir y preservar de manera armónica su entorno natural, deben ser escuchados pues son ellos mismos los conocedores de su problemática y quienes conocen las formas posibles para su desarrollo. Escuchar su voz, sus tradiciones, necesidades y propuestas para construir acciones positivas y trabajar en una común unión para dar solución a las problemáticas que se han planteado, en esto consiste precisamente la comunicación para la sustentabilidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Akamara, Ruth, Arlen Cerón , y Juan Figueroa. *La mercadotecnia: una estrategia de competitividad*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2010.
- Alfaro, Rosa María. *Otra brújula. Innovaciones en comunicación y desarrollo*. Perú: Calandria, 2006.
- Barranquero , Alejandro. «Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la emblematización de las teorías de la comunicación» *Congreso Internacional AE-IC. "Comunicación y desarrollo en la era digital"*. Málaga, 2010.
- Beltrán, Luis Ramiro. «Adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal» *Comunicación y Sociedad*, 1981: 5-35.
- Berkes, Filoret, y Carl Folke. *Linking Social and Ecological Systems*. Cambridge University Press, 1998.
- Cantone, David. «Obtenido de DC Marketing y negocios online para gente inconformista.» *Como elegir un buen nombre para tu marca*. 2011. <http://davidcantone.com/nombre-marca/> (último acceso: 4 de diciembre de 2014).
- Causse, Mercedes. *El concepto de comunidad desde el punto de vista social-histórico-cultural y lingüístico*, 2009.
- CONEVAL. *Informe Anual Sobre la Situación de Pobreza y Rezago Social, Tlaxca de Alarcón, Guerrero*. México: CONEVAL, 2010.
- FAO. *Comunicación y desarrollo sostenible*. Roma: Naciones Unidas sobre la comunicación para el desarrollo , 2007.
- Fiscal, María Rosa. *El aroma de la nostalgia. Sabores de Durango*. México: CONACULTA, 2005.
- Freire, Paulo. *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. Uruguay: Siglo veintiuno editores, 1984.
- Gallopin, G. *Sostenibilidad y Desarrollo Sostenible: un enfoque sistémico*. Santiago de Chile: Naciones Unidas, 2003.
- Gómez , Alfredo, entrevista de Inés Patricia Bolaños Bernal. *Proyecto "Biohuerto Tierra y Libertad"* (14 de abril de 2014).
- Gonzales, Nancy, entrevista de Inés Patricia Bolaños Bernal. *Proyecto "Todos por el abono orgánico"* (13 de abril de 2014).
- Jiménez, I. *Desarrollo Organizacional y Humano*. Argentina: El Cid, 2009.
- Kaplan , Mario. *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. Editorial Caminos, 2002.
- Kotler, Philip. *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. México: Pearson Educación, 2002.

- Macedo, Beatriz. «Habilidades para la vida: contribución desde la educación científica en el marco de la Década de la educación para el desarrollo sostenible.» *Potencia presentada en el Congreso Internacional de didáctica de las ciencias*. La Habana, 2006.
- Márquez, Abel. *madamás diseño*. 2007. <http://amarque.design.blogspot.mx/2007/01/principios-basicos-del-diseño.html> (último acceso: 3 de diciembre de 2015).
- Martínez, Eduardo, Antonio Mendoza, Virginia Montoya, y Claudia Valdez. «Una experiencia de enseñanza-aprendizaje en la academia de investigación y análisis económico de la facultad de Economía de la UNAM, en el marco del desafío epistémico-práctico de otras economías.» *Antipoda*, 2014: 99-107.
- Melkote, Srinivas. *Communication for development in a global world*. India: Sage Publications, 1991.
- Newark, Quentin. *¿Qué es el diseño gráfico?* México: Gustavo Gili, 2009.
- Ochoa, Daniel. *5 pasos prácticos para determinar el precio de un producto*. 2006. <http://es.slideshare.net/espiritual5-pasos-para-determinar-el-precio-de-un-producto>. (último acceso: 4 de diciembre de 2015).
- ONU. «Informe Brundtlan.» *Nuestro futuro en común*, Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, 1987.
- Ostrom, Elinor. *El gobierno de los bienes comunes*. D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, 2000.
- Revista Vinculando. «La aventura del comercio justo.» *Revista Vinculando*. 2003. <http://vinculando.org/comerciojusto/aventurajej.html> (último acceso: 3 de diciembre 2015).
- SEDESOL. «Catálogo de localidades.» *Sistema de Apoyo para la planeación del PDZP*. 2010. <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/LocdeMan.aspx?tipo=c live & campo=loc & crt=12 & numero=055> (último acceso: 01 de junio de 2014).
- Vilalobos, Jorge. «SoyEntrepreneur.com.» *Cómo medir los resultados de tu marketing*. 2011. <http://www.soyentrepreneur.com/como-medir-los-resultados-de-tu-marketing.html> (último acceso: 5 de diciembre de 2014).
- SEDESOL. «Catálogo de localidades.» *Sistema de Apoyo para la Planeación del PDZP*. 2010. <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/LocdeMan.aspx?tipo=c live & campo=loc & crt=12 & numero=055> (último acceso: 1 de junio de 2014).
- Wells Fargo Bank. «Wells Fargo.» *Estrategias de comercialización para pequeñas empresas*. s.f. <https://www.wellsfargo.com/es/financial-education/small-business/sales-strategy/> (último acceso: 4 de diciembre de 2014).