

## PATRIMONIO GASTRONÓMICO:

### RUTA DEL QUESO AÑEJO EN ZACAZONAPAN



**REBECA OSORIO**

Universidad Autónoma del Estado de México  
velabequi@hotmail.com

**ROCÍO SERRANO**

Universidad Autónoma del Estado de México  
rocioserba@yahoo.com.mx

**GALO ECHEVERRÍA**

Universidad Técnica del Norte  
goecheverria@utn.edu.ec

Recibido: 24/01/2018

Aprobado: 08/03/218

#### Resumen

Se propone una metodología para el diseño de una ruta alimentaria y gastronómica enfocada en el queso añejo, en Zacazonapan, Estado de México. Dicha metodología se basa en 4 fases de acuerdo con el “Manual de rutas alimentarias argentinas”: Fase I. Aplicación de formato de evaluación de productos; fase II. Inventario de recursos; fase III. Propuesta de jerarquización de recursos y fase IV. Diseño de ruta. Esta propuesta obedece a los supuestos del turismo rural como actividad económica complementaria que se desarrolla en el medio rural a través de la participación activa de los turistas en las actividades cotidianas de la comunidad receptora. En los resultados, se validó la elección del queso añejo como producto alimenticio, con aspectos destacados como la alta participación económica en el sector agroalimentario, así como el arraigo histórico e identitario de este producto. En las conclusiones, se destaca que el turismo rural en el municipio significa una alternativa real no agrícola ligada a la gastronomía de la entidad (producción del queso añejo) en torno a la cual se diseñó y organizó la ruta, con enfoque de ruta por producto alimenticio. Lo cual resulta interesante, al constituirse como un factor multiplicador en la economía y en el desarrollo local.

**Palabras clave:** ruta alimentaria, turismo rural, queso añejo, metodología y Zacazonapan, México.

#### GASTRONOMIC HERITAGE: AGED CHEESE ROUTE IN ZACAZONAPAN

##### Abstract

A methodology is proposed for the design of a food route focused on aged cheese, in Zacazonapan, State of Mexico. This methodology is based on 4 phases according to the Argentine Food Route Manual: Phase I Application of product evaluation format; Phase II Inventory of resources; Phase III Proposal of hierarchy of resources and Phase IV Route design. This proposal responds to the assumptions of rural tourism as a complementary economic activity that takes place in rural areas through the active participation of tourists in the daily activities of the host community. In the results, the choice of aged cheese as a food product was validated, with outstanding aspects such as the high economic participation in the agri-food sector, as well as the historical and identity roots of this product. Where in the conclusions, it is emphasized that rural tourism in the municipality means a real non-agricultural alternative linked to the entity's gastronomy (production of aged cheese) around which the route was designed and organized, with a route approach food product. This is interesting, since it constitutes a multiplying factor in the economy and local development.

**Key words:** food route, rural tourism, cheese añejo, methodology and Zacazonapan, Mexico.



ARJÉ. Revista de Postgrado FaCE-UC. Vol. 12 N° 22. Enero-Julio 2018/ pp.447-458.

ISSN Versión electrónica 2443-4442, ISSN Versión impresa 1856-9153

Patrimonio gastronómico: ruta del queso añejo en Zacazonapan

Rebeca Osorio, Rocío Serrano y Galo Echeverría

## Introducción

El objetivo del artículo es presentar una propuesta metodológica para diseñar una ruta alimentaria y gastronómica del queso añejo, la cual se aplicó en el municipio de Zacazonapan, Estado de México (Osorio, et. al., 2015); dado que tiene una producción quesera con más de 150 años de antigüedad y presenta problemas de marginación, pobreza, migración y atraso en general, como muchos otros municipios del Estado de México, por lo que esta propuesta se constituye en una alternativa para el desarrollo local, bajo el enfoque del turismo rural, que busca desarrollar actividades turísticas en contacto activo con la comunidad receptora y los turistas, donde los visitantes ya no son únicamente espectadores, sino que ahora forman parte de las actividades llevadas a cabo por los campesinos.

El documento se organiza en introducción, donde se contextualiza sobre el patrimonio cultural inmaterial, el turismo rural, los inventarios y las rutas alimentarias; el segundo apartado refiere al planteamiento del problema, el tercero a la metodología; el apartado subsecuente corresponde a los resultados, los que permitieron validar la elección del queso añejo como producto alimenticio, con aspectos destacados como la alta participación económica en el sector agroalimentario regional, así como el arraigo histórico e identitario de este producto alimenticio; un apartado adicional contempla la discusión; y, finalmente se presentan las conclusiones, destacando que el turismo rural en el municipio significa una alternativa real no agrícola ligada a la gastronomía de la entidad (producción del queso añejo) en torno a la cual se diseñó y organizó la ruta, con enfoque de ruta por producto alimenticio; lo cual resulta interesante, al constituirse como un factor importante en el desarrollo local.

## Patrimonio cultural inmaterial

Algunas producciones alimentarias, arraigadas en un determinado territorio conocidas también como productos de la tierra, han pasado a considerarse desde las últimas décadas del siglo XX y, muy particular desde los años 90, patrimonio cultural. Lo mismo ha sucedido en los platos locales, con la cocina, aquello que se denomina patrimonio gastronómico. En un complejo proceso de, productos y platos, convertidos en referente de lo local, han empezado a ocupar determinados espacios, se les ha otorgado determinados sentidos, han servido a diferentes intereses y han sido promovidos por diferentes actores (Espeitx, 2008: 45-50). Como veremos en el marco del turismo, el patrimonio alimentario adquiere protagonismo.

El patrimonio se ha convertido entonces en uno de los principales elementos para pensar, promocionar y gestionar el reconocimiento de la diversidad cultural. A la par, dicho patrimonio apunta a su utilización como atracción en el actual mercado de demandas simbólicas, y en la promoción del desarrollo económico y el turismo. Pero, este patrimonio no siempre fue considerado así, puesto que se creía que el patrimonio cultural solo era tangible.

En este marco los foros internacionales promovidos por la UNESCO, “han sido los escenarios privilegiados para la aparición, gestión y circulación discursiva de nuevas figuras y definiciones de patrimonio. Sin embargo, cualquiera se da cuenta de que esta gestión patrimonial ha estado y está bien representada en los inventarios y en las museografías de los museos clásicos; sin embargo, ha sido cuestionada en el ámbito del ejercicio crítico y autorreflexivo en torno del estatuto del conocimiento, del poder y la representación cultural en la contemporaneidad. No es de extrañar que esos

---

criterios de autenticidad, singularidad y excepcionalidad, se hayan vuelto cada vez más problemáticos en la medida en que se planteó un campo de redefinición del concepto de cultura en tanto sistema de significados y del concepto de patrimonio, así como su relación con el desarrollo. De ahí que aparece la distinción entre el patrimonio natural y cultural, a la cual se sumó la distinción entre patrimonio cultural material y patrimonio cultural inmaterial”. (Álvarez, 2008: 25-42)

En el 2003, en la Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial UNESCO, se postula que el patrimonio cultural inmaterial contempla: los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes; que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural.

Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así, a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

Hay que convenir que el patrimonio, como resultado de una construcción social, refiere un conjunto de bienes culturales que reciben una valoración positiva por parte de la sociedad, cuya identidad expresan, en el sentido que es un elemento mediante el que se establece la diferencia con los otros grupos sociales y culturales; pero representa, asimismo, un factor de resistencia contra los embates de la uniformización.

Dicho patrimonio, es una especie de simbología social para el mantenimiento y la transmisión de la memoria

colectiva, está constituido por los bienes representativos de cada sociedad. Y se puede afirmar que los fenómenos patrimoniales revisten una triple dimensión: física, social y mental; es decir, material y simbólica. El patrimonio es la base de la identidad, la creatividad y la diversidad cultural. Es un patrimonio vivo, continuamente recreándose, que cobra vida a través de los seres humanos, de sus prácticas y formas de expresión. Mediante las manifestaciones patrimoniales significativas, la gente recuerda y reconoce su pertenencia a un grupo social y a una comunidad. (Marcos, 2010:1-2)

En este sentido el patrimonio intangible, enfocado principalmente a las artes culinarias evoca una serie de significados que están presentes en “el valor cultural del acto de comer, pues este es cada vez más entendido como un acto patrimonial, ya que la comida es traductora de pueblos, naciones, civilizaciones, grupos étnicos, comunidades, familias y personas. (Lody, 2008:119)

El patrimonio gastronómico, aparece como uno de los objetos de atención que marca las pautas de conformación de nuevos modelos de la gestión en turismo, en una época de público post-masivo. Los “nuevos turismo” (alternativo, de naturaleza, comunitario, rural entre otros) que aparecen desde finales de la década de 1980, se han dedicado a la creación y captura de marcadores (constelación de representaciones y significaciones que identifican con precisión un lugar y una practicas determinadas como un espacio turístico), propiciados en su conjunto por las condiciones y exigencias del mercado global: competitividad, flexibilidad y segmentación. (Álvarez, 2008: 39-40)

### **Turismo rural e inventarios**

Con base en lo anterior, se argumenta entonces que el turismo rural, surge como respuesta y estrategia, para

ofertar un turismo diferente, que no es masivo; que valora y reconoce la diversidad cultural, que permite la recuperación y mantenimiento de las tradiciones, desde las gastronómicas hasta las religiosas; que conserva las artesanías típicas de la región; que apuesta por la conservación de los recursos naturales y culturales pero sobre todo que surge y es administrado por la comunidad local, ocasionando con ello, el desarrollo local en las regiones donde se implementa o práctica.

Empero México, como muchos otros países, “presta tardía atención al turismo rural, privilegiando el desarrollo del ecoturismo, tal vez por el origen mexicano de Ceballos Lascurain (1991), quien en 1983 acuñó el término, aunque más probablemente se debió a que las políticas agropecuarias no apreciaron que el turismo era un instrumento poderoso para provocar el desarrollo rural. Un enfoque centrado en lo agropecuario y en la producción primaria es, a todas luces, un rumbo que desaprovecha el enorme potencial de la economía turística. A nuestro juicio, el problema reside en que no se considera apropiadamente la importancia de trasvasar recursos desde el turismo al campo, ni la del turismo como fuente de valorización para las producciones locales”. (Barrera y Bringas, 2008:3-4)

El turismo rural sumado al contexto de la pluriactividad que vive el campesinado mexicano y la propia zona rural, representa una importante oportunidad para el desarrollo, no solo del sector agrícola si no del territorio en sí, a la par, es una alternativa o estrategia para recuperar y revalorizar el patrimonio gastronómico de una determinada región. Pero además, es un turismo de iniciativa local, de gestión comunitaria, con efectos locales, marcado por paisajes únicos y que busca ante todo valorizar la cultura endógena.

Como cualquier otra modalidad o tipología turística se

vale de recursos, que son la materia prima para llevar a cabo la actividad turística. Estos recursos turísticos deben ser identificados y valorados mediante la recopilación de información y, su posterior evaluación a través de un inventario de recursos que se conceptualiza como un “catálogo de los lugares, objetos o establecimientos de interés turístico de un área determinada consistente en una clasificación y, descripción de los recursos turísticos identificados mediante una metodología” (Leno, 1993). Este método parte de una recopilación sistemática de todos los datos sobre los atractivos turísticos de un área determinada, ordenados según un sistema de clasificación. (Fundación CEDDET *et al.*, 2012)

La finalidad de este instrumento es también identificar el potencial turístico de los mismos. De ahí, que un inventario se pueda conceptualizar como la herramienta que permite la recolección, ordenación y catalogación del total de atractivos de un lugar. Su elaboración está basada en trabajo de campo que permite valorar personalmente el estado, conservación y accesibilidad de los recursos. Este inventario además, es el soporte bajo el cual se construyen las rutas turísticas o para el caso que nos ocupa, las rutas alimentarias.

### **Ruta alimentaria**

Barrera y Bringas (2008), definen las rutas alimentarias como itinerarios turísticos basados en alimentos, en torno a los cuales se construyen productos recreativos y culturales que permiten al visitante explorar la cadena de valor del alimento desde la producción primaria hasta el plato. Las rutas alimentarias, integran a productores primarios, restaurantes, agroindustrias, hoteles y otros agentes. Cuentan con su propia estructura organizativa y con protocolos de calidad que la norman.

Estas rutas alimentarias posibilitan la existencia de algunas ventajas hacia los productos locales alimentarios.



cios, pero además abonan en la valorización del territorio y sus recursos: permiten estimular el desarrollo de distintivos de calidad; promover la cultura gastronómica local; diversificar la oferta turística; valorizar los alimentos territoriales y prolongar la estancia y gasto del turista (Barrera, 2012:17). Se clasifican en rutas alimentarias, gastronómicas o por producto, organizadas sobre la base de un determinado producto: quesos, vinos, dulces, carnes etc.

### **Importancia del problema**

En Zacazonapan (la zona de estudio) su población se dedica a las actividades pecuarias y agrícolas, y otro sector trabaja en la minería. En el ámbito turístico el municipio es reconocido a nivel regional por la producción de queso, su feria y por los platillos en los que destaca como ingrediente principal el queso.

Sin embargo, existe una pérdida de la producción quesera, develada cuando en trabajo de campo se muestra que las queseras tienen una edad promedio de 50 a 70 años y no existe interés de la población joven para continuar con esta tradición. A pesar de que la producción posee más de 150 años de tradición.

Donde si bien es cierto que la problemática tiene que ver básicamente con esta pérdida de la actividad quesera; también es evidente que el legado cultural está en riesgo de desaparecer, y lo que ello representa en términos de relaciones sociales, conocimientos, recursos y atractivos culturales, hábitos alimenticios, roles sociales y familiares, costumbres, actividades recreativas y el saber-hacer “que está asociado a los saberes empíricos y es adaptado en las localidades por procesos de educación no formales inducidos por diferentes instituciones” (Marasas *et al.*, 2011:21), dicho saber-hacer utiliza un mecanismo de transmisión y aprendizaje, que puede asegurar su continuidad y, potenciar su cre-

cimiento, reforzando el anclaje de los productos territoriales como formas de transmisión de cultura. (Santos y Díaz, 2015)

En este marco cabe preguntar:

- ¿Para quién es importante el rescate, puesta en valor o revalorización del queso añejo?
- ¿Es importante para los productores conservar el patrimonio quesero?
- ¿La producción quesera, es una actividad económica, qué como muchas otras puede ser reemplazada?

No, no es una actividad que pueda ser reemplazada de la noche a la mañana porque es parte de la identidad y del terruño de los zacazonapanenses. Es una actividad heredada por los padres y abuelos, que forma parte de la vida diaria, de la gastronomía y de la niñez de la población local. Es una costumbre que en la mayoría de hogares se realiza en época de lluvias como una forma de aprovechar el excedente de leche, pero además es una actividad social que permite convivir primero con la familia cercana, puesto que en algunos lugares las nueras, las hijas e hijos, ayudan en la elaboración y venta de queso. Y en consecuencia, es uno de los motivos principales para que la familia que reside en otro lugar o en alguna ciudad; regrese en vacaciones y en época decembrina para convivir en familia, degustando los ricos quesos que ahí se preparan, ya que finalmente esa convivencia atrae momentos de la infancia, recuerdos memorables del terruño que están directa o indirectamente relacionados con la producción del queso.

Es además una actividad cultural, que permite que la gente de fuera, ya sea visitantes o turistas, admiren y conozcan el patrimonio gastronómico de la comunidad. Y finalmente esta producción es importante, porque la venta de quesos para algunas queseras, sobre todo las

que venden todo el año, significa una actividad económica redituable, que les ha permitido construir sus hogares, dar estudio a sus hijos, hacerse de bienes, comprar ganado y apoyar en el sustento familiar.

### Metodología

La metodología para diseño de ruta se basa en cuatro fases: fase I: aplicación de formato de evaluación de productos; fase II: inventario de recursos; fase III: propuesta de jerarquización de recursos y fase IV: diseño de ruta.

En la fase I, se buscó validar la elección de un solo producto, que fuera el representativo de la ruta. Para ello, se utilizaron 8 variables concentradas en el formato de evaluación, que permitieron valorar los productos en cuanto a: representatividad, generación de empleo, ventajas comparativas, imagen frente al mercado, antecedentes históricos, oferta y demanda gastronómica, prioridades de desarrollo e intereses de productores (SAGAPA, 1999; 52-53).

En la aplicación del formato de valoración se utilizó un muestreo por conglomerados, utilizado cuando los individuos de la población constituyen grupos naturales o conglomerados, por lo que la unidad muestral es el conglomerado. La población se divide en grupos o conglomerados, luego se seleccionan aleatoriamente y por último los sujetos de los conglomerados constituyen la muestra (Bolaños, 2012:14-18). En este sentido la población de Zacazonapan se dividió en cinco conglomerados (140 personas): Servidores públicos del H. Ayuntamiento, estudiantes, profesionistas, trabajadores en general y oficios de la comunidad, ello permitió dar representatividad a los distintos grupos que la integran (Bolaños, 2012).

Una vez que se validó el producto representativo de la ruta mediante la aplicación del formato de evaluación,

se ordenaron y clasificaron los lugares, recursos, objetos y acontecimientos de interés turístico de Zacazonapan, siguiendo el modelo propuesto por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (2006), en el manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional y el método OEA-CI-CATUR, para la descripción y análisis de la oferta de atractivos turísticos.

Para la fase II, se diseñó el inventario de recursos turísticos, a través del conjunto de cédulas. Esto permitió complementar la ruta que cuenta con un producto estrella como emblema.

En la fase III, se desarrolló una propuesta de jerarquización de recursos turísticos, que además se planteó como un instrumento para medir la viabilidad de los recursos elegidos y que formarían parte de la ruta:

- a) Jerarquía 4 (con valor en el IPJRN<sup>C</sup> = 1).  
Recurso excepcional que puede ser explotado turísticamente.
- b) Jerarquía 3 (con valor en el IPJRN<sup>C</sup> = .7 ≤ .9).  
Recurso regular que puede ser explotado turísticamente.
- c) Jerarquía 2 (con valor en el IPJRN<sup>C</sup> = .5 ≤ .6).  
Recurso con posibilidades de ser explotado.
- d) Jerarquía 1 (con un valor en el IPJRN<sup>C</sup> = 0.1 ≤ .4).  
Recurso que no cuenta con el potencial para ser explotado turísticamente o que le falta infraestructura.

Finalmente, en la fase IV, se diseñó el mapa de la ruta, el itinerario y el logo, que es un distintivo de la misma.

### Resultados

#### Fase I. Aplicación de formato de evaluación de productos

Una vez realizada la evaluación, los resultados obtenidos favorecieron a la producción del queso, en rubros

como la representatividad; es decir, la participación económica en el sector agroalimentario regional fue de 42%, donde se reconoce que la producción del queso involucra buena parte del espacio productivo, referido este a ganaderos y queserías.

En este sentido, en generación de empleo se obtuvieron dos porcentajes significativos: un 23% considera que su producción moviliza cíclicamente a un número importante de trabajadores y el otro 30% argumenta que posee relevancia en la generación de empleo regional. Es decir, en términos generales podemos afirmar que más de la mitad de las personas que contestaron el formato, opina que la producción del queso sí genera una fuente considerable de trabajo, que quizá no es permanente o continua todo el año, pero que presenta un alto índice de representatividad.

Asimismo, este alimento ayuda a caracterizar las identidades locales con el mayor porcentaje, que corresponde a un 42%. De igual forma este mismo porcentaje se alcanzó en imagen frente al mercado, donde se menciona que la producción del queso cuenta con una imagen favorable entre los consumidores locales y los turistas.

En antecedentes históricos, el 36% opina que la producción del queso ocupa un lugar destacado en la historia productiva y en la identidad de la región. Este porcentaje es seguido con un 29% referido a que la producción posee un sólido arraigo histórico en la región. Es decir, lo anterior da muestra del evidente arraigo territorial en cuanto a la producción y consumo del alimento en el municipio.

Asimismo la producción quesera cuenta con una posición favorable, dentro de las prioridades locales en materia de desarrollo agroalimentario, de acuerdo con la opinión de las personas que contestaron el formato de evaluación, que corresponde a un 38%.

Finalmente, el sector gastronómico presenta una mínima participación en términos de oferta de queso añejo 15%. Lo que refleja una debilidad del sector restaurantero, puesto que no explota el potencial gastronómico de la región.

De lo anterior se consiguieron las siguientes cifras para el caso particular del queso añejo (tabla 2). El total del puntaje obtenido y dividido entre ocho, se coteja con la tabla 1, lo que permite visualizar que nuestro producto presenta una contribución destacada.

**Tabla 1.** Nivel de contribución

Nivel de contribución	Descripción	Puntaje
<b>Contribución muy destacada</b>	Cuando la inclusión del alimento en una ruta alimentaria puede contribuir de una manera extraordinaria al desarrollo de las economías regionales.	1,120-2239/8=140-279
<b>Contribución destacada</b>	Cuando la inclusión del alimento en una ruta alimentaria puede contribuir marcadamente al desarrollo de las economías regionales.	2240-3359/8=280-419
<b>Contribución buena</b>	Cuando la inclusión del alimento en una ruta alimentaria puede contribuir de forma adecuada al desarrollo de las economías regionales	3360-4479/8=420-559
<b>Contribución regular</b>	Cuando la inclusión del alimento en una ruta alimentaria puede realizar un aporte escaso al desarrollo de las economías regionales.	4480-5599/8=560-699
<b>Contribución deficiente</b>	Cuando la inclusión del alimento en una ruta alimentaria no contribuye o es perjudicial para el desarrollo de las economías regionales	5600/8=700

**Fuente:** SAGAPA, 1999: 55-56

ARJÉ. Revista de Postgrado FaCE-UC. Vol. 12 N° 22. Enero-Julio 2018/ pp.447-458.  
 ISSN Versión electrónica 2443-4442, ISSN Versión impresa 1856-9153  
 Patrimonio gastronómico: ruta del queso añejo en Zacazonapan  
 Rebeca Osorio, Rocío Serrano y Galo Echeverría

**Tabla 2.** Elementos y cifras

<b>Elementos</b>	<b>Cifras</b>
Representatividad	405
Generación de empleo	433
Imagen frente al mercado	382
Oferta y demanda gastronómica	412
Antecedentes históricos	310
Prioridades de desarrollo	391
Ventajas competitivas	413
Interés de los productores	402
<b>Total</b>	<b>3148/8=394</b>

**Fuente:** autores, 2018

Esta participación destacada permite validar la propuesta de diseño de ruta, con enfoque a la producción del queso añejo, ello abona a que la inclusión del alimento en una ruta alimentaria, pueda contribuir marcadamente al desarrollo de las economías regionales. De ahí, que una vez validada la ruta se realizó el diseño de la misma, donde el producto estrella es el queso añejo y con ello la ruta presenta una especificación en turismo rural.

### **Fase II. Inventario de recursos**

En esta etapa se eligieron los recursos con mayor reconocimiento y ponderación en la jerarquización de recursos, y por cada uno se desarrolló una cédula, donde en conjunto formaron el inventario de recursos turísticos de Zacazonapan:

1. Queserías (descripción de seis queserías). Categoría: folclore. Tipo de atractivo: gastronomía (Queserías).
2. Feria del Queso. Categoría: folclore. Tipo de atractivo: feria.
3. Potreros (Descripción de cinco potreros). Categoría: explotaciones agropecuarias y pesqueras. Tipo de atractivo: ganadería (Potreros).
4. Ex Hacienda Santa María. Categoría: lugares históricos. Tipo de atractivo: hacienda.
5. Iglesia de Zacazonapan. Categoría: folclore. Tipo de atractivo: arquitectura y espacios urbanos.
6. Presa San Andrés. Categoría: centros científicos y técnicos. Tipo de atractivo: presas.
7. Las Guacamayas. Categoría: recurso turístico natural o sitios naturales. Tipo de atractivo: cañón.

### **Fase III. Propuesta de jerarquización de recursos**

Los recursos turísticos anteriores fueron calificados dentro de la jerarquización propuesta en el documento:

Cédula 1. Queserías (descripción de seis queserías) en jerarquía 3 (con un valor en el IPJRNC =  $.7 \leq .9$ ). Recurso regular que puede ser explotado turísticamente.

Cédula 2. Feria del queso en jerarquía 3 (con un valor en el IPJRNC =  $.7 \leq .9$ ). Recurso regular que puede ser explotado turísticamente.

Cédula 3. Potreros (descripción de cinco potreros):

1. Potrero de Cerro Pelón y La joya de San Andrés. Jerarquía 2. Recurso con posibilidades de ser explotado turísticamente 0.6



2. Potrero Tres Encinos. Jerarquía 2 (con un valor en el IPJNC =  $0.5 \leq 0.6$ ). Recurso con posibilidades de ser explotado turísticamente.
3. Potrero de Don Luis con jerarquía 3 (un valor en el IPJNC =  $.7 \leq .9$ ). Recurso regular que puede ser explotado turísticamente.
4. Potrero La Mesa del Limón. Jerarquía 2 (con un valor en el IPJNC =  $.5 \leq .6$ ). Recurso con posibilidades de ser explotado turísticamente.
5. Corral de Engorda y el Potrero Saravia. Jerarquía 3 (con un valor en el IPJNC =  $.7 \leq .9$ ). Recurso regular que puede ser explotado turísticamente.

Cédula 4. Ex Hacienda Santa María en jerarquía 2 (con un valor en el IPJNC =  $.5 \leq .6$ ). Recurso con posibilidades de ser explotado turísticamente.

Cédula 5. Iglesia de Zacazonapan en jerarquía 3 (con un valor en el IPJNC =  $.7 \leq .9$ ). Recurso regular que puede ser explotado turísticamente.

Cédula 6. Presa San Andrés en jerarquía 2 (con un valor en el IPJNC =  $.5 \leq .6$ ). Recurso con posibilidades de ser explotado turísticamente.

Cédula 7. Las Guacamayas en jerarquía 1 (con un valor en el IPJNC =  $.1 \leq .4$ ). Recurso que no cuenta con el potencial para ser explotado turísticamente o que le falta infraestructura.

#### Fase IV. Diseño de ruta

Se presenta el logo y el mapa de la ruta, así como el itinerario, obedeciendo a las siguientes actividades:

- a) Distintivo turístico de la ruta (logo).



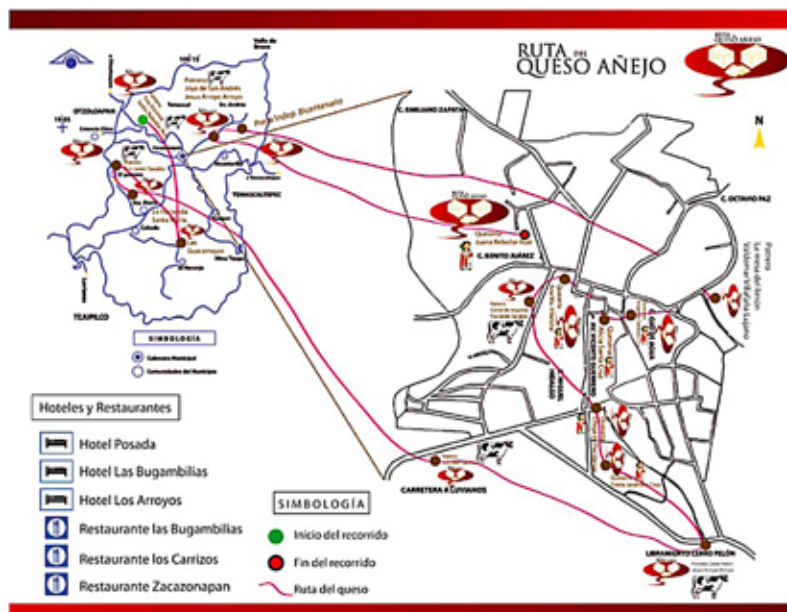
**Fuente:** autores, 2018

- c) Mapa e itinerario de la ruta en Autores, 2018.

## 1. Mapa de Zacazonapan



## 2. Ruta del Queso Añejo



- c) Itinerario de la Ruta del queso añejo. Resultado de todo el análisis referido se diseñó una ruta de 9 días en la cual se detallan las diferentes actividades, horarios y responsables.
- d) Para operar la ruta se propone la formación de una asociación que lleve por nombre Ruta del Queso Añejo, sus participantes serán los encargados de operar la ruta y ofrecer los recorridos y productos. Esta asociación deberá crear protocolos de calidad para cada tipo de establecimiento, esto con el objetivo de que la ruta opere con estándares de identidad, servicio y responsabilidad. Asimismo, crear mecanismos de protección hacia la ruta y sus productos y protocolos de acceso a nuevos integrantes a la ruta, teniendo como cláusula

---

principal ser originario del municipio de Zacazonapan sin antecedentes penales. La Asociación será la encargada de nombrar una mesa directiva, fijar los precios en los servicios y productos ofertados y diseñar los mecanismos de cortes de caja y distribución de ganancias.

Los actores que pueden operar esta ruta son básicamente las queseras y ganaderos<sup>2</sup>, que en entrevista previa mostraron su interés en esta propuesta y que posteriormente, en trabajo de campo con entrevistas a profundidad, estuvieron de acuerdo en participar en la puesta en marcha de la ruta. Además existen otros actores, como los dueños de los restaurantes y hoteles, que podrían formar parte de esta propuesta, puesto que siempre mostraron interés y colaboración en la investigación.

### **Discusión**

Durante la investigación se detectaron vacíos en las herramientas utilizadas para la construcción de rutas, su calificación y validación, al menos para el caso de México, en especial los productos que pueden destinarse a una ruta; de igual manera, para la formulación de inventarios no hay una cédula adecuada para calificar y evaluar el potencial de un recurso, ya que la mayoría de metodologías están pensadas en los atractivos. En este sentido, el artículo abona propuestas para estos vacíos metodológicos.

Esta estrategia de ruta no solo permite contrarrestar la pérdida del queso a través de la difusión, promoción, puesta en valor y con ello revalorización de la producción sino que incentiva a la población joven a rescatar su legado cultural.

Porque como se observa a lo largo del texto las producciones alimentarias, los productos de la tierra, el patrimonio gastronómico, los platos locales, la cocina, han pasado a considerarse patrimonio cultural intangible.

Estos elementos convertidos en referente de lo local, han empezado a ocupar determinados espacios, se les ha otorgado determinados sentidos (Espeitx, 2008: 45-50) y como se devela en el marco del turismo, el patrimonio alimentario adquiere protagonismo. Pero un protagonismo que invita a la reflexión, promoción y gestión por el reconocimiento de la diversidad cultural y el desarrollo económico de los territorios.

El reconocimiento y salvaguarda del patrimonio en este caso gastronómico, permite establecer la diferencia con los otros grupos sociales y culturales, ya que mediante las manifestaciones patrimoniales significativas, la gente recuerda y reconoce su pertenencia a un grupo social y a una comunidad (Marcos, 2010:1-2). Ello representa, además, un factor de resistencia contra los embates de la uniformización u homogeneización, es decir, globalización.

### **Conclusión**

Las rutas alimentarias son un paradigma que puede ser utilizado como recurso turístico y de desarrollo territorial. En este sentido la Ruta del Queso añejo fue diseñada y pensada como una forma de activación, puesta en valor, planificación, gestión y promoción, que sin embargo puede ocasionar efectos colaterales, como estimular la producción local; por la que turistas, organismos públicos o privados, así como instituciones educativas y comunidad receptora —especialmente población joven— valoren el patrimonio intangible que está presente en Zacazonapan. Puesto que como menciona Elena Espeitx (2004; 200), el turismo proporciona terreno abonado para la valoración de los patrimonios gastronómicos locales, los cuales son un instrumento efectivo para el desarrollo de esta actividad en un territorio dado.

En materia de metodología el artículo abona a los vacíos

existentes en este apartado. De ahí que en el documento se propone una metodología para la construcción de rutas: una alternativa para la calificación y validación de las mismas; la construcción del inventario de recursos naturales y culturales de Zacazonapan y la propuesta de una cédula que fuera adecuada para calificar y evaluar el potencial de un recurso.

En este sentido, el municipio de Zacazonapan no contaba con un inventario de recursos, sino que se construyó para la presente investigación, en la que se elaboró un registro de sus recursos, atractivos, así como patrimonio natural y cultural; a partir del cual se jerarquizaron y dieron como resultado que cuatro de los siete recursos en las cédulas obtuvieron una posición igual a 0.7 o mayor a 0.9. Lo que demuestra que estos recursos tienen potencial para ser explotados turísticamente. Este inventario es una herramienta que permite además gestionar programas o actividades de conservación, valoración y preservación de atractivos pero especialmente del patrimonio de Zacazonapan.

Finalmente la importancia de salvaguardar y poner en valor el patrimonio gastronómico de Zacazonapan, cuyo elemento principal de representación es la producción de queso añejo, representa proteger el modo de vida de los zacazonapanenses, la niñez de la población local, el terruño, sus costumbres, tradiciones, saber-hacer, simbología, relaciones sociales, dinámicas productivas, actividades culturales y económicas.

#### Notas

- <sup>1</sup> Índice Promedio de la Jerarquización de Recursos Naturales y Culturales (IPJRC)
- <sup>2</sup> Queseras: Juanita Rebollar Ruiz, Ana María Villafaña, Angelita Cardozo Casas, Alicia Santana Cruz, Estela Jaramillo Cruz y Elfega de Paz Vargas. Ganaderos: J. Jesús Arroyo Arroyo, Francisco Javier Saravia Pedraza, Isidro Rebollar Ruiz, Luis Ruiz Sarabia y Valdemar Villafaña Lujano.

#### Referencias

- Álvarez, M. (2008). *El patrimonio ya no es lo que era. Los recursos alimentarios entre la diferencia cultural y la desigualdad social*. Barcelona: Editorial Icaria.
- Barrera, E. y Bringas Alvarado, O. (2008). Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. *Scienze Gastronomiche - Università degli studi di Scienze Gastronomiche* N 8 - Mayo 2008. 3-4.
- Barrera, E. (2012). *Manual: séptimo curso internacional de rutas y turismo del vino*. Área de Turismo Rural, Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.
- Bolaños Rodríguez, E. (2012). *Gestión tecnológica, estadística para el desarrollo tecnológico, 3er Semestre: muestra y muestre*. Escuela Superior de Tizayuca Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Espeitx, E. (2008). Los sentidos del patrimonio alimentario en el sur de Europa. En Álvarez, Marcelo y Medina, Xavier (Eds.), *Identidades en el plato* (pp.45-60). Barcelona: Editorial Icaria. Fundación CEDDET, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, AECID, Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Gobierno de España, Ministerio de Industria Energía y Turismo (2012). *Creación y gestión de productos y destinos turísticos culturales competitivos. Módulo 1: De recursos a productos en los destinos turísticos culturales*. Manual de Curso.
- Leno Cerro, F. (1993). *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Madrid: Secretaría General de Turismo.
- Lody, R. (2008). Acarajé. Comida y patrimonio del pueblo brasileño. En Álvarez, Marcelo y Medina, Xavier (Eds.), *Identidades en el plato el patrimonio cultural alimentario entre Europa y América*. Coleção Observatorio de la Alimentación, vol. 2 (pp.45-60). Barcelona: Editorial Icaria.
- Marasas, M., Velarde I., y Garat, J. (2011). Experiencias que llegaron para quedarse: los casos del vino de la costa, el tomate platense y los quesos de Tandil, Argentina LEISA. *Revista de Agroecología*, septiembre 2011. 21.
- Marcos Arévalo, J. (2010). El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales. *Gaceta de Antropología*. Artículo 19. ISSN 0214-7574.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú. (2006). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Perú.
- Osorio González, R., Espeitx Bernat, E. y Serrano Barquín, R. (2015) Patrimonialización del queso añejo y turismo rural en Zacazonapan, Estado de México. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, N. 19 [En línea]: <http://www.eumed.net/rev/turydes/19/zacazonapan.html> (23 de noviembre, 17).
- Santos, M. J. y Díaz Cruz, R. (2015). (Compiladores). *Innovación tecnológica y procesos culturales. Nuevas perspectivas teóricas*. México: Ediciones Científicas Universitarias, UNAM Fondo de Cultura Económica.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación [SAGAPA] (1999). *Oferta agroalimentaria y gastronómica*. Manual. Argentina.