



AGROTURISMO: La expo-feria del pan de Tecamatlán, México.

AGROTOURISM: The bread expo-fair of Tecamatlan, Mexico.

Alicia Vásquez González¹.

Recibo: 23.04.2019 Aceptado: 13.05.2019

Vásquez A. (2019). Agroturismo: La expo-feria del pan Tecamatlán, México. *Revista Colombiana de Investigaciones Agroindustriales*, 6(1), 104-115

Resumen

La relación que existe entre el medio rural, la agricultura y el turismo, es considerada una estrategia para activar los Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL), conocida como agroturismo. El agroturismo, es una alternativa para activar o reactivar zonas rurales, el cual es una vía para poder competir en el mercado, y hacer frente a los cambios en el desarrollo económico global. Dichos cambios afectan a los pequeños productores rurales, entre las situaciones que los aquejan esta la falta de venta de su producto; es por ello, que el objetivo, es proponer una expo-feria, para que los pequeños productores rurales, tengan más opciones para vender sus productos, entrelazando la producción artesanal de pan, con la actividad turística. La investigación se realiza en San Miguel Tecamatlán, México, la cual inició en el 2010. En el 2011, se aplicaron entrevistas a panaderos, a la presidenta municipal y a los delegados del pueblo; así mismo, se aplicaron cuestionarios a turistas, y se organizaron reuniones con panaderos. Además, se continúa con la observación del objeto de estudio. Lo anterior, ayudó a realizar un diagnóstico, y con ello se elaboró un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), para proponer la estrategia de activación del sistema agroalimentario. Se concluye, que el agroturismo, a través de la expo-feria, da a los pequeños productores locales, opciones de venta de sus productos, para crecer, permanecer en el mercado, y competir con las grandes empresas, nacionales e internacionales.

Palabras clave: Expo-feria, promoción, actividad turística, producción artesanal, y desarrollo rural.

¹Sistema Nacional de Investigadores, del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT);
Correo: yaly2003a@hotmail.com; México

Abstract

The relationship that exists between rural areas, agriculture and tourism is considered a strategy to activate the Localized Agro-Food Systems, known as agritourism. Agritourism is an alternative to activate or reactivate rural areas, which is a way to compete in the market, and deal with changes in global economic development. These changes affect small rural producers; among the situations that afflict them, is the lack of sale of their product. That is why, the objective is to propose an expo-fair, so that small rural producers have more options to sell their products, interlacing the artisan production of bread, with tourism. The investigation is carried out in San Miguel Tecamatlán, Mexico, which began in 2010. In the 2011, they applied interviews were to bakers, the municipal president and, to the delegates of the population; Likewise, they applied tourists questionnaires, and meetings with bakers were organized. In addition, we continue with the observation of the object of study. The above, helped to make a diagnosis, and with this a SWOT analysis (strengths, opportunities, weaknesses and threats) was developed, to propose the activation strategy of the agri-food system. It is concluded that the agrotourism, through the expo-fair, gives small local producers, options to sell their products, to grow, stay in the market, and compete with large companies, national and international.

Keywords: *Expo-fair, promotion, tourist activity, craft production, and rural development.*

Introducción

A finales del siglo XX, los procesos de globalización realizan cambios en el desarrollo económico de los países, y ejercen presión en los productores rurales (Boucher y Reyes, 2011), porque, se pretende que exista una estandarización en los procesos productivos, e integrar un solo modelo económico (Fournier y Muchnik, 2012). Situación, que vulnera a los pequeños productores, debido a que su producción es de menor escala, nace del saber-hacer, y presenta un proceso sui generis (Vásquez, 2017).

Es así, que los pequeños productores rurales, no pueden competir ante las grandes empresas, donde su producción es a gran escala; entonces, surgen diferentes propuestas, para resistir a los nuevos desafíos de la globalización, como es el enfoque SIAL, a través de la guía metodológica, para la activación de sistemas agroalimentarios localizados, de Boucher y Reyes (2011), en donde se sugieren modelos de desarrollo agroalimentarios, como el

agroturismo, para valorizar sus recursos locales, y para que exista interacción entre productores, instituciones locales y consumidores (Fournier y Muchnik, 2012; Muchnik, 2006). Dichos modelos de activación, presentan una serie de estrategias para que los pequeños productores, tengan acceso a los mercados nacionales e internacionales.

Además, es para fortalecer a las agroindustrias rurales, para mejorar sus ingresos de los habitantes de ciertas regiones, y para el bienestar de la zona (Boucher, 2007). Los SIAL, son organizaciones que ofrecen productos y/o servicios, que se encuentran incorporadas a un territorio, y tienen características específicas, pueden ser integradas por unidades agrícolas, empresas agroalimentarias, entre otras, con un clima, y un saber hacer únicos (Vásquez, 2017). Alcanzando a su vez que el medio ambiente y el saber-hacer, se combinan con el territorio produciendo una forma de organización agroalimentaria a escala espacial (Munich, 2006)

El proyecto agroturístico, pretende acrecentar el reconocimiento cultural de la elaboración del pan, promocionando sus cualidades y particularidades, y a partir de ello, ampliar los mercados de venta de pan a través de una expo-feria. Cuyo objetivo, es proponer una expo-feria para que los pequeños productores rurales, tengan más opciones para vender sus productos, entrelazando la producción artesanal de pan, con la actividad turística. Debido, a que en los últimos años, se han saturado los mercados de productos análogos de carácter industrial, que a veces desplaza a este tipo de producción.

La propuesta de la expo-feria del pan de Tecamatlán, es un producto de promoción, que presenta un saber-hacer único en la región, sustentado en los resultados, que se obtuvieron de los mismos artesanos y en trabajo de campo. En donde, se entrevistaron a autoridades del Ayuntamiento, y se aplicaron cuestionarios a turistas en el Municipio de Tenancingo. A partir de este estudio se trató de comprender; cuáles son las necesidades de los productores en los mercados internos locales, cómo es la venta, y qué elementos culturales confluyen para la elaboración del pan. A partir del 2013, se sigue observando el objeto de estudio, para que se ejecute la propuesta, y se evalúen los resultados.

Lo anterior, con la finalidad de presentar un proyecto concluido, que realce la importancia de este quehacer en el ámbito económico, y cultural, así emerja una tradición e historia, que se escribe en cada saber-hacer de sus pobladores, que hace del oficio de panadero una reproducción social, cultural, y económica, que hoy busca encontrar nuevos horizontes, que le permitan su supervivencia en los mercados.

Es por ello, que a través de la idea consensada de los panaderos, donde se coincide que una expo-feria en la cabecera municipal, es la forma más acertada para difundir y comercializar su producto. Además, que dicha idea, también se trabajó con las autoridades municipales, para que, así los pequeños productores rurales puedan tener opciones en la venta de sus productos, entrelazando la producción artesanal

de pan, con la actividad turística.

Metodos

La realización de la investigación, se basó en la Guía metodológica para la activación de Sistemas agroalimentarios localizados (Boucher y Reyes, 2011), el cual es un Modelo de desarrollo que articula la agroindustria rural (AIR) y el territorio (recursos, activos específicos, saber-hacer, y productos con reputación: origen, nostalgia). Fases y etapas de la activación SIAL:

- **Diagnóstico:** se realiza el dialogo, y el acompañamiento. Es decir, se investiga la realidad de la agroindustria rural (AIR), la región donde se encuentra, el contexto que se vive, y se implementan alternativas, para poner en marcha las agroindustria rural. El diagnóstico se divide en acercamiento y profundización:
- **Acercamiento:** se le reconoce como la validación, y puesta en marcha, donde se averigua la historia de la AIR, se identifica el territorio, los actores, los productos, aspectos del saber-hacer, y los recursos específicos.
- **Profundización:** es el análisis estratégico, donde se le da el seguimiento, y se propone un plan de acción para el caso de estudio.

Además el diagnóstico, se elabora con la participación de los artesanos, para ello se realizan talleres, y pláticas, así se acuerdan estrategias, que apoyen la activación del SIAL; añadiendo información recabada durante la investigación. En dicha investigación, se utilizó como herramienta de diagnóstico; el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), para proponer la participación, y tener resultados posibles para todos los actores.

Dicho análisis, es una síntesis que refleja la realidad del objeto de estudio. Además, de que se puede aplicar a distintos sectores, actores de la cadena, o niveles de organización; así, se obtienen datos reales de la agroindustria rural (AIR), en el proceso de Activación SIAL.

El cuadrante responde cuáles son las ventajas (Fortalezas), alternativas (Oportunidades), desventajas o deficiencias (Debilidades) y riesgos externos (Amenazas), que determinan la situación actual. Las preguntas que orientan la formulación del cuadrante FODA (Boucher y Reyes, 2011, p. 61) pueden ser:

- FORTALEZAS: ¿Cuáles son las ventajas que presenta la actividad (ESPECÍFICA)?
- OPORTUNIDADES: ¿Cuáles son los elementos externos (en la ciudad, regional o nacionalmente, en el medio natural, políticamente, etc.), que pueden influir positivamente en el desarrollo y futuro de la actividad (ESPECÍFICA)?
- DEBILIDADES: ¿Cuáles son las desventajas que presenta la actividad (ESPECÍFICA)?
- AMENAZAS: ¿Cuáles son los elementos externos en la ciudad, regional o nacionalmente, en el medio natural, políticamente, etc., y pueden influir negativamente en el desarrollo y futuro de la actividad (ESPECÍFICA)?

En la investigación se obtuvieron datos e información, adquiridos a través de las técnicas documentales de revisión en archivos y libros. Del mismo modo, las técnicas de campo aplicadas fueron:

1. La observación, se inició en el 2010.
2. Las entrevistas estructuradas, se aplicaron en el 2011, a 40 productores de pan que viven en San Miguel Tecamatlán.
3. Las entrevistas no estructuradas, se realizaron en el 2011, y fueron para las personas clave: presidenta municipal, presidente de la cooperativa de los artesanos, y delegado de San Miguel Tecamatlán.
4. El cuestionario, se aplicó a 54 turistas, mediante la muestra no probabilística, para conocer la factibilidad de realizar una expo-feria en la cabecera municipal, fue en el 2011.
5. También, se desarrollaron reuniones con panaderos entre 2011 y 2018, y se elaboró un censo en 2011, para obtener el número de hornos.

Así mismo, para el registro de las actividades de la panadería, se utilizó cámara fotográfica, y libreta. La investigación se inició en el 2010 y se concluyó en 2012, con la propuesta de la expo-feria. Sin embargo, se sigue observando el objeto de estudio, para la realización de la expo-feria en la cabecera municipal, y después se evalúe la estrategia.

Tenancingo de degollado, estado de México

Tenancingo de Degollado consta de 90,946 habitantes, sus coordenadas geográficas son: longitud 99°35'35'', latitud 18°57'39'', y altitud 2030 msnm (Gaceta, 2013-2015). El municipio pertenece al Estado de México, y se encuentra al sur de éste, se considera un lugar de intercambio comercial; además, de encontrarse cerca de municipios considerados de alta afluencia turística como: Malinalco e Ixtapan de la Sal.

El clima que presenta, es templado subhúmedo con lluvias en verano (Gaceta, 2013-2015). También, es considerado un municipio con abundante flora, y fauna, se localiza a 49 kilómetros de Toluca, y a 97 de la Ciudad de México. El pueblo de Tecamatlán, presenta una serie de procesos históricos, que han marcado su formación social, cultural y económica; porque la localidad pertenecía a Malinalco, y pasó a ser parte de Tenancingo en el siglo XVIII, desde entonces al pan se le llamó pan de Tecamatlán.

San Miguel Tecamatlán consta de 3,180 habitantes de los cuales 1,625 son mujeres, y el resto son hombres, de ese total 1,999 son adultos (INEGI, 2010); así mismo, de un total de 1,164 personas económicamente activas, el 62% se dedican a la elaboración del pan. El pueblo se considera urbano por el número de habitantes que existen; sin embargo, en lo social, en lo cultural y en la forma de vida, la región permanece en lo rural.

El agroturismo como estrategia de promoción

La producción agroalimentaria de un territorio, presenta diferentes actividades, entre ellas las artesanales, como es el pan de Tecamatlán al

Entonces, el agroturismo es parte de una tendencia del turismo, que se realiza en zonas con aspectos únicos, y que apoyan a la activación del SIAL, para enfrentar los cambios en el desarrollo económico nacional e internacional, que afectan a los pequeños productores rurales. En dicha modalidad, se pueden ofrecer diferentes productos, actividades, y/o aspectos de un lugar rural. cual se le considera una artesanía, como lo explica Vásquez (2017), que una artesanía es una actividad que se elabora con las manos, que imprime sus rasgos culturales, y la originalidad de una región. Esta artesanía, es una, de más que existen en el municipio de Tenancingo, a la cual se pretende promocionar a través de una expo-feria, porque presenta aspectos únicos de la región, que es un aspecto importante para la activación del SIAL.

Es así, que se desarrolla la modalidad de turismo rural, con el enfoque SIAL, y con ello presentar estrategias a los artesanos, para que éstos, enfrenten los cambios económicos, por la llamada globalización. La globalización, impone un modelo económico en todos los países, que obliga a éstos a adoptarlo, aunque cada país es diferente, en la forma de su desarrollo económico, por lo que perjudica a los países en desarrollo (Coppelli, 2018). Entonces, los pequeños productores rurales quedan excluidos de las cadenas de producción, y tienen que implementar estrategias para competir con los nuevos retos del desarrollo económico (Boucher y Reyes, 2011), una de esas estrategias es el agroturismo.

El Agroturismo, se perfila como un tipo de actividad turística, que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local, y de aprender sobre prácticas tradicionales como: la artesanía, lo cual beneficia no sólo a los propietarios de esos emprendimientos; también, a todos los pobladores rurales, que tienen fuentes de empleo e ingresos, a través de dichas actividades (Riveros, 2003). También, se desarrolla de manera sustentable, y tradicional, la cual, aporta ingresos frescos en épocas de baja actividad productiva (Constabel, Oyarzun,

y Szmulewicz, 2007)

Es así, que el agroturismo, es una modalidad del turismo, que implica estar en los lugares rurales, viajar al campo para conocer, y disfrutar de lo tradicional, de los cultivos, de las cosechas; también, de los procesamiento de productos agropecuarios, forestales, y pesqueros; además, de la artesanía y la cultura local (Blanco, 2012), como es la elaboración de pan en San Miguel Tecmatlán, que incluye en sus elaboración material, materia prima y el saber-hacer.

También, constituye un vínculo entre el mundo rural y el urbano, aunque sean tan distintos, pero como sociedad tienen un origen, y un destino común: el territorio, la gente, y su cultura (Constabel, Oyarzun, y Szmulewicz, 2007). Es por ello, que el agroturismo, es importante para promocionar el pan de Tecmatlán, es parte de una cultura específica, que presenta prácticas tradicionales, únicas, y es parte de un lugar con una amplia historia.

El territorio, es un espacio construido histórica, y socialmente, donde la eficacia de las actividades económicas está fuertemente condicionada por los vínculos de proximidad, y de pertenencia a dicho espacio (Boucher, Muchnik y Requier-Desjardins, 2006, p. XXII), desarrollándose un sin número de actividades como es el turismo.

Las tendencias turísticas, determinan los movimientos del turismo, en donde el turismo rural, integrado a un SIAL, puede aparecer como una forma de “activación”, de la calidad territorial por la proximación geográfica del consumidor, el turista, con el conjunto de bienes, y servicios localizados, en un territorio determinado (Requier-Desjardins, 2007).

El Producto turístico, está conformado por el conjunto de bienes y servicios, que se ofrecen en el mercado, para un confort material, y espiritual, en forma individual, o es una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor, al que llamamos turista (Cárdenas, 2009). En este caso el producto turístico, es el pan que se ofrece en diferentes mercados; sin

embargo, se necesitan ampliar los lugares de venta; porque, los actuales se encuentran saturados. Por esa situación, los artesanos comentaron que una expo-feria, sería una excelente solución, para vender su artesanía y así no tener concentrada su producción, además de ampliar los lugares de venta.

Es así, que la actividad artesanal, es una de las experiencias en la vida rural, que busca poner un producto tradicional a la venta con valor agregado, que presenta características

específicas sui generis, que integra a la producción el saber-hacer, el clima, utilización de ingredientes y materiales de la zona (pulque, tabaquillo, frutas, utensilios de madera: amasijo, mesa, paleta) (Vásquez, 2017), generando beneficios no sólo a productores del pan; también, a toda la comunidad, combinando el saber-hacer, la materia prima del territorio, con la actividad turística. A continuación se presenta la tabla 1, para identificar el producto específico.

Tabla 1.
Producto específico para el agroturismo

Identificación del producto específico para el agroturismo: Pan de Tecamatlán		
Producto tradicional	Atractivos y recursos turísticos	Acciones para articular el agroturismo
Pan artesanal de diferentes figuras y sabores.	<ul style="list-style-type: none"> • 201 hornos • Paisaje natural y cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Expo-feria del pan • Información del pan artesanal.

Fuente: *Elaboración propia*, con base en Blanco, 2012.

El artículo, se enfoca en promocionar el pan de Tecamatlán como una artesanía, a través de una expo-feria; sin embargo, se puede integrar un sin número de productos, conocida como canasta de productos, y servicios, para que se promocionen en conjunto y darlos a conocer; también, que las personas que visitan el lugar, tengan diferentes opciones de compra, considerando como producto principal el pan.

En la investigación se optó por el pan; porque,

es un producto que reúne las características de una agroindustria rural, las cuales son unidades de producción, que se encuentran en un territorio específico, y están agrupadas (Boucher y Reyes, 2011); además, hay poca información de la historia del pan, y no se le había dado el realce como una artesanía, que pertenece al municipio de Tenancingo. A continuación, canasta de bienes y servicios de Tenancingo. Tabla 2.

Tabla 2.
Canasta de bienes y servicios de Tenancingo

Canasta de productos y servicios de Tenancingo	
Productos agroalimentarios	Licores, Pulque, embutidos, dulces, panes, conservas.
Gastronomía	Tradicional: obispo, gordas de haba verde.
Artesanías	Tejidos de rebozo, sillas, canastas, pan, artículos de madera.
Fiestas y festivales	Fiesta de calvario, fiesta de San Francisco de Asís, feria del obispo, del rebozo, y del jarro.
Arquitectura /patrimonio	Iglesia de San Francisco de Asís, Iglesia del Calvario, Convento Carmelita, Monumentos a Morelos e Hidalgo, la Malinche, el Cristo Rey.
Turismo	Parque Hermenegildo Galeana, Desierto del Carmen, Salto de Santa Ana y de San Simonito, compra de artesanías.

Fuente: *Elaboración propia*, con base en Blanco, 2012.

También, es importante mencionar los lugares en donde ya se conoce el pan de Tecamatlán, para que se vea la importancia que tiene el pan en la zona; además, de que se conoce como una artesanía.

Distribución del pan de Tecamatlán

La comercialización de productos ha sido utilizada desde tiempos remotos; por ejemplo, el llamado trueque, entonces el pan de Tecamatlán en sus inicios fue para autoconsumo, después, para intercambiarlo por otros alimentos, el cual, se sigue practicando cuando hay exceso de producción en el mercado; asimismo, el pan ya tiene sus nichos de mercado, y cada artesano ya tiene su plaza, pero, cada día los panaderos refieren que se vende menos, y se requieren de otros lugares para la venta de éste, así, como otras formas de publicidad, para extenderse por

cada pueblo faltante del Estado de México.

Las plazas existentes son en: Toluca, Morelos. Tenancingo, Xalatlaco, Ocoyoacac, Tenango del Valle, Jajalpa, Santiago Tianguistenco, San Simón el Alto, Chalma, Tezontepec, El Guarda, Ciudad de México, Tianguis, Marqueza, Villa Guerrero, Atlatlahuaca, en ferias, y en el mismo poblado de Tecamatlán. Sin dejar de lado que en diferentes pueblos del municipio de Tenancingo, venden su producto entre los mismos familiares, en tiendas o casas, y en la cabecera municipal los jueves, y domingos, que son días de tianguis, se pueden observar a varios productores; también, todos los días de la semana se encuentran artesanas frente al banco Banamex vendiendo diferentes tipos de pan de Tecamatlán. A continuación, artesana vendiendo el pan de Tecamatlán.



Figura 1. Foto de Artesana vendiendo pan de cocol y torta combinada. Elaboración Propia

Sin embargo, aunque los artesanos tienen diferentes puntos de venta, se requieren otros mercados, debido al número de productores de pan. Es así, que otra forma para comercializar el producto, sería darle promoción a través de un expo-feria, externando el valor agregado, como un producto local, que lo hace único, por ser elaborado con un saber-hacer gastronómico,

distintivo en el territorio, formando un patrimonio de la sociedad local, y un desarrollo rural.

Entonces, el agroturismo, es una estrategia para que se tenga un desarrollo rural, promoviendo el patrimonio natural, y cultural, el saber hacer, las artesanías entre otras, del territorio a promover (Blanco, 2012). En este caso, la posibilidad de

promover la venta del pan de Tecamatlán, a través de una expo-feria, para que beneficie a los pobladores de la zona de Tenancingo, para ello se realizó un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Viabilidad de la expo-feria: FODA

El FODA, es una herramienta con la que se hace una síntesis real del lugar, y forma parte esencial del diagnóstico. Es así, que

el diagnóstico se realiza para tener los datos correctos del objeto de estudio. Así, se pueden organizar las agroindustrias rurales (AIRs), y se activa el SIAL. Además, para realizar el FODA, debe haber participación de la gente del lugar a investigar, para generar las alternativas que beneficien a los productores, en este caso los artesanos del pan. A continuación se presenta el análisis FODA.

Tabla 3.

Análisis FODA

SITUACIÓN ACTUAL	
<p>El pueblo tiene 3,180 hab., de las cuales 660 elaboran pan cotidianamente, entre son mujeres y hombres. El pan es un producto artesanal, que falta valorizarlo por su saber-hacer, el cual tiene un tradición que se ha pasado de padres a hijos, y se requiere de ampliar los mercados meta, con un valor agregado, y obtener un desarrollo rural-local, a través de una expo-feria.</p>	
<p>DEBILIDADES – NEGATIVO (Origen Interno)</p> <ul style="list-style-type: none"> _ Existe una asociación de productores de pan en Tecamatlán, pero no opera por malos manejos en el dinero. _ Los productores poseen de escaso tiempo para destinarlo a la organización del evento, lo que podría causar falta de motivación, compromiso y liderazgo. _ La falta de coordinación, competencia entre instancias gubernamentales, así como el cambio de periodo de Gobernantes, provocaría una barrera en la organización. _ Falta de infraestructura humana por parte de los productores. _ Se requiere de un proyecto a mediano plazo, que permita llevar a la realización de la propuesta. _ Escaso conocimiento de los artesanos en la preparación y realización de la expo-feria. _ El pan de Tecamatlán como único producto a ofrecer a los visitantes. _ La feria se realizará en temporada de calor, ya que es cuando bajan las ventas y con posibilidad de que no se antoje. _ Competencia con las panaderías en la cabecera municipal. 	<p>OPORTUNIDADES – POSITIVO (Origen externo)</p> <ul style="list-style-type: none"> _ El agroturismo, es una tendencia, que permite ampliar el mercado, pues es oportunidad de publicidad para productos tradicionales, que otorgan identidad a la región. _ Tecamatlán, cuenta con un importante volumen de producción de pan (ejemplo mercados tradicionales), lo que permite tener una gama de opciones de participantes. _ Tenancingo, es capaz de captar visitantes cuyo motivo principal es diversión, ya que cuenta con atractivos naturales y culturales, así como infraestructura necesaria para su recibimiento. _ En un principio, el alcance de la feria, es para el turismo local y regional, es decir el desplazamiento en una misma área y también que involucre a 2 o 3 Estados. _ El mes preferido para la realización del evento, marzo, ya que es primavera y escasas lluvias. _ Nuevas propuestas en cuanto a alimentos, bebidas y eventos complementarios proporciona alternativas de esparcimiento al visitante. _ No existe otra feria del pan en el la región. _ El pan es artesanal, tiene inocuidad incluida, con precios accesibles para los visitantes.

FORTALEZAS – POSITIVO	AMENAZAS – NEGATIVO
<p>(Origen Interno)</p> <p>_ Es una propuesta novedosa, pues Tenancingo no cuenta con expo-ferias agroturísticas, relacionadas a un producto en específico y es un evento que causa interés a los pobladores y visitantes.</p>	<p>(Origen Externo)</p> <p>_ Existe una asociación de productores de pan en Tecamatlán, pero no opera por malos manejos en el dinero.</p> <p>_ Los productores poseen de escaso tiempo, para destinarlo a la organización del evento lo que podría causar falta de motivación, compromiso y liderazgo.</p>
<p>_ En el trabajo de campo, se consideró al pan como alimento típico de la región, para visitantes, lo que indica que es parte de la memoria colectiva de pobladores y visitantes, lo que es una ventaja competitiva, pues además es del agrado de la mayoría de las personas.</p> <p>_ Existe inclinación positiva por parte de visitantes y productores, por asistir a una expo-feria del pan; así como los necesarios recursos, económicos y humanos, para su organización y puesta en marcha.</p> <p>_ La ubicación geográfica de Tenancingo, es ventaja ya que es un lugar de intercambio comercial, tiene un excelente clima; también cuenta con un sin número de transporte, además de tener servicio de hospedaje, y establecimientos de alimentos y bebidas de diversos costos.</p> <p>_ Los artesanos tiene un saber-hacer, una cultura y un patrimonio único en la región.</p>	<p>_ La falta de coordinación, competencia entre instancias gubernamentales, así como el cambio de periodo de Gobernantes, provocaría una barrera en la organización.</p> <p>_ Falta de infraestructura humana, por parte de los productores.</p> <p>_ Se requiere de un proyecto a mediano plazo, que permita llevar a la realización de la propuesta.</p> <p>_ Escaso conocimiento de los artesanos, en la preparación y realización de la expo-feria.</p> <p>_ El pan de Tecamatlán, como único producto a ofrecer a los visitantes</p> <p>_ La feria se realizará en temporada de calor, ya que es cuando bajan las ventas y es posible que no se antoje.</p> <p>_ Competencia con las panaderías en la cabecera municipal.</p>
ESTRATEGIAS	
<p>DISMINUIR DEBILIDADES</p> <p>_ Tendrán que constituirse más asociaciones y con la existente, tienen que cambiar de líderes.</p> <p>_ Los productores tendrán que destinar tiempo para la gestión, y organización de la expo-feria.</p> <p>_ Los productores y los del Ayuntamiento, asumirán su responsabilidad para la coordinación de la feria, sin que interfiera en el cambio de gobernantes.</p> <p>_ Implementar infraestructura humana por parte de los productores.</p> <p>_ La propuesta, se adquirirá y se desarrollara en mediano plazo.</p> <p>_ Pedir apoyo para la preparación y ejecución de la feria.</p>	<p>APROVECHAR APORTUNIDADES</p> <p>_ Invitar a diferentes medios de comunicación, haciendo énfasis en el agroturismo.</p> <p>_ Invitar a todos los artesanos para tener opción de selección.</p> <p>_ Se puede implementar un tour, por los principales lugares turísticos de Tenancingo.</p> <p>_ Tener el alcance necesario de promocionar la feria en medios locales.</p> <p>_ Aprovechar el mes en que inicia la primavera, y desarrollar la feria con esta estación.</p>

<ul style="list-style-type: none"> _ Complementar la feria con otros productos compatibles con el pan. _ Que la expo-feria, inicia temprano para que el pan sea para el desayuno. _ Exponer que el pan de Tecamatlán, es artesanal con sabor único. 	<ul style="list-style-type: none"> _ Invitar a los que ofrecen servicios, para que exista variedad de alimentos y bebidas. _ Afirmar en la publicidad, que la expo-feria del pan es la única en la región. _ Implementar un diálogo, para que los compradores sepan que es un producto con calidad e inocuidad incluida.
<p>POTENCIAR FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> _ Poner la feria como un patrimonio cultural del Estado de México. _ Inculcar que es un producto artesanal, con saber hacer, transmitido de generación en generación. _ Potenciar la inclinación de los visitantes y de los productores, dando premios en la expo. _ Promocionar el lugar de la feria como alternativa para comprar, por el clima y que consta de buenos servicios. 	<p>NEUTRALIZAR AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> _ Cambiar de líderes, para una mejor organización y que los mismos artesanos los elijan. _ Manejar los tiempos en que los artesanos destinan para la organización. _ Trabajar con las instancias correspondientes, sin que existan factores externos que afecten a la feria. _ Que exista infraestructura humana por parte de los productores. _ El proyecto tiene que ser a mediano plazo. _ Buscar una persona especializada en eventos para que desarrolle la expo, junto con los productores. _ Hacer la invitación a otros productos para diversificar la feria. _ La temporada es buena, ya que no existen lluvias y se puede antojar para el desayuno y la merienda. _ Hacer la diferencia entre las panaderías, y distinguir el taller artesanal de Tecamatlán.

Fuente: *Elaboración Propia.*

ElFODA, es útil para conjeturar si la expo-feria, tendrá éxito en la venta del pan. La estrategia de promoción, tiene como consecuencia difundir al pan, como un producto típico de la región, que forma parte no sólo de un saber-hacer, sino de un sabor, olor que deben perdurar, y trascender en sus habitantes, y visitantes.

Conclusiones

La activación de los sistemas agroalimentarios localizados, surge para apoyar a los pequeños productores rurales, de los cambios en el mercado internacional, donde se propone una

línea homogénea en la elaboración de productos, e integrar estándares de calidad e higiene para todos. Situación, que los pone en desventaja; porque, ellos se guían por un saber-hacer específico, utilizando en un mayor porcentaje las manos, para la elaboración del pan, y no tienen la capacidad de producir en grandes cantidades; también, integran a su producción materia prima y utensilios de la zona, que los grandes productores no lo hacen.

La elaboración de pan, no debe desaparecer, por la historia que representa, por el saber-hacer, es un patrimonio que debe permanecer entre los artesanos de Tecamatlán, y esto se

puede hacer a través del agroturismo, porque da a conocer a diferentes personas los productos que se realizan en la zona.

El agroturismo, hace frente a la nueva visión de una economía global, considerando que la acumulación de conocimientos tradicionales, en diferentes pueblos como Tecamatlán, son importantes para mantener un equilibrio económico en la zona, y en México, en este caso a través de una expo-feria, la cual es una forma de promocionar al pan, desde la misma zona donde se elabora; también, para dar a conocer los conocimientos adquiridos durante siglos, y como consecuencia que existan mejores ventas del producto, así mejorar la economía de los productores; además, de ser un medio de transmisión para que otros productos de la zona sean conocidos.

Referencias

- Arango-Buelvas, L.J. y Pérez-Fuentes, D. (2015). El papel del Estado en el desarrollo de la agroindustria colombiana. *Revista panorama económico*, vol. 22, pp. 129-140.
- Blanco, M. (2012). La activación de los SIAL vía el agroturismo: análisis del potencial de articulación en cuatro territorios queseros de América Latina. *Agroalimentaria*, 18 (34), pp.123-131.
- Boucher, F. y Reyes, J.A. (2011). Guía Metodológica, para la Activación de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL). México: IICA, CIRAD, REDSIAL.
- Boucher, F. (2007). El sistema agroalimentario localizado de los productos lácteos de Cajamarca: una nueva perspectiva para la agroindustria rural. En Álvarez, A., Bouher, F., Cervantes, F. y Espinoza, A. (Cords.), *Agroindustria Rural y Territorio* (pp. 103-147). México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Boucher, F., Muchnik, J. y Requier-Desjardins, D. (2006). Sistemas agroalimentarios localizados: agroindustria rural, valorización de recursos locales y dinámicas territoriales. En Álvarez, A., Bouher, F., Cervantes, F., Espinoza, A., Muchnik, J., y Requier Desjardins, D. (Cords.), *Agroindustria Rural y Territorio* (pp. XVII-XXXVI). México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Cárdenas, T. (2009). *Producto Turístico*. México: Trillas.
- Constabel, S., Oyarzun, E. y Szmulewicz, P. (2007). *Agroturismo en Chile Caracterización y perspectivas*. Chile: Fundación para la innovación agraria, Ministerio de agricultura, Universidad Austral de Chile.
- Coppelli, G. (2018). La globalización económica del siglo XXI. Entre la mundialización y la desglobalización. *Estudios internacionales*. 191, pp. 57-80.
- Fournier, S. y Muchnik, J. (2012). El enfoque “SIAL” (Sistemas Agroalimentarios Localizados) y la activación de recursos territoriales. *Agroalimentaria*. Vol. 18, (núm. 34), pp. 133-144.
- Flores, M. V. (2016). La globalización como fenómeno político, económico y social. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*. Año. 12, (núm. 34) (año 12), pp. 26-41.
- Gaceta Municipal. (2013-2015). Plan de desarrollo municipal. México: Ayuntamiento Constitucional Tenancingo.
- Hallak, J. (2001). *Globalización, derechos humanos y educación*. Francia: Instituto Internacional de Planeación de la Educación, UNESCO.
- INEGI, (2010). *Censo 2010, Estado de México*. México: Instituto Nacional de Estadística

Geografía e Informática.

Muchnik, J. (2006). Identidad territorial de los alimentos: alimentar el cuerpo humano y el cuerpo social”. En Álvarez, A., Bouher, F., Cervantes, F., Espinoza, A., Muchnik, J., y Requier Desjardins, D. (Cords.), *Agroindustria Rural y Territorio* (pp. 79-101). México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Requier-Desjardins, D. (2007). Puede ser el turismo una ventaja para el desarrollo de los SIAL? un enfoque desde algunas perspectivas analíticas. México: VI Congreso de la Asociación Mexicana de los Estudios Rurales (AMER), Veracruz.

Riveros, H. y Blanco, M. (2003). El agroturismo una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. *PRODAR*, Perú.

Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G. y Marescotti, A. (2010). *Uniendo Personas, Territorios y Productos*. Italia: FAO.

Vásquez, A. Y. (2002). Análisis de las perspectivas del desarrollo del turismo local en el municipio de Tenancingo. México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Vásquez, A.Y. (2017). El pan artesanal de San Miguel Tecamatlán, México. *RIVAR* Vol. 4, (Nº 11), pp. 116-135.