

UNIVERSIDAD DEL PAPALOAPAN

LICENCIATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES

CAMPUS TUXTEPEC

***“Propuesta de negocio a partir de la cultura alimentaria
para la localidad de Arroyo Camalote”***

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS EMPRESARIALES

PRESENTA:

DIANA LAURA TERÁN SÁNCHEZ

Director:

M. A. Luis Enrique Flores Chávez

San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca 2024



UNIVERSIDAD DEL PAPALOAPAN

CAMPUS TUXTEPEC


ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, el día **12 de julio de 2024** a las **16:00 hrs.**, los miembros de la Comisión Revisora de tesis designada por la Jefatura de Carrera de la Licenciatura en Ciencias Empresariales se reunieron en la **sala de juntas del Edificio de Ciencias Empresariales** de la Universidad del Papaloapan, con la finalidad de examinar la tesis titulada **"Propuesta de negocio a partir de la cultura alimentaria para la localidad de Arrollo Camalote"** presentada por la alumna **Diana Laura Terán Sánchez**, con número de matrícula **18050002**, aspirante al Título de **Licenciada en Ciencias Empresariales**.


Después de intercambiar opiniones, los miembros de la Comisión manifestaron que la tesis **satisface** los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes, otorgando su **aprobación** para que la aspirante pueda proceder con el proceso de titulación.

Tuxtepec, Oaxaca, a **12 de julio de 2024**


ATENTAMENTE
LA COMISIÓN REVISORA




M. A. Luis Enrique Flores Chávez
Profesor Investigador Asociado "B"
Universidad del Papaloapan
Director de Tesis



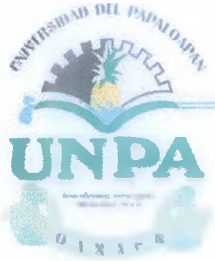
M. M. P. José Antonio Hernández Contreras
Profesor Investigador Asociado "C"
Universidad del Papaloapan
Revisor de Tesis



M. A. José Julián Aguilar Láinez
Profesor Investigador Asociado "B"
Universidad del Papaloapan
Revisor de Tesis



M.A.D. Laura Cobos Vivaldo
Profesor Investigador Asociado "C"
Universidad del Papaloapan
Revisor de Tesis



UNIVERSIDAD DEL PAPALOAPAN

CAMPUS TUXTEPEC

Tuxtepec, Oaxaca; a 01 de agosto de 2024
Oficio No. JCLCEM/055/08/2024

Asunto: Autorización de
impresión de tesis.

M. E. Yesenia Barrientos Arenal
Jefa del Departamento de Servicios Escolares
Universidad del Papaloapan

Con base en el dictamen de la Comisión Revisora, se autoriza la impresión del trabajo de tesis de la alumna **Diana Laura Terán Sánchez**, con número de matrícula **18050002**, titulado "**Propuesta de negocio a partir de la cultura alimentaria para la localidad de Arrollo Camalote**", dirigido por el **M. A. Luis Enrique Flores Chávez**; que será presentado como trabajo de tesis para obtener el título de **Licenciada en Ciencias Empresariales**, toda vez que cumple satisfactoriamente con la reglamentación establecida para tal fin.

El Jurado de Examen Profesional estará compuesto por los siguientes profesores:

M. A. José Julián Aguilar Láinez (Presidente, Universidad del Papaloapan)
M. M. P. José Antonio Hernández Contreras (Secretario, Universidad del Papaloapan)
M. A. Luis Enrique Flores Chávez (Vocal, Universidad del Papaloapan)
M.A.D. Laura Cobos Vivaldo (Primer Suplente, Universidad del Papaloapan)
M.A.D.N. María Dolores Esquivel Hernández (Segundo Suplente, Universidad del Papaloapan)

Sin más por el momento le enviamos un cordial saludo.

Atentamente
Terra uberrima, mens aperta
Bou Lo-tama, chí jí jú

Vo. Bo.



M. A. José Julián Aguilar Láinez
Jefe de Carrera de la Licenciatura en
Ciencias Empresariales
Universidad del Papaloapan



M.C. Héctor López Arjona
Vice Rector Académico
Universidad del Papaloapan
**VICE-RECTORIA
ACADEMICA**

C. c. p. M. A. Luis Enrique Flores Chávez. Director de tesis, para su conocimiento
C. c. p. Diana Laura Terán Sánchez. Alumno, para su conocimiento
C. c. p. Archivo

Hoja de Originalidad

El presente trabajo no ha sido aceptado o empleado para el otorgamiento de título o grado diferente o adicional al actual. La tesis es resultado de las investigaciones del autor, excepto donde se indican las fuentes de información consultadas. El autor otorga su consentimiento a la Universidad del Papaloapan para la reproducción del documento con el fin del intercambio bibliotecario siempre y cuando se indique la fuente.

Agradecimientos

Dios, gracias por tantas dichas y tu inmenso amor, mis padres Catalina y Víctor. A mi pequeño hermano Víctor Manuel.

A mi alma mater, Universidad del Papaloapan-Campus Tuxtepec por brindarme tanto, al cuerpo docente de la Lic. En Ciencias Empresariales quienes durante 5 años me brindaron sus conocimientos y experiencias.

Especialmente a los profesores: Luis, Marcos, José Antonio, Romeo, Ma. Dolores, Laura, Julián, Meyver y Beatriz.

A cada uno de mis profesores que a lo largo de mi vida estudiantil aportaron mucho a mi formación, gracias.

A mi querido abuelo Cornelio a quien al morir a mis inicios de mi carrera prometí acabarla.

Por último, la presente tesis forma parte de los productos generados del proyecto Conahcyt Ciencia Básica 2017-2018, El impacto de las actividades turísticas sobre el patrimonio cultural intangible y el paisaje en la Chinantla baja del estado de Oaxaca. Hacia un estudio interdisciplinario con enfoque regional, A1-S-45466. En este sentido la autora agradece el apoyo financiero para su desarrollo.

Dios, por el privilegio de la vida y permitirme llegar a este punto de mi vida, su inmenso amor me sostuvo. A mis padres, Catalina y Víctor, a mi madre por esforzarse en apoyarme siempre en mis tareas de pequeña y a mi padre por la oportunidad de estudiar. Mi hermano Víctor Manuel por ser fuente de amor. Mis mascotas por soportarme en estos años: mi amada Tesa, Viko, Copito y Kira.

En memoria y por la promesa realizada a mi abuelo Cornelio. Mi abuelo Florentino, a mis queridos tíos Cirilo, Miguel y Calixto. En memoria de mi amigo el cual durante estos años de universidad estuvo siempre en mi corazón Alejandro. Mi querida Lizbeth Castro, por ser instrumento de Dios y llamarme mientras estuvo en esta tierra.

A mi querida abuela Inés, mi abuela Eva. Mis queridos tíos que con amor me han acogido, enseñado y llenado de sabiduría: Petra, Julián, Encarnación, Nicolás, Ma. Inés, Paulino, Elena, Luis y Amada. A mis tíos políticos: Dulce, Nicolas, Malena y Margarito. Mis tíos por su apoyo y cariño: Luminosa, José Luis, Vicente y Eustaquia. Mis tíos abuelos: Juan Orozco, Basilio y Reina.

Mis niños que son fuente de mi fortaleza: Ma. De los Ángeles, Jana Paola, Nicole, Erick David, Luis Mateo, Suri Saraí, Matías Gabriel y a mi querida prima Paula.

Mis amigos y hermanos que Dios me regaló: Félix, Josué, Francisco, Ángel, Alexa, Diana, Itandehui, Sayuri, Johan, Astrid, Rosa y Vianney. Mis hermanas de otra sangre: Yadira, Isabel, Fanny, Ma. De los Ángeles y Ma. José. Mis amigos: Pedro Lisandro, Félix Jair, Fernando, Juan Severiano y Samuel. Mis primos y amigos: Mitzy, Alexis y Yadira.

A mis queridos sacerdotes y guías en esta vida terrenal: Juan Guadalupe, David Enrique, Fidel, Juan Arturo, Rodrigo y Daniel. A mi equipo COVAJ quien me ha abrazado fuerte estos últimos meses.

Mis vecinos fuente de cariño y apoyo: Marisol, Herminio, Edith, David, Bertha, Rigoberto, Daniela, Rubén, Linda, Arturo, Eugenia y don Chema.

Aquellas personas que han dejado huella en mi vida y aportado a mi crecimiento, José Ángel, Minerva, José Sánchez, Leticia Clemente, Prof. Amaya, Prof. Iván, Prof. Claudia, Prof. Juvencio y Prof. Milton.

Índice

I.	Resumen	9
II.	Justificación	10
III.	Hipótesis	11
IV.	Objetivo principal y secundarios	11
V.	Método	11
	Introducción	13
	Capítulo 1. Descripción histórica, geográfica y cultural de Arroyo Camalote.....	15
	1.1. Los orígenes y la riqueza cultural de la Chinantla	15
	1.2. Orígenes y riqueza de San Lucas Ojitlán.....	22
	1.3. Historia de Arroyo Camalote	24
	1.4. Acontecimiento de Arroyo Camalote	29
	1.4.1. Personaje destacado de Arroyo Camalote	30
	1.5. Datos sociodemográficos de Arroyo Camalote	34
	1.6. Cultura de Arroyo Camalote.....	37
	Capítulo 2. Prácticas culinarias e importancia de la cultura alimentaria de Arroyo Camalote.....	42
	2.1. Antropología e identidad cultural	42
	2.2. Definiciones de cultura alimentaria	44
	2.3. Economía de la cultura	45
	2.3.1. La globalización como fenómeno económico	49
	2.3.2. Impacto de la globalización en la cultura alimentaria de los pueblos indígenas	50
	2.4. Importancia y cambios de la cultura alimentaria.....	51
	2.5. Identificación de los platillos tradicionales de Arroyo Camalote	54
	2.6. Platillos de Arroyo Camalote - Simbolismo del platillo	56
	Capítulo 3. Estudio de mercado para la propuesta de negocio	74
	3.1. Propuesta de negocio y marketing cultural	74

3.2. Antecedentes y desarrollo de la industria restaurantera	76
3.3. Análisis de la competencia	78
3.4. Investigación de mercados	79
3.4.1. Descripción de las características del público objetivo	80
3.4.2. Descripción técnica.....	81
3.4.3. Cálculo del tamaño de la muestra	81
3.4.4. Tipo de muestreo e instrumento.....	82
3.5. Reporte de resultados	83
Capítulo 4. Propuesta de negocio <i>Cabaña Artesanal Maa-yé</i>	92
4.1. Historia de la empresa.....	92
4.2. Estado actual de la empresa.....	92
4.2.1. Infraestructura.....	93
4.2.2. Mobiliario	94
4.2.3. Ubicación	94
4.2.4. Personal	96
4.2.5. Insumos	98
4.3. Propuesta comercial.....	99
4.3.1. Planteamiento del problema.....	99
4.3.2. Solución	100
4.3.3. Beneficios	100
4.3.4. Precios y condiciones de pago.....	102
4.3. 5. Demostraciones	103
4.3.6. Aspectos legales	105
4.4. Propuesta publicitaria	107
4.4.1. Marca.....	107

4.4.2. Eslogan.....	111
4.4.3. Medios de comunicación.....	113
Conclusiones.....	115
Bibliografía.....	117
Anexo I.....	126
Anexo II.....	127
Anexo III.....	128

Índice de figuras

Figura 1. <i>Localización de la Chinantla en el estado de Oaxaca</i>	16
Figura 2. <i>Municipios de la Chinantla</i>	17
Figura 3. <i>Línea del tiempo familia Salazar</i>	27
Figura 4. <i>Árbol genealógico de los fundadores de Arroyo Camalote</i>	27
Figura 5. <i>Florentino Terán Sánchez encabezando acto político de la CCI</i>	31
Figura 6. <i>Monumento en honor al Prof. Florentino Terán Sánchez, en la escuela primaria de la localidad de la Nueva Esperanza</i>	33
Figura 7. <i>Mapa de Arroyo Camalote</i>	36
Figura 8. <i>Distribución de La “Cabaña Artesanal Maa-yé”</i>	93
Figura 9. <i>Ruta a la “Cabaña Artesanal Maa-yé”</i>	95
Figura 10. <i>Organigrama propuesto para la “Cabaña Artesanal Maa-yé”</i>	97
Figura 11. <i>Tepejilote estilo “Maa-yé”</i>	103
Figura 12. <i>Caldo Paisano “Maa-yé”</i>	103
Figura 13. <i>Popo estilo “Maa-yé”</i>	104
Figura 14. <i>Casamiento Maa-yé</i>	104
Figura 15. <i>Barbacoa en pilte</i>	105
Figura 16. <i>Mole estilo Maa-yé</i>	105
Figura 17. <i>Pavo Real de San Lucas Ojitlán</i>	108
Figura 18. <i>Identidad Cabaña Artesanal</i>	109
Figura 19. <i>Paleta de colores</i>	109

Figura 20. <i>Propuestas de identidad Cabaña Artesanal</i>	110
Figura 21. <i>Eslogan - Imagen corporativa</i>	112
Figura 22. <i>Señora Juana Valentín Salazar en su cocina</i>	127
Figura 23. <i>Señora Juana y conocidas en las escaleras de la iglesia de arriba</i>	127
Figura 24. <i>La Cabaña Artesanal Maa-yé vista desde la carretera federal No. 182</i>	128
Figura 25. <i>La Cabaña Artesanal Maa-yé más cerca de ti</i>	128
Figura 26. <i>Entrada principal</i>	129
Figura 27. <i>Interior de la Cabaña con vista a los baños</i>	129
Índice de gráficas	
Gráfica 1. <i>Frecuencia de visita a la “Cabaña Artesanal Maa-yé”</i>	85
Gráfica 2. <i>Consumo de platillos y bebidas</i>	86
Gráfica 3. <i>Importancia de ambientación</i>	89
Índice de tablas	
Tabla 1. <i>Ubicación de la Chinantla</i>	18
Tabla 2. <i>Datos de población en Arroyo Camalote (Oaxaca)</i>	34
Tabla 3. <i>Otros datos demográficos en Arroyo Camalote</i>	35
Tabla 4. <i>Datos de cultura indígena en Arroyo Camalote</i>	36
Tabla 5. <i>Primeros entrevistados</i>	55
Tabla 6. <i>Cocineras chinantecas</i>	56
Tabla 7. <i>El casamiento</i>	58
Tabla 8. <i>Caldo de paisano</i>	61
Tabla 9. <i>Barbacoa en pilte</i>	64
Tabla 10. <i>El mole</i>	67
Tabla 11. <i>Atole de masa</i>	69
Tabla 12. <i>El popo</i>	72
Tabla 13. <i>Análisis de la competencia indirecta a nivel local</i>	79
Tabla 14. <i>Muestreo aleatorio por estrato social</i>	83
Tabla 15. <i>Datos sociodemográficos de los encuestados</i>	83
Tabla 16. <i>Platillos solicitados</i>	86
Tabla 17. <i>Bebidas solicitadas</i>	87
Tabla 18. <i>Platillos por precio</i>	88

Tabla 19. <i>Mobiliario y equipo de trabajo</i>	94
Tabla 20. <i>Experiencia de la cultura alimentaria de la “Cabaña Artesanal Maa-yé”</i>	101
Tabla 21. <i>Precios de la cara “Cabaña Artesanal Maa-yé”</i>	102
Tabla 22. <i>Medios de comunicación</i>	113

I. Resumen

El presente trabajo desarrolla una propuesta de negocio sostenible a partir de la cultura alimentaria de Arroyo Camalote, perteneciente al municipio de San Lucas Ojitlán, Oaxaca, que responda a las necesidades y demandas contemporáneas, pero que garantice la permanencia de sus elementos tradicionales. En un primer momento se expone una recopilación de hechos y datos históricos de la localidad y la región cultural para ofrecer al lector un contexto general de la zona de estudio. Presenta, además, las técnicas culinarias, los ingredientes y la importancia cultural de los platillos tradicionales que justifican la propuesta comercial desarrollada. La metodología comprendió la recopilación de datos cualitativos, a través de entrevistas a profundidad y observaciones, así como datos cuantitativos a partir de la realización de un estudio de mercado. Los resultados de este estudio arrojan luz sobre cómo la cultura alimentaria de Arroyo Camalote puede ser fortalecida y preservada a través de un enfoque de un negocio sostenible.

Abstract

This paper develops a sustainable business proposal based on the food culture of Arroyo Camalote, belonging to the municipality of San Lucas Ojitlán, Oaxaca, that responds to contemporary needs and demands, but guarantees the permanence of its traditional elements. At first, a compilation of facts and historical data of the locality and the cultural region is presented in order to offer the reader a general context of the study area. It also presents the culinary techniques, ingredients, and cultural importance of the traditional dishes that justify the commercial proposal developed. The methodology included the collection of qualitative data through in-depth interviews and observations, as well as quantitative data from a market study. The results of this study shed light on how the food culture of Arroyo Camalote can be strengthened and preserved through a sustainable business approach.

II. Justificación

En un mundo donde la globalización y las tendencias comerciales dominan el panorama, las tradiciones culturales y culinarias enfrentan la amenaza de diluirse en la corriente de la uniformidad. La rápida difusión de influencias culinarias extranjeras y la adopción de hábitos alimentarios estandarizados pueden resultar en la pérdida gradual de las tradiciones culinarias autóctonas y en la disminución del sentido de identidad cultural de las comunidades. Las comunidades locales experimentan desafíos para preservar sus prácticas alimentarias auténticas, que a menudo están arraigadas en su identidad cultural única. La pérdida de estas tradiciones no solo afecta la cohesión comunitaria, sino que también priva a las futuras generaciones de un patrimonio invaluable. Además, la necesidad de generar ingresos económicos sostenibles se convierte en un desafío crucial para la preservación de las prácticas culturales de Arroyo Camalote.

La presente investigación busca abordar esta problemática al proponer y explorar una propuesta de negocio que no solo fomente la conservación de la cultura alimentaria, sino que también genere recursos económicos de manera sostenible. Esta propuesta toma en consideración la necesidad de equilibrar la autenticidad cultural con las demandas contemporáneas del mercado, con el fin de garantizar la viabilidad a largo plazo de dicha iniciativa.

A medida que las comunidades buscan formas efectivas de mantener sus raíces culturales en un mundo global, esta investigación adquiere relevancia al ofrecer un enfoque concreto y práctico para preservar, revitalizar y promover la cultura alimentaria de Arroyo Camalote. Mediante la intersección de la antropología y la ciencia empresarial, esta investigación busca arrojar luz sobre cómo una propuesta de negocio puede ser no solo un medio para conservar la herencia cultural de una comunidad, sino también un canal para mejorar la economía local. Al contribuir al conocimiento en esta área, se espera que esta investigación contribuya a un entendimiento más profundo de cómo las tradiciones culinarias pueden coexistir con las dinámicas económicas contemporáneas, proporcionando una base para la implementación de estrategias concretas y efectivas, beneficiando tanto a la comunidad de Arroyo Camalote como a los consumidores interesados en experiencias culturales auténticas, que permitan la coexistencia armoniosa entre la cultura alimentaria y el mundo empresarial en constante evolución.

III. Hipótesis

La implementación de una propuesta de negocio centrado en la cultura alimentaria de Arroyo Camalote, no solo contribuirá con la preservación y difusión de tradiciones culinarias, sino que también generará un mayor interés y aprecio por los aspectos culturales de la comida. Se espera que esta propuesta de negocio fomente un sentido de identidad y revalorización cultural entre los miembros de la comunidad, estableciendo conexiones más amplias con consumidores externos, propiciando así una revitalización económica sostenible y beneficiosa de la autenticidad cultural a través de la comida.

IV. Objetivo principal y secundarios

Objetivo principal:

Desarrollar una propuesta de negocio sostenible que promueva la preservación, promoción y comercialización de los aspectos culinarios tradicionales, al mismo tiempo que se adapte a las necesidades y garantice su sostenibilidad para la localidad de Arroyo Camalote del municipio de San Lucas Ojitlán.

Este objetivo establece claramente las dos áreas principales de enfoque: el análisis de la cultura alimentaria de Arroyo Camalote y el desarrollo de una propuesta de negocio. También resalta la importancia de encontrar un equilibrio entre la preservación de las tradiciones culinarias y la adaptación a las tendencias actuales, así como los beneficios tanto culturales como económicos que se esperan lograr.

Objetivos secundarios:

- Identificar los factores culturales, históricos y geográficos de Arroyo Camalote.
- Registrar las prácticas culinarias tradicionales de Arroyo Camalote.
- Determinar las condiciones de mercado para definir si es viable una propuesta de negocio en Arroyo Camalote.
- Proponer una propuesta de negocio basado en las manifestaciones culturales de Arroyo Camalote.

V. Método

1. Revisión teórica:

Realizar una revisión de las teorías y enfoques antropológicos relevantes relacionados con la cultura alimentaria y propuestas de negocios en contextos culturales. Identificando los conceptos clave que puedan influir en el diseño y la implementación de la propuesta de negocio.

2. Investigación descriptiva y etnográfica:

Realizar el trabajo de campo en la comunidad. Esto incluye la observación participante, entrevistas a profundidad con miembros de la comunidad, y la recopilación de información sobre las prácticas culinarias, ingredientes tradicionales, rituales alimentarios y valores culturales asociados con la comida.

3. Análisis de datos cualitativos del trabajo de campo:

Transcribir y analizar cuidadosamente las entrevistas y observaciones recopiladas durante la fase etnográfica. Utilizando métodos de análisis cualitativo para identificar patrones, temas recurrentes y matices en las percepciones y experiencias de los informantes sobre la cultura alimentaria.

4. Estudio de mercado:

Aplicar la metodología para la realización del presente estudio que ofrezca un panorama detallado del tipo de servicio que se prevé ofrecer y su estado actual a nivel local; mediante un previo análisis de la competencia por medio de una investigación en línea, que arroje como resultado el conocer la respuesta de nuestros posibles clientes con base a dicha propuesta de negocio.

5. Conclusiones de datos cualitativos y cuantitativos del estudio de mercado:

Evaluar su aceptación por parte de los consumidores, su impacto cultural y económico. Recopilar retroalimentación y realizar los ajustes según sea necesario para optimizar la efectividad y la alineación con los objetivos planteados.

6. Elaboración y presentación de la propuesta de negocio.

Introducción

En esta tesis, se exploran diversos aspectos de la comunidad de Arroyo Camalote, ubicada en el municipio de San Lucas Ojitlán, Oaxaca. La investigación se estructura en diferentes secciones, cada una con un enfoque específico que, en conjunto, buscan resaltar la importancia de preservar y valorar la rica herencia cultural, en especial la relacionada a la cultura alimentaria y exponer las bases de la propuesta de negocio aquí contenida.

En un primer momento, se presenta el contexto histórico y cultural de Arroyo Camalote, este estudio se basa en entrevistas a profundidad hechas a personas con fuerte arraigo en la comunidad. La historia y tradiciones de Arroyo Camalote no solo revelan sus raíces chinantecas, sino también ofrecen una perspectiva valiosa sobre la identidad y el legado cultural de sus habitantes.

En un segundo capítulo, se examina la importancia de estos alimentos desde un punto de vista cultural, mostrando cómo cada platillo tiene su propio significado y relevancia dentro de la comunidad. Además, se aborda el impacto de la globalización en la economía y la cultura de Arroyo Camalote, explorando cómo los cambios económicos globales han influido en las prácticas alimentarias locales. Como parte sustantiva de este apartado se identifican y describen los platillos tradicionales de la localidad, mismos que serán la base de la propuesta de negocio.

Posteriormente, en el tercer capítulo, se lleva a cabo un estudio de mercado para la propuesta de negocio del restaurante denominado "Cabaña Artesanal Maa-yé". Este estudio analiza la respuesta del mercado objetivo al concepto del restaurante, que busca fusionar la oferta tradicional restaurantera con una experiencia cultural alimentaria étnica. Los resultados del estudio proporcionan una visión detallada de la demanda y la frecuencia esperada del servicio, subrayando la viabilidad y el potencial del negocio.

Finalmente, en el capítulo cuarto, se desarrolla la propuesta de negocio, integrando los hallazgos del trabajo de campo y el estudio de mercado. Esta propuesta no solo aspira a ser un negocio rentable, sino también a promover y preservar la cultura alimentaria de Arroyo Camalote. Se plantea una estrategia que unifica los aspectos culturales y administrativos, con el objetivo de crear una experiencia única que celebre la herencia cultural de la comunidad.

Esta tesis, además, busca destacar la importancia de conocer y valorar nuestras raíces, y cómo, a través de un enfoque integrado que combina cultura y economía, es posible desarrollar iniciativas que preserven y promuevan la rica tradición de las comunidades indígenas, y en este

caso particular la de Arroyo Camalote, ya que la preservación de la cultura debe concebirse como un esfuerzo colectivo que una el pasado con el presente, asegurando su continuidad para las futuras generaciones.

Por último, la motivación principal de este trabajo radica en la herencia chinanteca de la autora. La elaboración de este estudio no solo tiene como objetivo la obtención de un título académico, sino también hacer una aportación al legado familiar, contribuyendo a la preservación de la memoria y los recuerdos familiares.

Capítulo 1. Descripción histórica, geográfica y cultural de Arroyo Camalote

El presente capítulo tiene como fin ofrecer el contexto histórico y cultural de la comunidad sujeta de estudio; además brinda información sobre su geolocalización y algunos datos demográficos. Es importante hacer mención de la dificultad en algunos casos, y la ausencia en otros, de encontrar referencias bibliográficas que hablen sobre los temas mencionados, razón por la cual fue necesario la construcción de la historia de la fundación de Arroyo Camalote y la generación de información económica y social, a partir de la información generada por el trabajo de campo.

Por tanto, la información contenida en este capítulo sienta bases para el resguardo de los antecedentes históricos y la memoria colectiva de la comunidad que pudieran ser utilizados como referencia para futuros trabajos de la localidad o región.

1.1. Los orígenes y la riqueza cultural de la Chinantla

Este apartado contiene un esbozo de hechos importantes de la región de la Chinantla, que ha desempeñado un papel esencial en la historia cultural de México. Esto con el propósito de contextualizar el presente trabajo, destacando su importancia como bastión de una de las culturas más significativas y perdurables del país, justificando la alternativa empresarial que impulsa el presente proyecto.

Según el Sistema de Información Cultural (2019) los chinantecos se llaman a sí mismos *tso ju jmi*, que significa *gente de palabra antigua*; sin embargo, cada uno de los pueblos posee además su propio apelativo que siempre va precedido de la palabra *tso*, *dsa* o *alla*, que significa gente y se combina con otros términos que generalmente hacen referencia a un origen común. En todos los casos se reconocen como pobladores de la Chinantla.

Para De Teresa y Hernández (2011), existen distintas versiones sobre la procedencia y etimología del término Chinantla. A fines de la época prehispánica, en el siglo XV d.C., esta zona se encontraba dominada por los mexicas, por ello este nombre se relaciona con el vocablo en náhuatl (o glifo ideográfico) *Chinamitl*, que significa “cercado de pueblos en redondo de la serranía” o “donde hay muchos setos o cercas de cañas”, y remite a la imagen de un espacio rodeado por montañas. Esta misma fuente hace mención de que la Chinantla ha sido, una zona geográficamente aislada cuya historia coincide con el área de dispersión de la lengua chinanteca. Basado en lo anterior se destaca la fuerte relación entre la historia aislada de la Chinantla y la

dispersión de la lengua chinanteca, creando una narrativa única y arraigada en sus raíces culturales.

Una de las descripciones más conocidas de la Chinantla, fue la realizada por Bevan (1938), quien refiere que los chinantecos habitan un área relativamente pequeña en la parte norte del estado de Oaxaca, sobre las laderas orientales de la Sierra Madre. Su territorio está irrigado por los ríos Chiquito, Cajones, Valle Nacional y los principales tributarios que corren hacia el norte del río Santo Domingo. El territorio chinanteco ocupa un área en forma de riñón, con Ojitlán y Tuxtepec en el extremo superior, San Pedro Sochiapam a un lado y Teotalcingo en el otro.

Para González (2000), la región chinanteca está en el norte del estado de Oaxaca, hacia el noreste de la capital estatal, en las estribaciones de la Sierra Juárez, en la cuenca del río Papaloapan (figura 1). Limita al norte con los mazatecos, al este con Tuxtepec y el estado de Veracruz, al oeste con los cuicatecos, en la Sierra Norte, y al sur-sureste con los zapotecos. Rodeada de grandes cadenas montañosas, la Chinantla se caracteriza por su riqueza ecológica, amplias zonas de vegetación en buen estado de conservación y condiciones ambientales favorables.

Figura 1. Localización de la Chinantla en el estado de Oaxaca

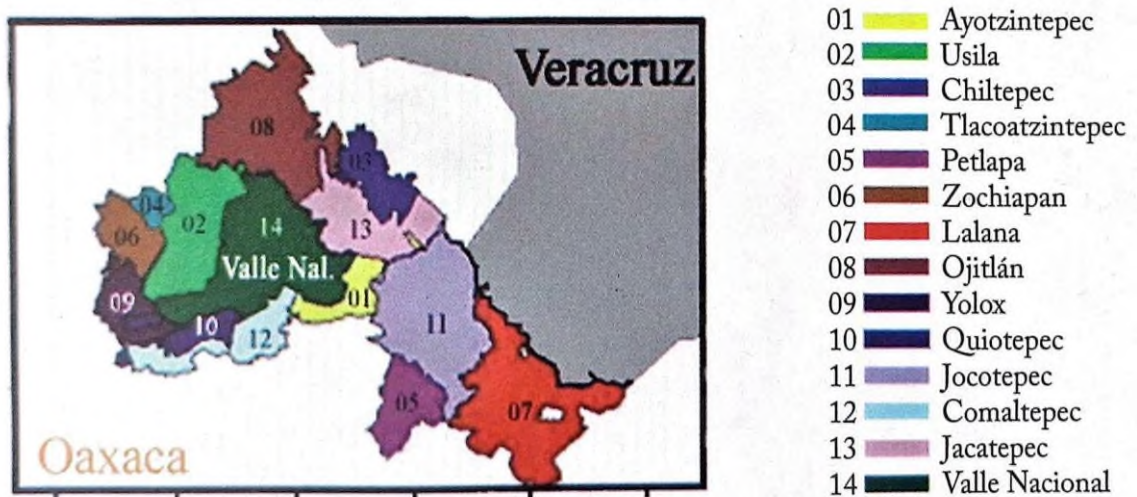


Fuente: Bessi y Navarro (2017). CNI Oaxaca: Chinantla avanza la resistencia contra megaproyectos.

De manera más reciente, De Teresa y Hernández (2011) nos dicen que esta región se localiza en el norte del estado de Oaxaca e incluye parte de los distritos de Tuxtepec, Choapam,

Ixtlán y Cuicatlán. La región chinanteca se encuentra a unos 100 km de la ciudad de Oaxaca (González, 2000). Administrativamente este territorio comprende 14 municipios (figura 2) y se compone de 346 localidades (Sistema de Información Cultural, 2020).

Figura 2. Municipios de la Chinantla



Fuente: elaboración de Ana Paula de Teresa y Gilberto Hernández Cárdenas.

Los 14 municipios están adscritos a las regiones del Papaloapan, de la Sierra Norte y de la Cañada, como puede verse en la tabla 1 “Ubicación de la Chinantla” (González, 2000).

Tabla 1. *Ubicación de la Chinantla*

Municipio	Región	Distrito	Núm. De localidades	Extensión (Km2)	Población (INEGI, 2020)
Ayotzintepec	Papaloapan	Tuxtepec	5 – 7	169.69	6,857
San Felipe Usila	Papaloapan	Tuxtepec	26- 31	255.17	12,191
San José Chiltepec	Papaloapan	Tuxtepec	33-41	204.13	11,310
San Juan Bautista Tlacoatzintepec	Cañada	Cuicatlán	7-8	183.72	2,181
San Juan Lalana	Papaloapan	Choapam	53-58	454.19	16,989
San Juan Petlapa	Papaloapan	Choapam	6	253.89	3,117
San Juan Quiotepec	Sierra norte	Ixtlán	4-9	325.34	2,033
San Lucas Ojitlán	Papaloapan	Tuxtepec	52-63	595.81	22,185
San Pedro Sochiapam	Cañada	Cuicatlán	6	193.93	5,052
San Pedro Yólox	Sierra norte	Ixtlán	6	127.58	1,697
Santa María Jacatepec	Papaloapan	Tuxtepec	32	429.95	9,682
Santiago Comaltepec	Sierra norte	Ixtlán	7	65.07	1,157
Santiago Jocotepec	Papaloapan	Choapam	32	732.32	14,198
San Juan Bautista Valle Nacional	Papaloapan	Tuxtepec	66	394.23	23,067
Total: 14	3	4	346	4,385.02	131,716

Fuente: Elaboración propia. Información obtenida de González (2000) e INEGI (2020).

Respecto al vocablo Chinantla existen varias versiones sobre el origen. Mariano Espinoza (1961), señala que proviene del nombre del fundador del primer pueblo hacia el año 1110. Quiana, que significa “hombre grande y bondadoso”. Durante la invasión de los mexicas el nombre en náhuatl fue Quinantlán, para después derivar con los españoles en Chinantla. En tanto González (2000), sugiere otras interpretaciones que lo asocian al Códice Mendocino, con el significado de “un lugar o tierra cercada” y en la Relación de la Chinantla, de 1579, significa “lugar cercado de pueblos y serranías”. Los descendientes de Quiana conformaron un gran señorío hasta el año de 1300. Posteriormente, con el traslado de la población hacia la zona alta, se crearon dos señoríos: el de la Gran Chinantla, en la parte Baja, alrededor de Yetla y Valle Nacional, cuyo centro

fundamental es la Chinantla, y la Chinantla Pichinche, hacia el oeste y el norte en la zona Alta, con Yolox como ciudad principal.

Otro momento fundamental es citado por Bartolomé y Barabas (1990: 67), que en 1435 se dividió de nuevo y se formó otro gran señorío en Usila. Hacia 1455 se inició la conquista del territorio por parte de los mexicas, quedando la mayor parte bajo el dominio de Moctezuma Ilhuicamina. Entonces, Tuxtepec se convirtió en una guarnición del imperio azteca, desde donde se cobraban los tributos: algodón, cochinilla, añil, pieles, plumas, cacao y oro de los ríos. Alrededor de 1464 parte de la población de la Gran Chinantla se desplazó hacia la región de Choapam, formando un grupo conocido como los guatinicamanes.

A partir del primer asentamiento en Valle Nacional según Bartolomé y Barabás (1990), la Chinantla queda como la capital de la gran Chinantla alrededor del año de 1455, los mexicanos descubren en esta región riquezas de todo tipo. A partir de esta época la mayor parte de la Chinantla queda bajo el dominio del emperador mexica Moctezuma.

González (2000), hace mención que, en la época colonial, la ubicación estratégica de los reinos de la Gran Chinantla y de Usila, respecto al puerto de Veracruz y la riqueza de sus recursos, alentó la introducción de una diversidad de cultivos de origen europeo: trigo, arroz, cebada, caña de azúcar, cítricos, entre otros. Junto a ellos se continuó explotando el tabaco y el algodón y se introdujo la actividad ganadera, convirtiéndose la zona en una de las áreas agrícolas más importantes de la Nueva España. La evangelización se inició en 1548, con la orden de los dominicos en Villa Alta y con la de los franciscanos en la zona de Teutila. El principal problema para la evangelización fue el idioma chinanteco, que la mayoría de los frailes no pudieron aprender, lo que dificultó la difusión de la nueva religión.

Otro de los momentos importantes fue el colapso poblacional de la Chinantla, Bevan (1987) dice que en la Relación de Chinantla se destaca que, durante la invasión mexica la provincia y sus aldeas poseían más de 100 mil guerreros. En 1579 sólo se reportan 1 000 indios subalternos distribuidos en 24 poblados con iglesia y 4 caseríos sin iglesia. Gerhard (1986) dice que tal parece que las principales causas de este colapso demográfico fueron dos grandes epidemias de viruela y tifus que asolaron el área entre 1520 y 1566. Para De Teresa (2011:54), a la muerte por enfermedad se sumaron grandes hambrunas, pues la desaparición de una masa importante de trabajadores implicó la ruptura de los antiguos sistemas de producción y distribución de alimentos.

La Chinantla ha experimentado cambios significativos que han dejado una huella profunda en su identidad. Más allá de la evolución temporal, es esencial reconocer la abundancia de recursos que la región posee, desempeñando un papel crucial en la era de la Nueva España. No obstante, estas características atrajeron la atención de otros actores en la época del México independiente, como se verá a continuación.

Durante la intervención francesa, la región chinanteca fue escenario de algunos acontecimientos importantes. Este fue durante las guerras de reforma, momento en el que los Chinantecos se unieron a los serranos de la parte Alta y se alinearon con el batallón de Ixtlán, contrario a Lerdo de Tejada y para apoyar los acuerdos que se conocen como el Plan de Tuxtepec, mismo que se proclamó en 1876 en Ojtlán, en el que se manifestaba la no reelección (González, 2000).

Para Bevan (1987: 41-43), durante el siglo XX, el decenio de 1930 a 1940 se caracterizó por el inicio del reparto agrario, la crisis de la industria tabacalera y después la de la bananera, debido a problemas de fluctuaciones de precios en el mercado internacional y a la destrucción de las plantaciones por la plaga conocida como “mal de Panamá”. Los antiguos propietarios trasladaron parte de su poder y capitales a la comercialización y expansión de la ganadería. Hacia 1935, los chinantecos de Lalana cultivaban cafeto, aunque los procesos de comercialización los realizaban los zapotecos.

Durante el gobierno del general Cárdenas para González (2000), y ante el ascenso de la lucha campesina, se restituyeron algunas de las extensiones de tierra a los chinantecos, aunque de manera paralela se produjo también un fortalecimiento de la propiedad particular. En ese período surgieron una serie de propietarios, como la familia Maciel, que para 1932 acaparará más de 5 000 hectáreas; de igual manera los Terrazas, el cubano Pablo Machado, Rosendo Alcalá, los Bravo Ahuja, entre otros, que detentaron grandes superficies y los ingenios establecidos en la región. En la zona Baja también se generaron diversos conflictos por el acaparamiento de las mejores tierras agrícolas y ganaderas en manos de unas cuantas familias y a los campesinos se les repartieron las tierras de monte y se iniciaron las gestiones para la dotación de las mismas.

De Teresa (1999) marca como un segundo periodo el reparto agrario cardenista en la región entre 1940-1970. El general Lázaro Cárdenas inició el reparto de tierras con la dotación de ejidos en Jacatepec y San Juan Bautista Valle Nacional. Durante tres sexenios consecutivos (el de Cárdenas, Ávila Camacho y Miguel Alemán), todas las acciones agrarias se realizaron como

dotaciones de ejido, beneficiando a los poblados de la zona baja, donde se ponía en marcha un proyecto modernizador de gran alcance a cargo de la Comisión del Papaloapan (CODELPA). La gran mayoría de ejidos se dotaron con tierras de vega aptas para la agricultura de buena calidad, y lomeríos suaves aptos para la cría de ganado y milpa.

Entre 1949 y 1954, Bartolomé y Barabas (1990: 20-21) dicen que se construyó la presa Miguel Alemán sobre el río Tonto, lo cual determinó la reubicación de 22 000 mazatecos, de 82 localidades, en centros nuevos de población de Oaxaca y Veracruz.

Las chinantecas y los chinantecos según De Teresa (1999) aprovechan los terrenos con la lógica de cultivo y los pueblos se van formando alrededor de esas necesidades. Así que el pueblo chinanteco por las condiciones que ofrece su sierra se volvió de cierto modo nómada. Como en muchos territorios, la economía rige los movimientos migratorios y entre 1970 y 1990 se notó por el ejemplo del desplazamiento de veinte mil chinantecos a zonas de reacomodo en los estados de Veracruz y Oaxaca por la construcción de las presas Temascal y Cerro de Oro.

Es precisamente este proceso de reacomodo el que marca el tercer periodo en la dinámica demográfica de la Chinantla, pues del total de 53 ejidos afectados, la mayoría se encontraba en los municipios de San Lucas Ojitlán (42 en total —37 de afectación total y cinco parcial— y en San Felipe Usila (cuatro en total). San Lucas Ojitlán era la puerta de entrada desde Tuxtepec hacia la sierra mazateca y la Chinantla usileña, y hasta antes de la construcción de la presa Cerro de Oro, representaba uno de los principales asentamientos chinantecos, con importantes funciones comerciales y religiosas (De Teresa, 1999).

Lo expuesto anteriormente refleja, sin duda, que el pueblo chinanteco pervive porque es capaz de una gran adaptación a los diferentes retos que le ha tocado resistir. Desde su pasado prehispánico hasta los eventos significativos de la época colonial y la intervención francesa, el porfiriato, la reforma agraria, los proyectos derivados de la CODELPA, son apenas una muestra de los acontecimientos que la región ha sido testigo de transformaciones cruciales. La Chinantla no solo es un crisol de acontecimientos históricos, sino también un testimonio vivo de la conexión entre la cultura y la identidad de sus habitantes. Su importancia resuena no solo a nivel local sino también como un componente esencial del rico patrimonio del estado de Oaxaca.

1.2. Orígenes y riqueza de San Lucas Ojitlán

Con el propósito de seguir contextualizando el presente trabajo a continuación se presenta una breve reseña histórica y cultural del municipio de San Lucas Ojitlán, pues es esta la que tiene una mayor influencia en el ámbito social, cultural, político y económico de Arroyo Camalote.

Ryates (2016) informa que San Lucas Ojitlán es una localidad de etnia chinanteca perteneciente al Distrito de Tuxtepec, en la región del Papaloapan del estado de Oaxaca, México. La palabra Ojitlán proviene del náhuatl Ojitlán; formando de las voces Ojite y la terminación Tlān, lugar; por lo que se traduce «lugar de los Ojites». En la lengua ojiteca, que es un dialecto del chinanteco, conocido también como Chinanteco de Ojitlán, Ojitlán se traduce como «Pueblo o Tierra Caliente». Desde aquí Porfirio Díaz elaboró y proclamó, el 10 de enero de 1876, el Plan de Tuxtepec para destituir al gobierno de Sebastián Lerdo de Tejada.

Bartolomé y Barabás (1990) nos dicen que San Lucas Ojitlán fue fundada por un grupo de personas provenientes de los viejos pueblos que ahora se llaman Santiago Tlatepusco y San Antonio Analco, quienes en busca de mejores tierras se desplazaron para establecerse en Santa Rosa, Piña del Cerro.

Según la Secretaría de Economía (2020), actualmente Ojitlán está compuesto por 61 localidades y una población de 22,185 habitantes (47.9% hombres y 52.1% mujeres), es considerada la comunidad chinanteca más poblada. En comparación a 2010, la población en San Lucas Ojitlán creció un 3.12%.

San Lucas Ojitlán, conmemora dos fiestas principales, las fiestas tradicionales en honor a la virgen de Santa Rosa de Lima, los días 28, 29 y 30 de agosto y en honor a San Lucas los días 17 y 18 de octubre, generalmente también se conmemoran los orígenes del pueblo, considerados sagrados ya que se recuerda a su fundación por la voluntad de vírgenes y santos. La fiesta de Santa Rosa de Lima está llena de tradiciones, las mujeres lucen sus mejores huipiles durante las procesiones.

La importancia de estas dos celebraciones es que según Ahuja et al. (2015), los rituales conmemorativos están vinculados a las celebraciones de los santos y de los antepasados, la fiesta que conmemora anualmente al santo patrón del pueblo es tal vez el ritual público comunitario incluso intracomunitario más importante de cada pueblo indígena de Oaxaca, y uno de los pilares

de la identidad residencial o comunal que atrae temporalmente a las familias, visitantes y migrantes; y reafirman los vínculos entre los miembros de la comunidad.

Otra de las expresiones rituales centrales Ahuja et al. (2015) expresa que se desarrolla en la mayordomía, complejo ceremonial que incluye el cuidado anual del santo y en la ocasión de su fiesta, procesiones rogativas, misas, festines comunales, pirotecnia y otros actos en las que participan las autoridades políticas y religiosas tradicionales, de mayor significación es la fiesta de día de muertos el simbólico retorno anual de los muertos que constituye uno de los procesos rituales más ricos del México indígena en el que se celebra a los antepasados lejanos y cercanos con todo aquello que era de su predilección, estos no pueden ser olvidados y descuidados; por ello la propiciación y la ofrenda resultan socialmente eficaces para evitar venganzas y daños de los muertos sobre los vivos.

Este municipio mencionado por De Teresa (1999) es, después de Valle Nacional, el poblado más importante de la región. Ojitlán fue, en muchos sentidos, uno de los más afectados por la construcción de la presa Cerro de Oro, que inundó las tierras de mejor calidad para la producción agropecuaria del municipio, modificó las rutas comerciales con la construcción de nuevos caminos en sustitución de los que se cerraron por la inundación del vaso, y el más dramático de todos, la relocalización forzada de varios poblados hacia otras regiones.

En Ojitlán, a veces da la sensación que el tiempo parece haberse inmovilizado. La única transformación en la fisonomía del pueblo ha sido la pavimentación de la calle principal que llegaba hasta el centro, hecho que ocasionó la ausencia del frondoso árbol de la plaza, bajo el que se sentaban las mujeres a descansar. Sin embargo, la doble hilera de cantinas y comercios, con los caballos atados a las puertas esperando a sus dueños bajo el despiadado sol, seguía flanqueando el camino. En la actualidad Ojitlán cuenta con una vista mejorada de sus calles pavimentadas sin perder de vista sus típicas tiendas, casas y vestimenta de algunas mujeres ojitecas, además de que se sigue caracterizando por sus hileras de cantinas. Solo la ganadería parecía haber prosperado, debido a que muchos utilizaron el dinero de las indemnizaciones para adquirir animales. La crítica situación económica y la carencia de incentivos, la endémica insuficiencia ejidal y el tenso clima social y político que vivía la Chinantla ojiteca desde 1972, no únicamente han empobrecido la región, sino que están propiciando la migración. En los últimos años, los chinantecos jóvenes y adultos de ambos sexos salen de sus pueblos en busca de trabajo asalariado.

1.3. Historia de Arroyo Camalote

La historia de Arroyo Camalote se remonta alrededor de 70 años, es decir, por allá del año de 1950, cuando el matrimonio compuesto por Juana Valentín Salazar y Miguel Orozco Estillado fundaron esta localidad, según testimonios recopilados a través de entrevistas con los residentes actuales.

La información que se presenta a continuación se basa en entrevistas realizadas, en su mayoría, a descendientes de los fundadores de la comunidad. La razón de esto radica en la falta de referencias bibliográficas que documenten la historia de Arroyo Camalote hasta la fecha. Por lo tanto, a continuación, se ofrece un recuento de los eventos más destacados que la memoria colectiva de la comunidad ha logrado preservar y transmitir acerca de su origen y los principales acontecimientos a lo largo de su historia.

En los trabajos de campo se logró obtener tres relatos que hablan sobre la fundación del pueblo. El primero de ellos, se obtuvo del Prof. Víctor Terán Orozco, cuya versión narra que las tierras que hoy conforman la localidad de Arroyo Camalote fueron otorgadas, según lo mandata la tradición del pueblo, como dote por los padres de Juana Valentín Salazar, cuando contrajo matrimonio con Miguel Orozco Estillado, aunque se desconoce con exactitud la fecha de las nupcias. Este gesto fue especialmente significativo ya que el señor Miguel provenía de una familia modesta. La familia de la señora Juana, con recursos económicos sólidos y propiedades de tierra suficientes, desempeñó un papel crucial al proporcionar este terreno pues no pensaron que este hecho marcaría el inicio de una nueva etapa habitacional en el municipio de Ojitlán.

El segundo relato fue transmitido por la señora Luminosa Terán Orozco y el señor José Luis Terán Orozco¹, quienes cuentan que tras la unión matrimonial de los señores Miguel Orozco Estillado y Juana Valentín Salazar, el señor Miguel adquirió las tierras a sus suegros, es decir, existió un pago económico. De esta manera, se convirtieron en propietarios de los terrenos que ahora albergan a sus hijos, nietos y bisnietos.

Como puede observarse, estos dos relatos señalan que las tierras pertenecieron, en un primer momento, a la familia de la señora Juana, mismas que pasaron a la posesión de su matrimonio con el señor Miguel, en su segundo momento.

¹ 17 de julio de 2023. Entrevista realizada en Arroyo Camalote.

El tercer relato proviene de la señora Eva Orozco Valentín, hija de los fundadores. La señora Eva cuenta que su abuelo, Benito Orozco, murió joven, dejando a su papá huérfano, lo que obligó a su madre, Isabel Estillado, a asumir la responsabilidad del cuidado de sus hijos. En su relato, Eva, comparte que cuando sus papás, Miguel Orozco y Juana Valentín, contrajeron matrimonio, fue su abuela paterna, la señora Isabel, quien cedió las tierras al nuevo matrimonio. Eva cuenta que estas tierras fueron adquiridas por su abuela a un valor entre 8 y 10 pesos de la época.

A pesar de no ser coincidentes en todas sus partes, estos tres relatos coinciden en identificar a la pareja formada por Miguel y Juana como la familia fundadora de Arroyo Camalote, a consecuencia de su matrimonio. Sin embargo, como suele ocurrir en este tipo de testimonios, existen ciertas diferencias. Así, los dos primeros relatos coinciden en señalar que las tierras originalmente fueron de la familia de Juana Valentín Salazar, en tanto, el tercer relato, señala que éstas fueron de la familia de Miguel Orozco Estillado. Asimismo, en el primer relato se cuenta que las tierras fueron objeto de una dote, vinculado a una tradición local; mientras que los relatos segundo y tercero, cuentan que estas tierras fueron objeto de compra-venta.

Dentro de lo relatado por la señora Luminosa, quien compartió el segundo relato, se encuentra información que permite suponer la manera en que los padres de Juana Valentín Salazar, llegaron a poseer extensiones de tierras, al grado de estar en condiciones de transmitir parte de ellas y sobre las cuales se fundó el pueblo de Arroyo Camalote. Luminosa, contaba que su bisabuela María Salazar, a manera de confesión, le compartió que ella fue hija de la relación amorosa entre una chinanteca y un francés. En su relato María Salazar contaba que sus padres buscaron refugio en un cerro cercano a Ojitlán donde descubrieron el tepejilote, planta comestible característica de los chinantecos. De acuerdo a este relato Juana Valentín Salazar es descendiente de franceses y, por tanto, muchos de los actuales habitantes de Arroyo Camalote también lo serían. De ser así, una de las explicaciones por la que las habitantes de Arroyo Camalote que siguen la línea de descendencia no lleven apellido francés, se deba a que María Salazar (la descendiente de la relación chinanteca-francés), fue asentada únicamente con el apellido de su madre, probablemente por tratarse de una relación clandestina o no aprobada. En el trabajo de campo no fue posible obtener mayores referencias de los padres de María Salazar ni se pudo determinar sus nombres.

A manera de buscar elementos que puedan dar validez al relato contado por la señora Luminosa respecto a los orígenes de María Salazar, algunos datos recopilados en las entrevistas, refieren que la señora María tenía los ojos de color cafés claros, era de estatura alta, tez morena clara, cabello oscuro con hermosos chinos, los cuales sus nietos la intentaban peinar y no podían (narra la señora Eva Orozco), rasgos que contrastan con la fisonomía de las mujeres Ojitecas.

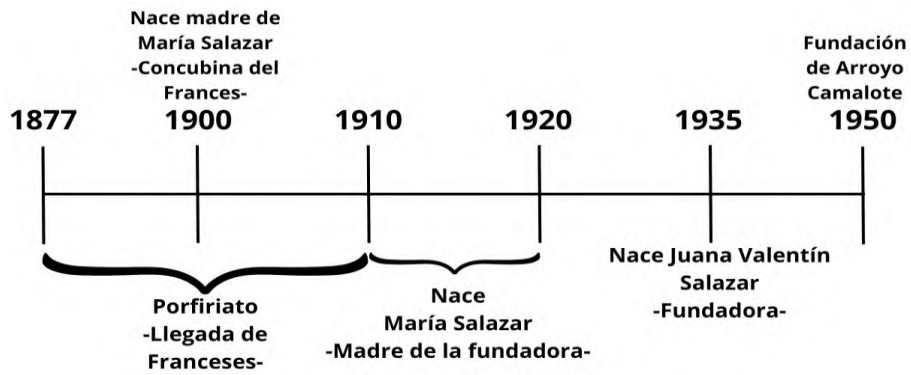
De acuerdo con datos recopilados en diferentes entrevistas, Juana Valentín Salazar², nació alrededor del año 1935. De los recuerdos que aún existen de la señora Juana se dice que era una mujer de tez clara, estatura media, cabello oscuro y ojos cafés claros. Se estima que su madre, María Salazar, la trajo al mundo a una edad temprana, 15 años, una práctica común de la época. Por lo tanto, siguiendo este patrón, estimamos que María Salazar nació durante la segunda década del siglo XX. Siguiendo esta línea de tiempo, la madre de María, concubina del francés, pudo haber nacido a finales del siglo XIX o principios del siglo XX.

De acuerdo con Chanssen y Martínez (1986), en Oaxaca hubo fundamentalmente dos oleadas de empresarios: la primera compuesta sobre todo de españoles y franceses, antes y a principios del porfiriato, quienes terminaron en su mayoría quedándose a vivir en Oaxaca. De este modo, aunque no existe certeza de los hechos narrados por Luminosa Terán Orozco, respecto al concubinato de su tatarabuela chinanteca y el francés, lo cierto es que existe coincidencia en los periodos de tiempo, respecto a la llegada de franceses y la existencia de la madre de María Salazar como puede apreciarse en la figura 3.

Los elementos aportados en este material, si bien no son concluyentes respecto a la veracidad del concubinato entre un francés y una chinanteca, lo cierto es que se aportan indicios que representan una oportunidad para investigaciones futuras.

² Ver Anexo II -Fotografías de la Señora Juana Valentín.

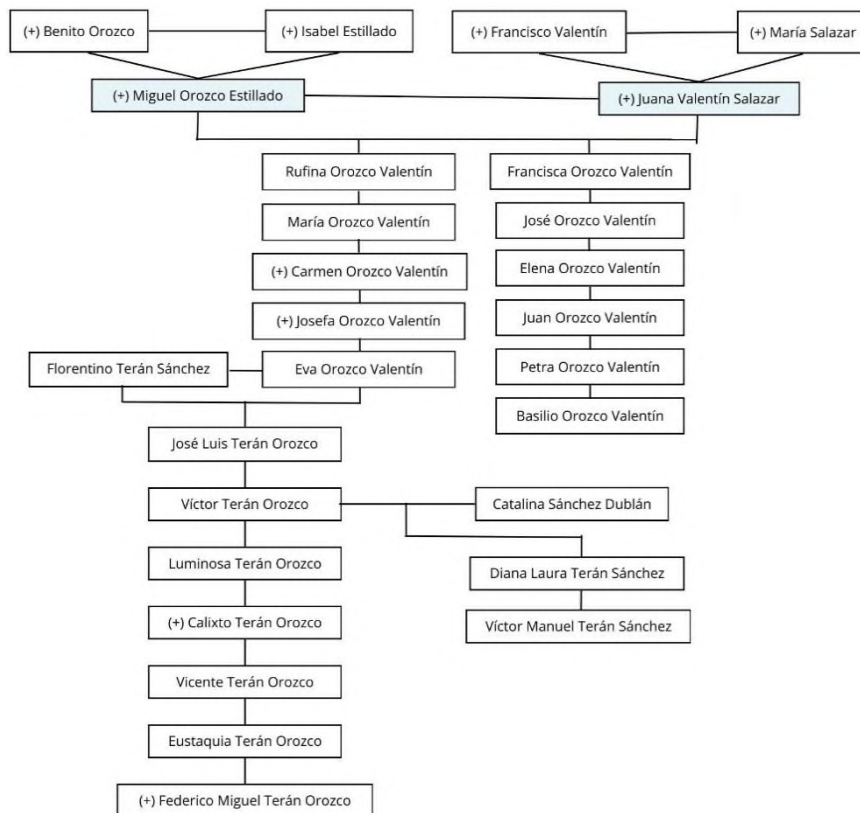
Figura 3. Línea del tiempo familia Salazar



Fuente: elaboración propia, apoyo en construcción M. A. Luis E. Flores Chávez.

A continuación, se presenta el árbol genealógico (figura 4) donde se ilustra detalladamente el origen de los primeros habitantes de las tierras de Arroyo Camalote, los cuales están señalados con un color azul.

Figura 4. Árbol genealógico de los fundadores de Arroyo Camalote



Fuente: elaboración propia, con datos recolectados por entrevistas.

De acuerdo con Eva Orozco Valentín³, la pareja formada por Benito Orozco e Isabel Estillado tuvo además de Miguel, los siguientes hijos: Catalina, Juan, Beto (sic) y Guadalupe, a la fecha todos finados, quienes radicaron en la cabecera municipal.

Por su parte, la pareja formada por Francisco Valentín y María Salazar tuvieron además de Juana los siguientes hijos: Celia, Maura, Antonia, Federico, Juan, Margarita y Lucas. Los hermanos de Juana se quedaron a radicar en Ojitlán mientras que a ella por motivo de su matrimonio la llevaron a trasladarse a lo que ahora es Arroyo Camalote. Actualmente de esa descendencia solamente viven las señoras Antonia y Margarita Valentín Salazar quienes aún radican en Ojitlán.

Durante su fundación y a lo largo de su historia, la actividad económica principal de la localidad se ha basado en la agricultura y la ganadería, especialmente la cría de cerdos, vacas y borregos. Las tierras de dicha localidad se dividen en pequeños propietarios, no es considerado un ejido, actualmente se encuentran en proceso para tener sus escrituras y es considerada una comunidad. Respecto al origen y significado del nombre de la localidad, ninguno de los entrevistados pudo dar referencias o información al respecto.

A su llegada, como es de suponer, la zona carecía de servicios básicos: no había luz, calles ni agua; todo estaba cubierto de maleza. Poco a poco, su padre Miguel construyó su hogar y cultivó la milpa para sustentar a la familia. Cuenta, además, que su padre vio condiciones para la siembra y cosecha de café, ya que en ese momento nadie se dedicaba a su siembra en esta zona. El café se convirtió en el sustento principal de la familia durante muchos años, incluso el señor Miguel Orozco, continuó dedicándose a la siembra, cosecha y venta de café hasta su muerte. Poco a poco se fue diversificando la producción agrícola, pues además del café, en esta fértil tierra se cultivaban diversos productos, incluyendo el arroz, ajonjolí, algodón, plátano macho, sandía, calabaza, ejote, hierba mora y una amplia variedad de verduras y frutas, las cuales, principalmente se ocupa para autoconsumo.

Actualmente la actividad económica de la localidad ha cambiado, dado que se dedican a la ganadería, siembra y cosecha de plátano macho, y a la comercialización de productos industrializados. También en traspatio las familias se dedican a la siembra de hierbas como cilantro de la habana, cebollín, tomatito, acuyo, epazote, hierbabuena y albahaca.

³ Entrevista realizada el 21 de marzo de 2024 vía telefónica.

Un acontecimiento importante para la localidad de Arroyo Camalote fue la construcción de la presa Cerro de Oro, que si bien no les afectó directamente si trajo consigo la construcción de la carretera federal no. 182 que comunica a la ciudad de Tuxtepec con la cabecera municipal de San Felipe Jalapa de Díaz y San Lucas Ojitlán. A pesar de los cambios en el paisaje que trajo consigo la apertura de la carretera, la actividad económica fundamental se mantuvo sin alteraciones significativas. Esta carretera, provocó algunos cambios en la comunidad, pues proporcionó una vía de comunicación y transporte más eficiente, acortando las distancias entre Arroyo Camalote y otras localidades e incluso las cabeceras municipales, generando un mayor dinamismo económico.

1.4. Acontecimiento de Arroyo Camalote

Bartolomé y Barabas (1982) aportan que en 1972 fue publicado el Decreto Presidencial que daba inicio a la construcción de la presa a cargo de la Comisión del Papaloapan, y se decidió el desalojo y reacomodo en otras áreas, de unos 20,000 indígenas, principalmente de los municipios de Ojitlán y Usila, así como un pequeño número de los municipios de Chiltepec y Jalapa de Díaz, este último mazateco.

Ahuja et al. (2015) mencionan que la presa Cerro de Oro está construida sobre las aguas del Río Santo Domingo. Ante el avance muy lento en la construcción de la presa, los campesinos chinantecos no se preocuparon de su situación, pensaban que la obra no se concluiría, que los conjuros hechos por los brujos de Ojitlán se cumplían, pero la ilusión les duró poco ya que en 1984 se retomaron con gran intensidad los trabajos de construcción, ahora con la presión y el apoyo del gobernador de Veracruz.

Según Bartolomé y Barabas (1989) debido a las características lingüísticas y culturales de la población afectada, no resulta sorprendente que los primeros rumores acerca de la construcción de la presa, que llegaron a la Chinantla en forma muy confusa, provocarían tensiones y conflictos tan intensos que desembocaron en un movimiento socio religioso de carácter mesiánico; sucedido de la multiplicación de luchas fraccionales que operaban como válvulas de escape de la angustia colectiva ante el destino incierto.

Para González (2000) la construcción de las presas significó no sólo la alteración de la hidrografía y del paisaje regional, sino que también fue causa directa de una serie de brotes de descontento entre la población afectada. Además de las gestiones para la dotación de ejidos y la

creación de centros de población, se inició la lucha por la recuperación de bienes comunales. Durante el sexenio de Luis Echeverría se entregaron tierras a comunidades de Usila, Valle Nacional, San Juan Petlapa, San Lucas Ojitlán, San Pedro Yólox, San Pedro Sochiapam, Santa María Jacatepec y Santiago Comaltepec.

Ahuja et al. (2015) dice que se forma en las comunidades afectadas un comité particular de reacomodo con representantes chinantecos cuya reunión era vigilar que se cumpliera con lo ofrecido por las instancias gubernamentales. En 1985 el avance de la obra aceleró cuando entraron compañías extranjeras y nacionales, empezaron a dirigir el gran muro de la cortina, en pocos meses el avance fue notable, empezó el movimiento político de las diversas organizaciones campesinas: Confederación Nacional Campesina (CNC), Comisión Campesina Independiente (CCI) y tiempo después la Unión General Obrera, Campesina y Popular A.C. (UGOCP). En 1986, tuvo lugar una gran movilización de gente organizada con la CCI en torno a un líder y profesor indígena. La construcción de la presa trajo un gran impacto en dicha localidad, debido a la introducción de la carretera federal que mejoró la comunicación y el traslado a otras comunidades vecinas fue de más fácil acceso. En el siguiente punto se expone la participación y relevancia de un personaje que lideró el movimiento campesino de la época, el cual fue residente de la comunidad de Arroyo Camalote.

1.4.1. Personaje destacado de Arroyo Camalote

Florentino Terán Sánchez es el personaje más destacado de la comunidad en su corta historia. Se desconoce su fecha exacta de nacimiento, pero se estima que haya sucedido a mediados de la década de los años 40 del siglo pasado, en la comunidad de La Esperanza, municipio de San Lucas Ojitlán. Este dato es relevante, pues al parecer forjó el carácter combativo que lo caracterizó, ya que su lugar de nacimiento fue uno de los pueblos que quedó bajo las aguas de la presa Cerro de Oro.

Aunque no es oriundo de Camalote, su trascendencia en la comunidad puede contarse a partir de las nupcias que contrajo con Eva Orozco Valentín, hija de los fundadores y primeros habitantes de Camalote. A su casamiento, el profesor Florentino se interesó en comprar tierras para establecerse en la comunidad. Las tierras fueron compradas a sus propios suegros.

Florentino, aprovechó las políticas administrativas de la época que buscaban llevar educación pública a zonas marginadas y, con sólo secundaria terminada, logra obtener el

nombramiento de profesor rural de nivel primaria en lengua indígena. Con el tiempo realiza algunos cursos en la ciudad de Oaxaca para nivelar los requisitos académicos exigidos por las instituciones de gobierno. Tuvo siete hijos con doña Eva: José Luis, Víctor, Luminosa, Calixto, Vicente, Eustaquia y Federico Miguel, todos de apellido Terán Orozco.

Este personaje con el tiempo se volvió en un importante líder social y encabezó la defensa de causas que consideraba justas, sobre todo aquellas movilizaciones que se oponían a la construcción de la presa Cerro de Oro. Ahuja et al. (2015) narra que, en 1986, tuvo lugar una gran movilización de gente organizada con la CCI en torno a un líder indígena de nombre Florentino Terán, miles de gentes de todos los ejidos afectados pararon la obra, era la primera vez que el pueblo chinanteco participaba y se manifestaba de esta manera (figura 5).

Figura 5. *Florentino Terán Sánchez encabezando acto político de la CCI*



Fuente: fotografía de autor desconocido, facilitada por el Prof. Víctor Terán Orozco.

Su segundo hijo, el profesor Víctor Terán Orozco⁴, nos platica un poco de su padre:

Bueno los recuerdos que tengo es que yo estaba en San Francisco Salsipuedes, tenía como unos 11 o 12 años, en quinto y sexto grado de primaria, me acuerdo que mi señor padre era profesor, andaba metido en la lucha social sobre la construcción de la presa Cerro de Oro o Miguel de la Madrid y se dice que pues la presa se estaba terminando, pero los afectados totales y parciales, eran personas que todas sus tierras iban a estar debajo del agua y los afectados parciales eran quienes por partes sus terrenos estarían debajo de la presa, entonces los afectados parciales se iban a quedar en el vaso de la presa donde hubiera terreno y los afectados totales

⁴ 13 de agosto de 2023. Entrevista realizada en Arroyo Camalote.

serían reacomodados en Veracruz, pero no se sabía hasta en esos años en 1984, 1985 y 1986 en dónde se irían a vivir los que serían afectados. Entonces el maestro Florentino Terán, mi señor padre, abanderó en esa lucha social, paró la obra Cerro de Oro durante dos meses aproximadamente, vinieron mucha gente de Ojitlán a tomar la presa y hasta que el gobierno de Veracruz y Oaxaca se sentaron a negociar con él y con los líderes sociales de las comunidades donde serían reacomodados e hicieron visitas técnicas al estado de Veracruz para ver la reubicación de los afectados totales y en esa parte me acuerdo que pues el profesor Florentino Terán encabezó esa lucha y después de haber tomado la presa Cerro de Oro y parar el proceso de construcción, se hizo la primera visita de donde él era, de la Esperanza, y fueron al municipio de Juan Rodríguez Clara, a ver el terreno donde se irían de reacomodado los habitantes de la población y la segunda visita fue en Ignacio de la Llave, en Veracruz, en donde de regreso de esa visita técnica, él venía con otros ingenieros quienes formaban parte del programa de reacomodo de la presa Cerro de Oro, ya como las diez y media u once de la noche, de regreso de Ignacio de la Llave para Tuxtepec sufrió un accidente en donde él fallece, pero a grosso modo esa fue su participación, dentro de esas negociaciones que realizó el gobierno de Oaxaca y Veracruz. El profesor Florentino hizo un planteamiento de que a los habitantes que serían reacomodados de manera parcial y total se le dieran diez hectáreas de terreno en Veracruz, una casa de diez por cinco la casa de material techo de lámina, se le dotará de luz y agua eléctrica, áreas verdes, aulas para las escuelas, que se irían para aquel lado en Veracruz igual para los afectados parciales se les dio todos esos beneficios a las comunidades que se quedaron en Ojitlán y gracias a esa lucha e intervención del profesor Florentino Terán pues la gente le fue bien porque había personas que no tenían ni tres o cuatro hectáreas, pero él logró que el gobierno de Veracruz y Oaxaca le dieran a los habitantes que se irían a vivir a Veracruz esa cantidad de tierras y muchos años después muchos regresaron a Tuxtepec a vivir y a Ojitlán porque no se acostumbraron a Veracruz y además que el terreno no era apto para siembra y vendieron sus terrenos y se regresaron a sus orígenes mucha gente. En la Nueva Esperanza, que se ubica en el municipio de Juan

Rodríguez Clara Veracruz⁵, hay una escuela con el nombre del profesor Florentino Terán Sánchez en honor a su lucha y participación. Falleció en un trágico accidente el 22 de enero de 1987, en un tramo de la carretera federal 145 Tinaja, en Ciudad Alemán, Veracruz, y para conmemorar su fallecimiento dicha escuela realiza un homenaje en su memoria e incluso colocaron un monumento del profesor Florentino Terán Sánchez (figura 6).

Figura 6. Monumento en honor al Prof. Florentino Terán Sánchez, en la escuela primaria de la localidad de la Nueva Esperanza



Fuente: fotografía tomada y facilitada por el Ing. Vicente Terán Orozco.

Este hecho, la muerte del líder campesino, es reportado por Ahuja et. al (2015), quien relata que días después de empezar las negociaciones de las nuevas tierras, el Prof. Florentino Terán muere, según informes oficiales, en un accidente en la carretera federal a las afueras de Tres Valles, Veracruz, pero para la gente de Ojitlán, el gobierno lo mató. Actualmente, tres de sus hijos han elegido establecerse en este lugar, contribuyendo al arraigo y la conexión familiar con la comunidad.

⁵ Esta comunidad fue fundada por los reacomodados de La Esperanza, San Lucas Ojitlán; de ahí su nombre La Nueva Esperanza.

1.5. Datos sociodemográficos de Arroyo Camalote

Si bien los datos sociodemográficos específicos de la comunidad de Arroyo Camalote pueden ser limitados, es fundamental reconocer que en esta localidad existe un cierto aislamiento y se ha prestado un bajo interés en cuanto a su información relevante, por parte de las autoridades de los tres niveles de gobierno. Es necesario puntualizar que Arroyo Camalote es una parte integral de un entorno más amplio, y gran parte de su identidad y su contexto cultural están ligados a la cabecera municipal de San Lucas Ojitlán, en el estado de Oaxaca.

El portal Pueblos de México (2020) da a conocer el número de habitantes en tres periodos de tiempo para la localidad de Arroyo Camalote (tabla 2). Esta comunidad ocupa la posición número 9 dentro de las más pobladas del municipio de Ojitlán. Arroyo Camalote está a 80 metros de altitud. Se localiza a 3.8 kilómetros, en dirección Sur, de la cabecera municipal, la cual tiene la mayor población dentro del municipio.

Tabla 2. *Datos de población en Arroyo Camalote (Oaxaca)*

	2020	2010
índice de fecundidad (hijas por mujer)	2.74	12.73
Población que proviene fuera el Estado de Oaxaca:	1.65%	0.17%
Población analfabeta:	10.43%	12.74%
Población analfabeta (hombres):	4.39%	12.73%
Población analfabeta (mujeres):	6.04%	12.75%
Grado de escolaridad:	6.49	5.64
Grado de escolaridad (hombres):	6.6	6.01
Grado de escolaridad (mujeres):	6.39	5.32

Fuente: Elaboración propia con datos de Pueblos de México 2020.

La localidad de Arroyo Camalote solo cuenta con la carretera federal no. 182 pavimentada y una carretera de terracería que llega al centro de la localidad, posee solo dos niveles escolares, kínder y primaria, también cuenta un salón de usos múltiples para cuando las personas del pueblo hacen sus fiestas.

La tabla 2 refleja un aumento gradual en la población total de Arroyo Camalote a lo largo de los años, y que la población femenina es ligeramente superior a la masculina. Esta diferencia puede influir en aspectos sociodemográficos y probablemente a la migración por cuestiones laborales.

Pese al crecimiento demográfico, la tabla también refleja una ligera caída en la tasa de crecimiento, pues de 2005 al 2010 fue de 34.80% mientras que de 2010 a 2020 representó el 25.47%. Lo anterior puede obedecer a que las comunidades rurales e indígenas como Camalote, suelen ser expulsoras de mano de obra, lo que sugiere la inserción de nuevas actividades económicas para la retención de sus habitantes y mejorar la calidad de sus servicios.

A continuación, se presentan otros datos demográficos que se comparan del 2010 al 2020 de Arroyo Camalote que nos dicen el índice de fecundidad, población analfabeta, grado de escolaridad y la población que proviene fuera del estado de Oaxaca (tabla 3).

Tabla 3. *Otros datos demográficos en Arroyo Camalote*

Año	Habitantes mujeres	Habitantes hombres	Total	Incremento
2020	386	343	729	25.47%
2010	306	275	581	34.80%
2005	226	205	431	

Fuente: Pueblos de México 2020.

En el año 2020, el índice de fecundidad en Arroyo Camalote es de 2.74 hijos por mujer, indicando una tasa de fertilidad relativamente baja en comparación con el año 2010, donde era significativamente mayor, alcanzando 12.73 hijos por mujer. También, se observa un aumento en la proporción de personas que provienen de fuera del Estado de Oaxaca.

En ambas fechas, la tasa de analfabetismo es más baja en hombres que en mujeres. Sin embargo, la brecha de género se ha reducido en 2020, con tasas de 4.39% para hombres y 6.04% para mujeres, en comparación con 2010, donde las tasas eran 12.73% para hombres y 12.75% para mujeres. Tanto en hombres como en mujeres, se observa un aumento en el grado de escolaridad.

La disminución en el índice de fecundidad indica un cambio en la dinámica demográfica hacia familias más pequeñas. El aumento en la migración de personas fuera del Estado de Oaxaca puede influir en la diversidad cultural y en las dinámicas sociales locales. Aunque ha habido mejoras en las tasas de analfabetismo, aún hay espacio para trabajar en la educación, especialmente entre las mujeres. El incremento en el grado de escolaridad refleja un avance positivo en el acceso a la educación en la comunidad de Arroyo Camalote.

La tabla 4 presenta datos sobre la cultura indígena en Arroyo Camalote en los años 2020 y 2010, centrándose en el porcentaje de población indígena, el porcentaje que habla una lengua

indígena, el cual es según el Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI, S/F) es chinanteco del norte y el porcentaje que habla una lengua indígena y no habla español.

La mayoría de la población en Arroyo Camalote se considera indígena, mostrando una fuerte presencia cultural en la comunidad. Aunque el porcentaje de población que habla una lengua indígena ha disminuido ligeramente de 2010 a 2020, no representa algún riesgo en el corto plazo pues la gran mayoría aún mantiene este aspecto cultural en su vida diaria. A pesar de la disminución en el porcentaje de la población que habla una lengua indígena y no habla español, sigue siendo significativo. Esto sugiere que hay esfuerzos continuos para preservar y mantener las lenguas tradicionales. Estos datos indican que la cultura indígena tiene una presencia sólida y continua en Arroyo Camalote, lo que destaca la importancia de preservar y respetar estas tradiciones en la comunidad.

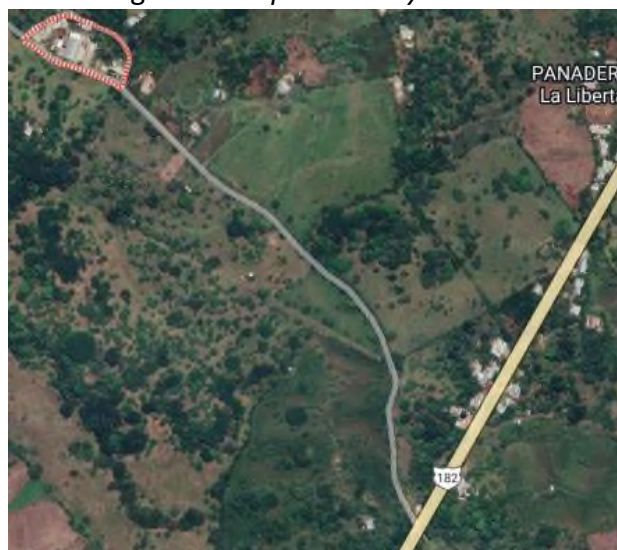
Tabla 4. *Datos de cultura indígena en Arroyo Camalote*

	2020	2010
Porcentaje de población indígena:	99.18%	100.00%
Porcentaje de habla de una lengua indígena:	83.40%	87.44%
Porcentaje que habla una lengua indígena y no habla español:	7.68%	11.19%

Fuente: Pueblos de México 2020.

Para el desarrollo de la investigación se llevará a cabo en la localidad de Arroyo Camalote, San Lucas Ojitlán, sobre la carretera federal no. 182 Tuxtepec - Jalapa de Díaz (figura 7).

Figura 7. *Mapa de Arroyo Camalote*



Fuente: Google maps (17 de noviembre de 2023).

1.6. Cultura de Arroyo Camalote

La cultura, en todas sus facetas y matices, ha sido un tema de estudio apasionante y complejo a lo largo de la historia de la humanidad. Su definición es el punto de partida para comprender su influencia en nuestras vidas y comunidades. Sin embargo, la cultura es un concepto tan dinámico y diverso que se resiste a ser encapsulada en una única definición. En este apartado, exploraremos diversas perspectivas y definiciones que han surgido a lo largo del tiempo, siendo un concepto dinámico, no se mantiene estática en el tiempo; más bien, evoluciona y se adapta a lo largo de las eras. Al hacerlo, espero arrojar luz sobre la complejidad y la riqueza de este concepto fundamental que influye en nuestra identidad, nuestras interacciones y nuestras elecciones cotidianas.

Tylor (1871) lo define como la cultura o civilización, tomada en un sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, costumbres, y todas las demás capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad. La condición de la cultura entre las diferentes sociedades de la humanidad, en la medida en que es capaz de ser investigada sobre principios generales, es un tema apto para el estudio de las leyes del pensamiento y de la evolución humana.

Linton (1972) nos dice que la cultura de cualquier sociedad es la suma total de las ideas, las reacciones emotivas condicionadas y las pautas de conducta habitual que los miembros de esa sociedad han adquirido por instrucción o imitación y que comparten en mayor o menor grado.

Leslie (2015) afirmó que, en algún comienzo hipotético, entre el humano y la naturaleza pendía el velo de la cultura, y que el primero no podía ver nada sino a través de este medio, los significados y valores existentes más allá de los sentidos. A lo largo del medio siglo siguiente, los esfuerzos de los biólogos por incluir la totalidad del comportamiento humano en sus esquemas no haría más que reafirmar a los antropólogos en este caso.

Para Basabe et, al. (1999) la cultura se concibe como un conjunto de conocimientos compartidos por un grupo de individuos que tienen una historia común y participan en una estructura social. Así, cultura refiere entonces a los patrones de conducta que se producen porque las personas valoran y siguen ciertas normas y orientaciones de acción. Estos valores compartidos juegan roles claves para el funcionamiento psicológico de los individuos y, aquellos que son centrales se reflejan en los textos y en las conductas colectivas.

Harris (2001) nos habla que cultura es el conjunto aprendido de tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos, de los miembros de una sociedad, incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar (es decir, su conducta).

Para entender la cultura, Kuper (2001) hace mención que la debemos deconstruir. Se deberían separar las creencias religiosas, los rituales, el conocimiento, los valores morales, las artes, los géneros retóricos y demás, en vez de atarlos junto en un solo hatillo etiquetado como cultura, conciencia colectiva, superestructura o discurso. Al separar estos elementos, se obliga a explorar las configuraciones cambiantes de las relaciones mutuas entre lenguaje, conocimiento, técnicas, ideologías políticas, rituales, mercaderías y demás.

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2001) no ofrece una definición en sus documentos ni en su sitio de Internet, aunque si lo describe de manera ambigua ya que comprende desde lo que llama “actividades culturales”- bibliotecas, salas de lectura, librerías, museos, teatros, cines, casas de cultura y centros culturales; industrias culturales o industrias creativas (estaciones de radio y televisión, teléfonos y computadoras) y artesanías. Además, involucra lo que se llama patrimonio inmueble –monumentos históricos, sitios arqueológicos- y lo relativo a la diversidad cultural y etnolingüística. Esta diversidad de formas de entender la cultura tiene que ver con la coyuntura y la historia mexicana.

Las distintas perspectivas sobre cultura revelan su complejidad y dinamismo. Así, la cultura puede concebirse como un tejido integral de conocimientos, creencias y hábitos compartidos en sociedad. Es más que un velo, como sugiere White, es el lente a través del cual damos significado a nuestra existencia. Los valores compartidos impulsan patrones de conducta, según Triandis, y la cultura se vive como un conjunto aprendido de tradiciones, como plantea la antropología cultural. Siguiendo la sugerencia de Kuper, se explora la cultura desglosando sus elementos para entender sus complejas conexiones. En este contexto, la cultura abarca desde nuestras actividades cotidianas hasta nuestra diversidad etnolingüística. Esta naturaleza cambiante y compleja se manifiesta de manera destacada en proyectos como el presente, donde la cultura se entrelaza y transforma constantemente. Por tanto, su comprensión resulta esencial, ya que impulsa la necesidad de abordar su diversidad y fluidez en la ejecución de iniciativas tan complejas como la nuestra. Estas definiciones resaltan cómo la cultura, desde una propia perspectiva, se adapta y evoluciona, reflejando la riqueza de nuestra identidad en constante cambio.

Arroyo Camalote es una tierra con fuertes lazos de parentesco, a consecuencia de los primeros fundadores. Camalote no es grande por su número de población y extensión territorial, pero está marcada por su propia cultura que se ha desprendido y transmitido por los que algunos llaman ancestros.

Arroyo Camalote, se caracteriza por el predominio del idioma chinanteco variante de San Lucas Ojitlán, por ello el español es hablado por muy pocos habitantes, hecho que ha garantizado la permanencia de rasgos inherentes a su identidad indígena. A continuación, se comparte una breve reflexión basadas en las observaciones y experiencias del trabajo de campo realizado. Se han presenciado los cambios en esta localidad desde por lo menos 15 años, tiempo que se ha tenido un contacto frecuente con los fundadores y habitantes de la localidad. Explorar la localidad de Arroyo Camalote es sumergirse en un escenario donde la cotidianidad se entreteje con las tradiciones arraigadas.

Para llegar a Arroyo Camalote, tomando como punto de partida el centro de la ciudad de Tuxtepec, en vehículo particular se requiere un aproximado de 35 minutos, sobre la carretera federal no. 182. El primer encuentro con la comunidad son las casas que están sobre la carretera y pronto se encuentra con el camino de terracería que conduce al centro de la comunidad.

En la primera década del siglo XX, Arroyo Camalote, era un lugar muy solitario, oscuro y silencioso, no había tanto movimiento como hoy. El hogar de los fundadores Juana y Miguel, estaba situada en una pequeña colina, el cual era una casa de tabla con techo de palma. A uno de los costados vivía su hijo, Juan Orozco, y en el otro costado se encontraba la casa vieja donde vivieron los señores Eva Orozco y Florentino Terán, que a la fecha sigue estando en el mismo lugar, pero ya remodelada. Es en este lugar es donde creció el profesor Víctor Terán Orozco, padre de la autora de este estudio, junto con sus hermanos, y la que evoca recuerdos de la infancia.

Al otro lado de la carretera, se encuentra la casa de su otra hija, María Orozco, que fue construida sobre terrenos heredados de los fundadores. Ella a su vez transfirió esa propiedad a sus hijos, quienes a la fecha viven en ese lugar en casas tradicionales, sencillas, con colores grises, techos de palmas, pisos de tierra lisos y frescos.

Las viviendas en Camalote, en su mayoría, están situadas en ambos lados de la carretera federal no. 182 y reflejan la sencillez y esencia de la vida rural. Algunas de estas moradas aún están construidas con madera y otras han adoptado la solidez del concreto. No obstante, sigue siendo notable las casas tradicionales con techo de palma de dos aguas y el uso de fogones en la

cocina, elementos que mantienen viva la conexión con las costumbres arraigadas en la comunidad. Así, las viviendas en Camalote se caracterizan por sus tonos monótonos y un modesto diseño arquitectónico, pero con fuerte componente tradicional. Descendiendo por la carretera federal, se encuentra la entrada al núcleo central de la localidad. A la derecha, en dirección a Ojitlán o Jalapa de Díaz, se desprende un camino sin pavimentar que conduce al corazón de Arroyo Camalote. En esta zona se encuentra la cancha de usos múltiples, un jardín de niños y la escuela primaria, únicos niveles educativos que se ofrecen en la comunidad.

Aunque la vegetación ha experimentado ciertos cambios con el tiempo, aún es exuberante, ofreciendo bellos paisajes en la zona. En los alrededores, la presencia de animales es característica, gallinas y guajolotes deambulan cerca de las casas, en tanto llega el momento de formar parte de un platillo familiar. Algunas familias crían cerdos, vacas y borregos, ya sea para la venta o como preparativo para alguna celebración.

Las personas de Arroyo Camalote son amables, aunque muestran cierta desconfianza hacia forasteros, una actitud comprensible debido a experiencias pasadas. Está el caso de una oriunda quien, durante una entrevista, comentó que le ofrecieron la liberación de su certificado de bachillerato a cambio de compartir información relacionada a su forma tradicional de preparar los alimentos, hecho no se cumplió a pesar que la informante brindó la información que le solicitaron. Este incidente ha generado cierta precaución al compartir detalles con extraños. Sin embargo, se pudo localizar a personajes que se mostraron abiertos y dispuestos a compartir sus experiencias, especialmente en lo que respecta a la rica comida local. A pesar de algunas reservas, muchas personas están comprometidas en preservar y transmitir sus conocimientos para evitar que se pierdan con el tiempo.

Es importante señalar que las mujeres residentes de la localidad ya no suelen utilizar sus huipiles. A la fundadora Juana se le recuerda portando su huipil de diario, peinada a dos trenzas y portando largos collares coloridos. No obstante, su hija Eva, ya no acostumbra usar huipil; en su lugar, elige blusas y faldas de vestir, al igual que las señoras mayores de la localidad. Llama la atención que las mujeres mayores no suelen utilizar pantalones de mezclilla, como sucede en zonas urbanas; sin embargo, este fenómeno parece que va ganando terreno entre las niñas siendo más notorio el desplazamiento de la vestimenta tradicional. Estas diferencias en la forma de vestir dan muestra del proceso de modificación cultural de la localidad.

Los hombres en la actualidad suelen vestir de pantalones de mezclilla. Se recuerda al señor Miguel Orozco Estillado, quien solía llevar pantalones de vestir y huaraches; incluso el esposo de una sus hijas todavía optan por esa misma vestimenta y andar descalzo en casa. Sin embargo, es cada vez más común ver a los hombres con pantalones de mezclilla y zapatos apropiados para el campo. Otro cambio que he identificado es el uso de sombrero, pues prácticamente ha dejado de utilizarse cotidianamente y ahora se utiliza en ocasiones especiales o festividades locales. En cuanto a los niños, estos adoptan el estilo de vestir de sus padres, con camisas y pantalones de mezclilla, algunos incluso usan botines para las festividades.

En Arroyo Camalote, no cuentan con una festividad local exclusiva, pero participan activamente en las celebraciones municipales, destacando las festividades de Santa Rosa de las Limas y San Lucas. La mayoría de los habitantes son católicos y se unen para celebrar estos eventos en la cabecera municipal.

Aunque algunas de estas costumbres se han desvanecido con las generaciones venideras, como en mi caso, donde la lengua original ya no es parte de mi identidad, la transmisión de conocimientos se ha vuelto un desafío, especialmente con aquellos habitantes que no dominan completamente el español.

Camalote es un lugar de gente amable y hospitalaria, donde la tranquilidad y el buen ambiente son características distintivas. Los recuerdos son los que perduran en el corazón de las personas, como en el mío y son quienes han motivado emprender acciones de resguardo al patrimonio cultural de esta localidad.

Capítulo 2. Prácticas culinarias e importancia de la cultura alimentaria de Arroyo Camalote

En este capítulo, se aborda una serie de conceptos fundamentales que abarcan la intersección entre la economía, la cultura y los platillos tradicionales de la comunidad de Arroyo Camalote. Además, se examina grosso modo el impacto de la globalización en la economía y la cultura de esta comunidad, centrándonos en el fenómeno de la globalización cultural y su influencia en las preferencias alimentarias y las prácticas culinarias locales.

Finalmente, se identifican y describen los platillos tradicionales de Arroyo Camalote, detallando sus ingredientes, métodos de preparación y su importancia cultural y social. Con este análisis, se busca ofrecer una visión completa y contextualizada de la relación entre la economía y la cultura de dicha localidad.

2.1. Antropología e identidad cultural

La antropología, como disciplina, nos ayuda a entender el entramado que representan en las culturas humanas, explicando cómo estas formas distintivas de vida influyen y dan forma a la identidad de las comunidades. A través de esta perspectiva antropológica, se aprende cómo las diversas expresiones culturales moldean la percepción de uno mismo y la interacción dentro de una sociedad.

El pionero Tylor (1975) definió la antropología como la ciencia de la cultura, entendiendo esta como aquella totalidad compleja que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y cualquier otra capacidad y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad.

Por su parte, la antropóloga Benedict (1959) definió la disciplina como el estudio de los seres humanos como criaturas de la sociedad, mientras que, Linton (1936) sostuvo que la antropología era definida como el estudio del hombre y sus obras.

Malinowski (1944) sostuvo que el estudio del hombre era una manera presuntuosa, por no decir absurda de definir la antropología, por lo que era mejor considerarla el estudio científico de la cultura. Radcliffe-Brown (1958), fundador del funcionalismo, sugirió que la antropología es la investigación de la naturaleza de la sociedad humana mediante la comparación sistemática de sociedades de diversos tipos, con especial atención a las formas más simples de sociedad de pueblos primitivos, salvajes o no alfabetizados.

Años más tarde, el norteamericano Geertz (1973) provocó un giro en su conceptualización. Para Geertz, esta disciplina toma la cultura como objeto de estudio, definiéndose como redes de significado. Así, en tanto estudio de la cultura, la antropología debía ser “no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una [ciencia] interpretativa en busca de significados.

Por lo anterior, más allá de simples observadores, los antropólogos nos ayudan a entender el cúmulo de significados de las expresiones humanas. Por tanto, la antropología puede considerarse la herramienta esencial para comprender las intrincadas conexiones que conforman nuestras sociedades y culturas. Esto resulta relevante para el presente trabajo, pues la propuesta de negocio busca identificar aquellos platillos y bebidas que además de cumplir con su función alimentaria, generan cierto grado de identidad, arraigo y representación cultural.

Un concepto igualmente importante es la identidad cultural. González Varas (2000:43) propone que la identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad.

La identidad, según Molano y Olga (2007) está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.

Para Ampuero (1998) la identidad cultural, se refiere, en líneas generales a la forma particular de ser y expresarse de un pueblo o sociedad, como resultado de los ancestrales componentes de su pasado, frente a lo cual se considera heredero e integrado, en tiempo y espacio.

Salgado (1999) señala que la identidad cultural está referida al componente cultural que se moldea desde edad temprana a través de nuestras costumbres, hábitos, fiestas, bailes, modos de vida, todo aquello que forma parte de nuestro folklore y que es una expresión misma de nuestro pasado y presente con proyección al futuro. Y Pérez (2023) la define como una agrupación de costumbres, hábitos, prácticas, credos y valores que sirven como factor de cohesión en una

comunidad. A través de estos elementos que tiene en común con otros individuos, una persona desarrolla un sentido de pertenencia al conjunto.

Estas definiciones en torno a la identidad, nos dan una idea de los elementos que convergen para que el individuo se sienta identificado con su país, su estado, su comunidad pero que, además, lo hace distinto a otros contextos. Arroyo Camalote, si bien es un pueblo con pocos años de historia y que su referencia cultural es el pueblo de Ojitlán (apartado 1.3), sus habitantes con el tiempo han desarrollado sus propios quehaceres y roles, es decir, han hecho sus propias adaptaciones e interpretaciones de esa herencia, por lo que se puede considerar que el habitante originario de Arroyo Camalote es un chinanteco con su propia identidad que lo diferencia del chinanteco ojiteco.

La diversidad de elementos compartidos entre individuos crea un sentido de pertenencia que fortalece el tejido social. Así, la identidad cultural se manifiesta como un legado vivo, en constante evolución, que une a las personas en la riqueza y complejidad de su identidad colectiva.

2.2. Definiciones de cultura alimentaria

En este apartado, se aborda el universo de la cultura alimentaria, un tejido complejo de tradiciones, prácticas y significados que dan forma a la relación única entre las personas y la comida. La cultura alimentaria va más allá de la simple nutrición; es un reflejo de identidades, historias y valores arraigados en cada bocado. A través de diversas definiciones y conceptos, se ofrecen los aspectos teóricos que componen esta conexión íntima entre las personas y sus elecciones culinarias. Desde tradiciones ancestrales hasta influencias contemporáneas, la cultura alimentaria debe verse como una forma de manifestación de la diversidad y riqueza de las experiencias humanas.

Para Marín, Álvarez y Rosique (2004) la cultura alimentaria se entiende como los usos (lujo, placer), tradiciones (religión), costumbres (estatus social, interacción social) y elaboraciones simbólicas de los alimentos y donde además influye el ciclo productivo de los alimentos del contexto en particular. Ahora bien, Quintero et al. (2014) menciona que la cultura alimentaria se puede conocer a través de un diagnóstico situacional, el cual es una etapa básica en la planificación de estrategias o programas, ya que aclara problemas regionales y permite vislumbrar posibles soluciones.

Para Bertrán (2006) son las tradiciones, los modos de vida, las creencias y los simbolismos, son elementos importantes de la cultura alimentaria, ya que determinan qué debe comerse, cómo han de prepararse los alimentos, quién ha de prepararlos y dónde se deben adquirir los ingredientes.

Para la mayor parte de los organismos internacionales, como la FAO (2009), la cultura alimentaria está referida a los modelos alimentarios y nutricionales que forman parte de la herencia cultural de todos los grupos de personas y pueblos. El concepto también se refiere a las formas de cultivar, cosechar y preparar los alimentos, así como a los ritos y celebraciones asociados. Pero, Vilaplana (2011) expresa que la cultura alimentaria puede abarcar muchos más ámbitos, incluyendo el físico: comer, conservación y comercio; y el metafísico: la gastronomía, es decir, la apreciación espiritual del comer con placer. Pero si la gastronomía es lo metafísico de la alimentación, esta no puede existir sin la identidad del origen del alimento, transformado o natural.

Hernández et al. (2019) mencionan que, si bien la cultura alimentaria incluye gran cantidad de prácticas físicas, heredadas o aprendidas, para definir una forma de comer, actualmente la evolución del concepto ha tendido a resaltar sobre estos elementos materiales aquellos de carácter intangible como las creencias, representaciones y conocimientos asociadas a la alimentación que manejan de manera común un determinado grupo social.

Chilpa (2019) dice que la cultura alimentaria es de manera general aquella que existe dentro de una sociedad, que determina las características particulares de la forma en que comen sus habitantes, cómo lo hacen y qué tipo de alimentos acostumbran consumir.

En el trabajo exploratorio realizado en el ámbito familiar, se ha comprobado esta narrativa que ubica a la cultura alimentaria más allá de las definiciones limitadas sobre la función alimenticia. Desde la conjunción de placeres, tradiciones y simbolismos hasta la conexión intrínseca con la identidad del alimento, se resalta cómo estas prácticas arraigadas definen nuestra manera única de comer.

2.3. Economía de la cultura

La economía de la cultura se presenta como un campo que fusiona mundos aparentemente dispares entre la creatividad y las finanzas. En otras palabras, la riqueza no solo se puede medir en términos de recursos materiales, sino también por la expresión artística, las tradiciones

compartidas y la diversidad cultural. La economía de la cultura estudia la relación que existe entre la creatividad y la sostenibilidad de la producción, de bienes y servicios culturales y su impacto en el desarrollo de las comunidades. En otras palabras, la cultura no solo enriquece nuestras vidas, sino también puede enriquecer nuestras carteras y mejorar las perspectivas de futuro.

Arriaga y González (2016) comentan que la economía de la cultura se refiere a la producción, distribución y consumo de los bienes y servicios culturales. El consumo de la cultura dependerá de la formación de los gustos, dado que su tasa de consumo aumenta con el tiempo y la exposición al arte, además de ser acumulativo. De esta manera, el consumo de bienes culturales dependerá de la formación del hábito, la adicción racional y el aprendizaje acumulativo.

También, Bayardo (2013) explica que la economía y la cultura han transitado por caminos que se suponen separados, sin embargo, las obras y los contenidos simbólicos circulan y se comercializan en diversos mercados como bienes y servicios culturales que generan derechos de propiedad, pero que aún no logran las retribuciones adecuadas para asegurar su sostenibilidad.

La economía de la cultura para Bayardo (2013) es una rama de las ciencias económicas que ha venido a llamar la atención sobre estas problemáticas y su importancia en el bienestar. Los estudios e investigaciones dan cuenta de la rentabilidad del sector y sus diversos dominios, los impactos económicos de sus actividades, sus efectos multiplicadores y externalidades. Datos como el aporte de las industrias culturales o del sector cultural en su conjunto al Producto Bruto Interno, su papel en la creación de empleo e ingresos para la población y el fisco, los volúmenes de bienes y servicios exportados, su incidencia en la entrada de divisas y en el equilibrio de la balanza comercial, los distintos tipos de consumos culturales y los gastos asociados con ellos, resultan fundamentales para la discusión, definición e implementación de negocios privados y de políticas públicas.

El Ministerio de educación, cultura y deporte de Madrid (2013), aporta que la dimensión económica de la cultura puede analizarse desde distintos enfoques, existiendo una pugna entre los que consideran que las industrias culturales deben ser consideradas en sí mismas un sector de actividad económica que, aunque con personalidad propia, comparte las mismas características que los otros sectores económicos y como tal deben ser tratadas. En otro grupo se encuentran aquellos que consideran que, aunque se trata de un sector con gran importancia económica, no puede ser tratado como los demás sectores ya que tiene unas repercusiones de índole social y humano –de carácter intangible e inmaterial- que deben prevalecer.

Alonso (2010) menciona que la cultura constituye un elemento estratégico para el desarrollo económico y la creación de empleo. Además, la cultura contribuye a la cohesión de la sociedad y a la formación de ciudadanos libres. Los poderes públicos, en consecuencia, están obligados a impulsar la actividad de las industrias culturales.

En el libro, *The cultural economy* (2008) se analiza la producción de bienes y servicios culturales y los patrones de la globalización económica; la relación entre la mercantilización de la economía de la cultura y el ámbito estético; formas de organización actuales y emergentes para la inversión, la producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales; las complejas relaciones entre creadores, productores, distribuidores y consumidores de cultura y las implicaciones políticas de una economía de la cultura globalizada.

Por lo anterior, la economía de la cultura es un tema de estudio que cada vez se ha vuelto más relevante en este mundo globalizado. Así, la unión de estos dos conceptos (economía y la cultura), la podemos comprender mejor ejemplificando las relaciones que se presentan en una comunidad, o dicho de otro modo contextualizando. Para efectos del presente estudio, las prácticas alimentarias de Arroyo Camalote nos ayudarán a comprender el conjunto de valores, creencias y sus tradiciones implícitas en esta manifestación comunitaria y servirá, además, para entender el efecto que ha tenido la globalización en esta manifestación.

Monasterio (2017) aborda que la economía cultural o economía de la cultura es una rama de la economía que investiga explicaciones o hipótesis culturales como determinantes de retorno o impacto económico. Con el uso de técnicas analíticas y herramientas empíricas traídas de la matemática se identifican diferencias sistemáticas de la influencia que ejerce la cultura en el desarrollo económico de las regiones, territorios y países. En este sentido, la economía cultural o economía de la cultura para Baumol y Bowen (1966) es una detallada y específica investigación de las condiciones económicas de la cultura o las artes (literatura, música, cine...).

Monasterio (2017) comenta que los economistas no tenían por objeto de estudio la cultura porque la consideraban demasiado ambigua, abstracta y muy difícil de medir cuantitativamente. Sin embargo, distintos autores de diferentes épocas empiezan a vislumbrar el poder de las fuerzas culturales (creencias, valores, preferencias...) en el desarrollo económico de las sociedades.

En el tejido económico de Arroyo Camalote, descubrimos la trama de un legado cultural que se entreteje con las estrategias de subsistencia y los emprendimientos locales. Más allá de

las cifras y transacciones, la economía de esta localidad se presenta como una expresión viva de la identidad que ha evolucionado con el tiempo, pero que mantiene sus raíces profundamente arraigadas en la tierra y las tradiciones. Los relatos de los habitantes revelan una dinámica económica que no solo busca la supervivencia, sino que actúa como un lazo tangible entre el pasado, el presente y el futuro.

El entramado económico de Arroyo Camalote, sostenido por la producción agrícola, la artesanía local y las interacciones comunitarias, refleja la habilidad de adaptación de sus habitantes frente a los desafíos modernos. La cultura no solo impulsa la economía, sino que se erige como un motor de cohesión social y preservación de valores. En este contexto, la cultura en Arroyo Camalote no es solo un fenómeno económico, sino un testimonio vivo de la resistencia cultural que persiste en el tiempo.

A la fecha, la actividad económica de Arroyo Camalote, está principalmente sostenida por la producción agrícola, la artesanía local y las interacciones comunitarias de subsistencia (intercambio de bienes). Lo anterior, refleja la habilidad del pueblo de desarrollar actividades económicas atendiendo las condiciones del lugar, la capacidad de adaptación de sus habitantes y la resistencia que ha mostrado frente a los desafíos modernos que plantea la globalización. Sin embargo, resalta el hecho que la economía de la cultura en Arroyo Camalote es una actividad subutilizada y esta condición la convierte en un área de oportunidad para la inserción de actividades que diversifiquen la generación de recursos en la zona, pues, aunque existen actividades artesanales, están poco visibilizadas y no han logrado generar la dinámica comercial deseada.

Estas actividades se basan en la comercialización de prendas bordadas por mujeres chinantecas. En estos últimos años se ha puesto de moda la confección de vestidos, blusas y accesorios con detalles de la iconografía chinanteca y mazateca. En Arroyo Camalote, atendiendo a esta tendencia, las mujeres han optado por ofrecer lo que llaman “tiras bordadas”, que resultan ser tejidos troquelados de diversas formas y coloridos sobre telas angostas con apariencia de un cinturón. Puede observarse que la economía cultural basada en sus manifestaciones alimentarias está ausente, hecho que ha generado el interés por desarrollar la propuesta comercial que se detalla en capítulos posteriores y así contribuir en la diversificación económica de las expresiones culturales de Arroyo Camalote con un enfoque de resguardo al patrimonio.

2.3.1. La globalización como fenómeno económico

La globalización cultural es un fenómeno multifacético que redefine la forma en que las sociedades interactúan, comparten y adaptan sus expresiones culturales.

The Noc Group (S/F) menciona que el proceso de globalización cultural se ha acelerado en las últimas décadas debido al aumento de las conexiones globales y la digitalización de los medios de comunicación. Las redes sociales y las plataformas de streaming han permitido que las personas en cualquier parte del mundo puedan tener acceso a contenido cultural de otras culturas.

La globalización cultural, Ander (S/F) aporta que es la forma de transnacionalización de la cultura, se ha producido o canalizado a través de dos vías de diferente naturaleza: los medios de comunicación de masas y el comercio internacional. Ligada tanto a los medios de comunicación de masas como al comercio internacional. La globalización cultural no sólo implica el intercambio de ideas y creencias, sino también la adopción de elementos culturales de otras sociedades. Esto puede incluir la adopción de alimentos, ropa, música, arte, idiomas y mucho más. Además, también puede incluir la influencia de la cultura occidental en otras partes del mundo a través de la difusión de la tecnología y los medios de comunicación.

En términos de Ulrich Beck (2019, p. 77), parece necesario abordar el proceso de glocalización de los modelos culturales. Desde el punto de vista cultural, dicho término se refiere a la combinación de los elementos locales y particulares con los mundializados. Supone que en un mundo global en el que se suprimen las fronteras económicas, políticas y sociales, se incrementan las barreras culturales. En este proceso, Pérez y de Teresa (2019) aportan que la cultura, la autenticidad y la identidad se han transformado en una industria que produce mercancías originales, cuyo consumo se lleva a cabo tanto localmente como en prácticamente todo el mundo globalizado.

En el contexto de la cultura alimentaria, la globalización ha llevado a la difusión de alimentos, recetas y estilos culinarios de diferentes partes del mundo. Autores como Robertson (2015) han discutido cómo la globalización está transformando las prácticas alimentarias tradicionales y llevando a la hibridación cultural en la cocina.

Uno de los aspectos que se discute sobre los efectos negativos de la globalización cultural, es la lamentable pérdida de muchas tradiciones alimentarias y platos auténticos de comunidades

indígenas, pues promueve la homogeneización de los platos, justificando esta estandarización con el aseguramiento de estándares de calidad. También resalta el hecho que la globalización cultural al privilegiar aspectos económicos, deja de lado la relación entre individuo y alimento; es decir, no considera el vínculo histórico-cultural de aquel binomio. Así, por ejemplo, en nuestro país, la ingesta de hamburguesas y pizzas están muy presente entre jóvenes y niños desplazando al maíz, alimento tradicional de nuestra cultura.

2.3.2. Impacto de la globalización en la cultura alimentaria de los pueblos indígenas

La globalización, como se desprende del análisis del apartado anterior, ha generado una transformación profunda en las dinámicas culturales de comunidades en todo el mundo, y los pueblos indígenas no han escapado a este impacto significativo. Una de esas se manifiesta en la cultura alimentaria, este proceso de globalización ha introducido cambios sustanciales en las prácticas alimentarias de los pueblos indígenas, influyendo en la disponibilidad de alimentos, las técnicas de preparación y representando una amenaza en la preservación de sus valores culturales. La globalización en la cultura alimentaria pone a prueba la capacidad de resiliencia y adaptabilidad de las comunidades en medio de este complejo panorama global y fuerte ambiente empresarial competitivo.

Una de sus características centrales de la globalización es la desregulación y la eliminación de los controles de las transacciones internacionales (García, 1999), es decir, la libre circulación de mercancías resultado del triunfo del neoliberalismo en el mundo. La revolución tecnológica ha trastocado la noción de tiempo y espacio en la sociedad contemporánea. Una de las consecuencias más visibles es que se ha generado concentración de capitales industriales y financieros, esto genera la aparición de brechas entre sociedades desarrolladas y las que no lo son, provocando un acceso desigual de bienes y servicios, entre ellos los alimentos. Giménez (2005) plantea que hay una polarización entre las grandes ciudades globales aceleradas y las zonas rurales aisladas, con una relación diferente con “el tiempo y el espacio global”: se invierte menos tiempo en ir de un lugar a otro, la estacionalidad de la producción de alimentos ya no es una limitante para tenerlos todo el año (como los mangos o las castañas, por ejemplo); la flexibilidad laboral ha alterado los ritmos del tiempo de trabajo, entre otras cosas.

En este punto, es importante señalar que la derrama económica originada por la comercialización de alimentos, en una menor medida beneficia a sus productores, quienes en

muchos casos son depositarios de conocimientos ancestrales, relacionados con la labor de domesticación y mejoramiento de los alimentos que poco se ve recompensado por las grandes corporaciones.

Ayora y Vargas (2005) señalan que somos conscientes que hablar de progreso y modernización requiere un trabajo profundo de conceptualización, dado que ambos son categorías que dan mucho de sí, y que a menudo ambos se han usado de manera superficial dando por supuesto que todos entendemos lo mismo. Estas ideas han permeado no sólo los discursos de modernidad, también han llegado a estar presente en las tareas de planeación de los diferentes niveles de gobierno de nuestro país, por ello se ha visto en la región chinanteca, esfuerzos gubernamentales por insertar a los indígenas en dinámicas globalizadoras, por ejemplo; la promoción turística basada en criterios occidentales.

En términos alimentarios, además de las ya mencionadas pérdidas del patrimonio, su estandarización y la escasa compensación por los trabajos de domesticación, la globalización ha promovido la invisibilización de la riqueza cultural alimentaria, lo que acelera estos procesos nocivos y limita el desarrollo económico de los pueblos, sustentados en sus prácticas culturales.

Pero, si bien la globalización ha introducido cambios significativos en la cultura alimentaria de los pueblos indígenas, también ha generado oportunidades para la preservación y promoción de sus tradiciones culinarias. A través del intercambio cultural y el acceso a nuevas tecnologías, las comunidades indígenas tienen la capacidad de revitalizar sus prácticas alimentarias ancestrales de manera innovadora y sostenible. Este proceso no solo fortalece su identidad cultural, sino que también les permite participar activamente en el mercado global de alimentos, promoviendo la diversidad gastronómica y generando un mayor reconocimiento de su invaluable contribución en la herencia culinaria mundial. En este sentido, la globalización puede ser vista como una oportunidad para empoderar a los pueblos indígenas en la preservación y promoción de su cultura alimentaria única y enriquecedora.

2.4. Importancia y cambios de la cultura alimentaria

En este apartado, se estudió la significativa influencia de la cultura alimentaria en diversos aspectos socioculturales y los cambios en las prácticas culinarias. La cultura alimentaria se entiende como los hábitos alimenticios y los valores asociados con la comida en una sociedad; desempeña un papel crucial en la formación de la identidad colectiva y en la promoción de la

salud y el bienestar de las poblaciones. A través de un análisis de ingredientes locales, métodos de preparación, y rituales culinarios, se analizó cómo la cultura alimentaria actúa como un vínculo entre las personas y su entorno, así como un medio para la transmisión de conocimientos y tradiciones intergeneracionales. Además, se examinó la importancia de preservar y promover la diversidad cultural en la alimentación como un componente clave para la salud pública y la sostenibilidad global.

En las últimas décadas Barrera (2007) menciona que la cultura alimentaria nacional asumió tendencias al cambio, orientadas a homogeneizar los patrones de consumo mediante la incorporación paulatina de nuevos alimentos en la dieta de la población. Ahora bien, Clark et al. (2012) en el año 1994, con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), se creó en el país un ambiente alimentario “obesogénico” (causante de obesidad) propiciado por el consumo aumentado de jarabe de maíz, soya, azúcar, bocadillos altos en calorías y productos cárnicos.

Latham (2002) menciona que es evidente que el cambio en la cultura alimentaria en México ha propiciado problemas de salud en la población: “La urbanización, la modernización y la sofisticación frecuentemente han llevado a dietas en las que un gran porcentaje del consumo de energía viene de azúcares y grasas, y conduce a un mayor consumo de sal”. Estos hábitos nutricionalmente negativos que han adquirido la mayor parte de las personas, han influido en el aumento de enfermedades crónicas ya antes descritas, cuyas consecuencias si no son tratadas a tiempo llegan a ser fatales.

Los cambios en las prácticas culinarias pueden tener impactos significativos en la salud, el medio ambiente, la economía y la identidad cultural de las comunidades. Por lo tanto, es importante comprender y analizar estos cambios para poder abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades que presentan en términos de promoción de la salud, preservación de la diversidad culinaria y fortalecimiento de la identidad cultural.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2010) señala que en México la cocina tradicional es un símbolo de identidad nacional, además, es una de las tradiciones culinarias más destacadas, ricas y diversas del mundo, motivo por el cual fue incluida en la lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por la UNESCO.

Para lo anterior, hay que tener en cuenta que, en el contexto de la globalización, por ejemplo, la difusión de medios de comunicación, la migración y el turismo pueden llevar a la homogeneización de las prácticas culinarias, con la adopción de alimentos y estilos de cocina globales en detrimento de las tradiciones locales. Sin embargo, también puede haber un movimiento de contraflujo, donde las comunidades buscan preservar y revitalizar sus tradiciones culinarias como una forma de resistencia cultural y afirmación de identidad.

Velasco (2021) aporta que la importancia de conservar, rescatar y preservar la cultura específicamente oaxaqueña está ligada a que en ella convergen otros elementos vitales como: tradiciones, festividades y cultura general de la población, esto se debe a que existen platillos ligados a estas costumbres y tradiciones, por ejemplo: en la festividad del día de muertos el mole y el chocolate son los pilares fundamentales, el mezcal presente en todas las festividades que se celebran en nuestro territorio, el téjate elaborado en épocas de cosechas y consumido por los trabajadores a medio día para disminuir las inclemencias del sol y algunos atoles forman parte de nuestra dieta diaria.

Si bien podemos ver la importancia que tiene la cultura alimentaria para un país, también la tiene un estado y ahora la de una localidad. Todo esto trae consigo cambios, los cuales se ven reflejados en las prácticas culinarias porque es un fenómeno multifacético que puede ser influenciado por una variedad de factores, incluyendo cambios en los patrones alimenticios, migraciones, globalización, disponibilidad de ingredientes, avances tecnológicos y tendencias culturales, entre otros. Estos cambios pueden manifestarse de diversas maneras, como la adopción de nuevas dietas, la incorporación de ingredientes o técnicas culinarias extranjeras, la alteración de los hábitos de consumo, y la transformación de las tradiciones gastronómicas locales.

En conclusión, la cultura alimentaria desempeña un papel vital en la identidad, la salud y la sostenibilidad de los pueblos indígenas, sirviendo como un vínculo intrínseco entre la comunidad y su entorno. La preservación y revitalización de la cultura alimentaria de Arroyo Camalote no solo es crucial para mantener la diversidad cultural y promover la soberanía alimentaria, sino que también contribuye a mejorar la salud y el bienestar de las comunidades indígenas de dicha localidad. La propuesta de negocio planteada en esta tesis representa un paso importante hacia el rescate de la cultura alimentaria de Arroyo Camalote, ya que busca preservar y promover las prácticas culinarias tradicionales de la comunidad. Al centrarse en la incorporación

de ingredientes locales, métodos de preparación tradicionales y la promoción de platillos autóctonos, esta propuesta no solo apoya la economía local, sino que también fortalece el sentido de identidad cultural y orgullo en la comunidad. En última instancia, la implementación exitosa de esta propuesta no solo beneficia a la comunidad de Arroyo Camalote, sino que también sirve como un ejemplo inspirador de cómo la preservación de la cultura alimentaria puede promover el bienestar socioeconómico y cultural en los pueblos indígenas.

2.5. Identificación de los platillos tradicionales de Arroyo Camalote

Para la identificación de dichos platillos se llevaron a cabo 14 entrevistas a profundidad con los descendientes de los fundadores de la localidad (tabla 5). Entre los datos se obtuvo que siete personas son originarias del municipio de San Lucas Ojitlán, las cuales son fundamentales porque los primeros locatarios de Arroyo Camalote provenían de la cabecera municipal. Así mismo, ocho personas fueron mujeres de un rango de edad de 42 a 77 años; seis entrevistados fueron hombres de 41 a 54 años. Esta entrevista estuvo formada por 8 preguntas fundamentales (ANEXO I), una de ellas era sobre los platillos principales de la localidad y del municipio, así se logró identificar platillos tradicionales y platillos rituales. El trabajo se llevó a cabo del mes de julio a diciembre del 2023. Una vez obtenida la información se realizó un inventario de los platillos que mencionaron los entrevistados y se obtuvieron los que se presentan a continuación.

Tabla 5. *Primeros entrevistados*

No.	Entrevistados	Edad	Sexo	Origen
1	Luminosa Terán Orozco	49	Femenino	Arroyo Camalote
2	Catalina Sánchez Dublán	49	Femenino	Ojitlán
3	Eva Orozco Valentín	66	Femenino	Arroyo Camalote
4	Inés Dublán Terán	77	Femenino	Ojitlán
5	Amada Vázquez Orozco	44	Femenino	Arroyo Camalote
6	María Inés Sánchez Dublán	47	Femenino	Ojitlán
7	Elena Sánchez Dublán	42	Femenino	Ojitlán
8	Alejandra García Zaragoza	44	Femenino	Ojitlán
9	Basilio Orozco Valentín	49	Masculino	Arroyo Camalote
10	Juan Orozco Valentín	54	Masculino	Arroyo Camalote
11	Víctor Terán Orozco	51	Masculino	Arroyo Camalote
12	José Luis Terán Orozco	53	Masculino	Arroyo Camalote
13	Luis Sánchez Dublán	41	Masculino	Ojitlán
14	Paulino Sánchez Dublán	45	Masculino	Ojitlán

Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas permitieron identificar cuatro platillos que se consideran esenciales en Arroyo Camalote, los cuales son: casamiento, barbacoa en pilte, caldo de paisano y mole.

Los criterios utilizados para su selección fueron, esencialmente, identificar si poseen elementos históricos y la importancia en su uso cotidiano, festivo y conmemorativo para la comunidad. Además, se consideró que estos platillos poseen un mayor potencial para la propuesta comercial contenida en el presente trabajo.

De igual modo se presentan las bebidas que los entrevistados destacan muy propias de Arroyo Camalote, siguiendo los mismos criterios utilizados para la identificación de platillos. Las cuales fueron: atole de masa y el popo.

En resumen, los platillos y bebidas identificados en Arroyo Camalote no solo constituyen una lista de recetas locales, sino que representan un tesoro culinario que refleja la identidad y la historia de la comunidad. Estos alimentos trascienden la mera nutrición para convertirse en expresiones tangibles de la cultura alimentaria local, transmitidas a través de generaciones y enriquecidas por la diversidad de ingredientes y técnicas culinarias regionales.

Después de haber identificado los principales platillos y bebidas que constituyen la cultura alimentaria de Arroyo Camalote, en el siguiente apartado se detallan sus métodos de preparación y una explicación correspondiente de su importancia dentro de la cultura alimentaria local.

2.6. Platillos de Arroyo Camalote - Simbolismo del platillo

En este apartado presentaremos cuatro recetas de los principales platillos para la localidad de Arroyo Camalote y dos de bebidas. Estas recetas fueron obtenidas por la participación de 6 señoras, las cuales han adquirido dichos conocimientos de madre a hija a través de la tradición oral, lo anterior es significativo pues una alta población continúa siendo parlante chinanteco, lo que garantiza que la transmisión y la preservación tengan más elementos auténticos; aunque es de reconocer que las nuevas depositarias han impregnado su propia esencia y personalidad en cada platillo. Cabe señalar que se contó con la aprobación de cada una de las señoras para mostrar los ingredientes y métodos de elaboración para la conserva de la memoria colectiva en dichos platillos, para las futuras generaciones. Además, para la selección de las informantes, se tomaron en cuenta criterios como la edad y el origen de dichas mujeres (tabla 6).

Tabla 6. *Cocineras chinantecas*

No.	Nombres de entrevistados	Edad	Originario
1	Luminosa Terán Orozco	49	Arroyo Camalote
2	Eva Orozco Valentín	67	Arroyo Camalote
3	Socorro Victoriano Quinta	53	Arroyo Camalote
4	Petra Sánchez Dublán	59	Ojitlán
5	Catalina Sánchez Dublán	50	Ojitlán
6	Elena Sánchez Dublán	42	Ojitlán

Fuente: Elaboración propia.

Esta combinación de ser originarias de la localidad y ser originaria de la cabecera municipal, ha hecho que las mujeres de Camalote empiecen a desarrollar su propia dinámica alimentaria, lo que constituye un elemento identitario, propicio a destacar comercialmente.

Al respecto Bertrán (2006) nos dice que la cultura alimentaria es determinante en los comportamientos alimentarios y, consecuentemente, en el proceso salud-enfermedad de los individuos y de las comunidades. Las tradiciones, los modos de vida, las creencias y los simbolismos son elementos importantes de la cultura alimentaria, ya que determinan qué debe

comerse, cómo han de prepararse los alimentos, quién ha de prepararlos y dónde se deben adquirir los ingredientes.

Se realizaron tablas comparativas para poder apreciar de una mejor manera los ingredientes que utilizan cada una de las señoras entrevistadas porque, aunque son del mismo pueblo, esto no significa que necesariamente utilicen los mismos ingredientes en cada receta y que exista un solo método de preparación. De este modo, el procedimiento expuesto en el presente trabajo es aquel que fue mejor descrito por las entrevistadas.

El casamiento

Este platillo tiene un doble uso: el primero, cotidiano, ya que forma parte de la dieta diaria y, el segundo, ritual, pues forma parte de los elementos rituales de un velorio en la comunidad de Camalote. Es una comida que no debe faltar en la mesa chinanteca, parece muy simple, pues se compone básicamente de arroz con frijol, sin embargo, es un platillo muy rico y nutritivo. Algo interesante es que esta comida pasa de ser un platillo tradicional a ser un platillo ritual, porque es el único alimento que se puede consumir el día que fallece algún habitante del pueblo, sin excepción de edad o sexo. Sus creencias de no consumir carne el primer día de duelo, se debe a que el chinanteco de Camalote considera que si consume algún alimento compuesto de carne equivale a comer la carne de la persona fallecida, lo que dificultaría el tránsito del finado a otra dimensión. Lo anterior significa que la comunidad de Camalote, realiza un conjunto de acciones para ayudar al ánima a transitar de un mundo a otro. Esto se ciñe a lo mencionado por Barabas (2017) quien menciona que el proceso ritual es complejo, y está integrado por una serie de etapas y elementos para que el difunto despierte su camino.

Los entrevistados refieren que este platillo debe ser preparado por compadres, vecinos o familiares con excepción de aquellos directos de primer grado. De igual modo, otra evidencia que demuestra que el casamiento es un elemento ritual en ambientes de luto, es el hecho de ser preparado en las fiestas de los fieles difuntos para ofrecerlo en el altar.

La combinación del arroz y frijol le otorga al platillo un color predominantemente oscuro, con un aroma muy rico por las hierbas de olor que lleva, su textura puede ser pastosa o espesa dependiendo la cantidad de caldo que le agreguen las cocineras chinantecas y es ligeramente picante.

A continuación, se presenta la tabla 7 en donde se puede apreciar los ingredientes que cada una de las entrevistadas nos mencionan que utilizan como parte de sus recetas propias para la elaboración de este alimento.

Tabla 7. *El casamiento*

Ingredientes	Luminosa	Eva	Socorro	Petra	Catalina	Elena
Frijol	X	X	X	X	X	X
Arroz	X	X	X	X	X	X
Ajo	X	X	X	X	X	X
Cebolla	X	X	X	X	X	X
Cilantro	X	X	X	X	X	X
Sal	X	X	X	X	X	X
Hierbabuena		X	X	X	X	X
Tomates	X			X	X	X
Cebollín	X		X	X		
Aceite	X				X	X
Manteca de cerdo		X	X	X		
Chile serrano					X	X
Chile chilpaya				X		
Epazote			X			

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de las entrevistas.

Método de preparación para un kilo de frijol:

1. Limpiar y lavar el frijol. Dejar escurrir el frijol.
2. Poner en una olla suficiente agua limpia, agregar los frijoles, el ajo y un pedazo de cebolla. Añadir sal al gusto.
3. Hervir los frijoles.
4. Licuar los tomates, la cebolla, dos dientes de ajo y chiles secos al gusto, dependiendo el grado de picor deseado. Usualmente se usan 7 chiles.
5. Dejar reposar la salsa.
6. Limpiar y lavar el arroz, dejar escurrir.
7. Agregar el aceite en una cacerola dejando pre calentar a fuego medio, entonces colocar el arroz, sofreír, mantener en constante movimiento y cuando está doradito, agregar el cebollín picado finamente.

8. Una vez que ambos estén dorados, el arroz y el cebollín, agregar la salsa licuada anteriormente.
9. Por último, agregar al arroz la hierbabuena y los frijoles ya hervidos junto con el cilantro y su caldo del frijol para mayor sabor a la comida. Mezclar todos los ingredientes y dejar hervir hasta que esté listo. Probar que esté bien de sal.

Teniendo los datos obtenidos por los entrevistados, podemos hablar de la importancia que tiene este platillo dentro de la cultura alimentaria de la localidad de Arroyo Camalote y para sus habitantes, si bien los primeros pobladores cosechan su propio frijol y arroz, lo cual realza este platillo para la localidad, aquí se relaciona uno de los elementos importantes de este término manejado -cultura alimentaria- dentro del trabajo, ya que hablamos de la materia prima, su proceso de elaboración y lo que significa para ellos, si bien puede ser una comida del diario se le suma que pasa a ser un platillo ritual por cómo es implementada. Sin embargo, el señor Juan Orozco Valentín, comparte su preocupación pues desde su perspectiva el casamiento se encuentra en una etapa de transición y pérdida, ya que actualmente se ha estado perdiendo la tradición de servirlo y se cambia por algún otro platillo, en especial la barbacoa en pilte; es decir, carne, como si fuera una fiesta y no un momento de respeto para la persona que acaba de fallecer.

Caldo de paisano

Este famoso platillo conocido en toda la Chinantla es llamado también caldo largo, caldo paisano y caldo rojo, según la comunidad que lo prepare y la festividad en que se sirva. Por ejemplo, en San Mateo Yetla, menciona Núñez et al. (2024) se le llama caldo largo y es preparado el día previo a la transmisión de los poderes que conforman su sistema de cargos en casa del fiscal saliente, cada 5 de enero. Por su parte, en la cabecera municipal de San Lucas Ojitlán se sirve en vísperas de la celebración patronal en honor a Santa Rosa de Lima el día 29 de agosto, como parte de las obligaciones del mayordomo, según lo reportado por Mejía y González (2019). Como puede observarse el caldo de paisano es preparado, preferentemente, como preámbulo a una celebración que reviste mayor grado de importancia para las comunidades. Para el caso de Arroyo Camalote este caldo es conocido como caldo paisano y se prepara en ocasiones de diversa índole. Puede encontrarse en eventos sociales como bodas, cumpleaños y bautizos, así como en contextos solemnes como el cabo de año de un difunto. La descripción etnográfica del caldo de paisano en Camalote, en este caso, se hará a partir de una boda. Como se mencionó anteriormente, previo a la boda religiosa, se lleva a cabo una celebración en casa de la novia, una

especie de despedida de soltera, en donde se prepara el caldo para los padrinos de los novios y personas muy allegadas a la novia. Este caldo es servido a todos los asistentes. La comunidad tiene como costumbre llevar algunos recipientes de plásticos para depositar aquella porción de caldo que no es consumida. Para quienes olviden o no lleven recipiente, la familia anfitriona les brinda bolsas de plástico que sustituyen al recipiente. El caldo es preparado en casa de la novia por sus familiares. Lo anterior refleja la importancia del platillo servido y el respeto que se brinda por la comunidad. Está claro que el caldo forma parte de rituales festivos y conmemorativos, pues interviene, junto con otros elementos, para dar validez ya sea a una boda o a una conmemoración como la fiesta patronal.

Los locatarios describen a este platillo como uno de los más tradicionales, es preparado por la misma familia y sus propios vecinos los apoyan en la preparación cuando es alguna festividad muy grande. La combinación de sus ingredientes le otorga al caldo ciertas características peculiares como su consistencia líquida, un ligero picor y un color rojizo brillante, que junto con las hierbas de olor y su porción de carne lo hacen llamativo a la vista. Es servido tradicionalmente en un plato hondo de barro con estampado de flores alrededor. En las bodas, se acostumbra a dar una bolsa de plástico por si acaso no se consume la carne, se puede llevar a casa. Incluso a los padrinos se les acostumbra regalar una cubeta pequeña con caldo de paisano, cuando estos pasan a retirarse.

En la siguiente tabla 8 podemos apreciar la obtención de solo tres métodos de preparación, debido a que las señoras pertenecientes al municipio de Ojitlán comentan que a ellas no les enseñaron a preparar este platillo o desconocen de sus ingredientes.

Tabla 8. *Caldo de paisano*

Ingredientes	Luminosa	Eva	Socorro
Cilantro	X	X	X
Ajo	X	X	X
Chile seco	X	X	X
Achiote	X	X	X
Sal	X	X	X
Tomate		X	X
Cebolla		X	X
Hierbabuena		X	X
Cebollín	X		X
Huesos de cochino	X	X	
Trozos de carne		X	X
Cilantro de semilla			X
Epazote		X	

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de las entrevistas.

Método de preparación para un cochino de 100 kg:

- 1.- Lavar la carne con agua caliente, se le da tres pasadas y dejar escurrir.
- 2.- Colocar la paila con 60 litros de agua aproximadamente y dejar hervir.
- 3.- Picar finamente 5 rollos de cebollín y dejar 5 rollos enteros para ocuparlos después, deben estar lavados previamente.
- 4.- Picar 8 rollos de cilantro y dejar 7 rollos para el caldo, ya lavados.
- 5.- Moler el chile seco junto con 1 cabeza de ajo. En otro recipiente moler el achiote, en un molcajete si se cuenta con uno.
- 6.- Colocar la carne limpia cuando el agua esté hirviendo. Dejar que se consuma toda la espuma cuando empieza a brotar y agregar una cabeza de ajo molido en la chilmolera.
- 7.- Dejar pasar 15 minutos y agregar los demás ingredientes molidos, los cebollines y el cilantro picados y en rollos. Colocar al final el achiote ya molido para darle color y sabor.
- 8.- Sacar la carne cuando esté cocida, dejar el caldo con poca leña para que siga caliente. Servir el caldo y colocar trozos de carne en el plato.

La transmisión de estas recetas a las generaciones futuras es crucial para preservar la cultura alimentaria de la localidad. La tabla 10 muestra que solo se han documentado tres recetas

con sus respectivos métodos de preparación, lo que sugiere una posible pérdida de conocimiento culinario en la comunidad, pues de las 6 entrevistadas solo 3 dieron referencia de la elaboración de este platillo, probablemente debido a la influencia de nuevas tendencias alimentarias o la disponibilidad de alimentos comerciales. Sin embargo, para los lugareños mayores de Camalote, el caldo de paisano sigue siendo un elemento esencial en sus celebraciones importantes. A pesar de la introducción de nuevos platos y costumbres, el caldo de paisano es emblemático y sigue siendo único y valioso para la identidad culinaria de la comunidad. Por lo tanto, es esencial continuar transmitiendo estas recetas y métodos de preparación a las generaciones venideras, no sólo para preservar la herencia culinaria de Arroyo Camalote, sino también para mantener viva la conexión con la historia y la tradición de la localidad.

La barbacoa en pilte

Este platillo es de uso común en prácticamente todo tipo de eventos sociales. Tradicionalmente se cocina a base de carne de res, cerdo y pollo. En Arroyo Camalote, mayormente, se prepara con carne de pollo y es el principal platillo que se sirve en las celebraciones sociales de mayor relevancia para las familias de la comunidad, sobre todo cuando están asociadas a un sacramento del protocolo cristiano católico como bodas, bautizos, comunión o confirmación.

El uso festivo de la barbacoa se describe a partir de una boda, como se hizo con el caldo de paisano. La costumbre en las bodas ojitecas, aplica para Arroyo Camalote, es que sea una celebración de dos días de duración. La barbacoa es servida después que se haya formalizado el enlace matrimonial, en casa del novio para celebrar dicho acto. Es preparada en casa de la familia del novio con ayuda de sus compadres o vecinos. Las labores de preparación inician desde las primeras horas del día del evento y se utilizan tambos de metal con capacidad de 200 litros, los cuales son colocados sobre la leña en traspatio. Los vecinos ofrecen su mano de obra para los quehaceres que implica su preparación; aplicando el “mano vuelta”, que se refiere a apoyar a una persona quien tiempo después, sin mediar solicitud, devolverá el apoyo, muy característico de la localidad. Se acompaña con frijoles refritos, salsa verde y tortillas procesadas. Se acostumbra a celebrar la boda en los patios de las familias, pues estos son de tal dimensión que alcanzan para albergar a prácticamente toda la comunidad reunida en la fiesta, aunque en menor medida hay bodas que se llevan a cabo en el salón municipal o bien en la cancha municipal. De igual forma dentro de este acto la novia acostumbra a usar dos vestidos diferentes, ambos de color blanco, el novio también suele usar dos vestimentas diferentes, sin embargo, ambas elegantes para la

ocasión. Todos los gastos que origina la boda son solventados por la familia del novio, salvo aquellos ofrecimientos voluntarios de conocidos y familiares que tradicionalmente consisten en cervezas, tortillas y en tiempos recientes desechables. Estos obsequios en Arroyo Camalote fortalecen los vínculos entre sus aportantes y los papás de los cónyuges creando lazos a nivel de compadrazgo.

En una boda, la barbacoa forma parte de los actos de reciprocidad del pueblo de Arroyo Camalote, pues es tradición de las familias que este platillo sea regalado a los padrinos, al finalizar la boda, en una bandeja de plástico envueltos en hojas de plátano. El motivo es agradecer el apoyo para la realización de la ceremonia y la porción consta de 5 a 10 piltes por padrinos o compadre.

El pulte de barbacoa tradicionalmente se envuelve con hoja de plátano, dado que esta le proporciona un aroma que se impregna en la carne lo cual le otorga un mejor sabor; actualmente ya es envuelto con aluminio dado que en los patios de las señoras ya no se cuenta con estas hojas de plátano; de igual modo ahora se coloca primero en una bolsa de plástico, cuando se dice que antes era directamente envuelta la carne con la hoja de plátano, sin bolsa. Esta comida tiene sus siguientes características: su color es un rojo brillante, puede ser líquida o seca dependiendo como lo cosan, su aroma es agradable, normalmente se acompaña con salsa verde y frijoles molidos.

A continuación, se presenta la tabla 9 en donde se puede apreciar los ingredientes que cada una de las entrevistadas nos mencionan que utilizan como parte de sus recetas propias para la elaboración de este alimento.

Tabla 9. *La barbacoa en pilte*

Ingredientes	Luminosa	Eva	Socorro	Petra	Catalina	Elena
Pollo surtido	X	X	X	X	X	X
Hoja de laurel	X	X	X	X	X	X
Vinagre	X	X	X	X	X	X
Ajo	X	X	X	X	X	X
Cebolla	X	X	X	X	X	X
Tomates	X	X	X	X	X	X
Sal	X	X	X	X	X	X
Chile ancho	X		X	X	X	X
Hoja de aguacatillo			X	X	X	X
Especies surtidas	X			X	X	X
Chile guajillo	X	X	X			
Hojas de pozol	X	X			X	
Chile mulato			X	X		
Comino	X		X			
Chile pasilla	X			X		
Plátano macho	X	X				
Chile seco					X	X
Clavitos			X			
Limonos			X			
Tomillo						X
Chocolate		X				

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de las entrevistas.

Método de preparación para 5 kg de carne:

- 1.- Limpiar los chiles, no dejar semillas y lavar. Colocar en una olla caldo de pollo o agua (opcional), poner a hervir junto con los tomates.
- 2.- Freír los plátanos, tener cuidado de no quemarlos.
- 3.- Lavar primero la carne con agua fría o normal.
- 4.- Calentar en una olla grande el agua suficiente para lavar los 5 kg de carne. Una vez lista el agua caliente pasar la carne dos veces por dicha agua para ser lavada muy bien; dejar la carne reposar.
- 5.- Hervir los chiles y esperar que se enfríen. Posteriormente moler los chiles, agregando ajo, cebolla, los plátanos, comino, especias surtidas y sal al gusto.

6.- Colocar la carne en una bandeja y agregar vinagre dejando reposar una media hora. Posteriormente agregar la salsa ya molida y revolverla con la carne, dejando que se impregne la salsa.

7.- Lavar las hojas de pozol y soasar. Limpiarlas con un trapo seco.

8.- Embolsar piezas de carne (puede ser de dos a tres trozos de carne o hueso) y agregar una hoja de laurel, para después amarrar la bolsa. Picar con un palillo 3 veces a la bolsa para sacar el aire.

9.- En una hoja de pozol colocar de 2 a 3 bolsas referidas en el punto anterior y envolverlas (a esto se le conoce como pilte). Amarrar el pilte y colocar en la vaporera, dejar cocer aproximadamente hora y media.

Este platillo ha perdurado a lo largo del tiempo como uno de los pilares fundamentales de la cultura alimentaria de Arroyo Camalote. Sin embargo, durante las entrevistas realizadas, uno de los participantes señaló que la barbacoa está siendo paulatinamente reemplazada por las populares carnitas en eventos sociales como bodas, bautizos o cumpleaños. Este cambio en las preferencias gastronómicas refleja una tendencia hacia lo contemporáneo, dejando de lado las tradiciones arraigadas.

La barbacoa representa mucho más que un simple plato en la mesa; es un vínculo tangible con las raíces y la historia de Arroyo Camalote. Su aroma ahumado y su sabor único no solo satisfacen el paladar, sino que también alimentan el alma, conectando a las personas con sus antepasados y fortaleciendo el sentido de pertenencia a la tierra y a la comunidad.

Algo importante que destacar es el hecho que, de la investigación hecha en campo, se pudo determinar que las dotes ya no forman parte de los elementos de una boda en Camalote, lo que es relevante pues una de las versiones de la fundación del pueblo es que se originó a partir de una dote.

El mole

De acuerdo con el portal de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2020), el mole es sin duda uno de los platillos más representativos de nuestra gastronomía a nivel regional y/o nacional, sabroso y popular, su origen se remonta a la época prehispánica, pero igual que nuestra cultura, se ha transformado a través del paso del tiempo. Su término proviene del náhuatl molli o mulli, y se refiere a varios tipos de salsas preparadas a partir de chiles y otros ingredientes.

Como se mencionó anteriormente el mole es un platillo a nivel nacional y estatal muy conocido y forma parte de la cultura alimentaria de México, La Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2020) menciona que el mole es único, sin embargo, tiene muchas variantes en sus recetas, según los expertos en México tenemos, más o menos, 50 tipos de moles, lo cual es muy probable, si consideramos que tan sólo el estado de Oaxaca presume siete versiones: negro, rojo, amarillo, coloradito, verde, chichilo y manchamanteles.

En Arroyo Camalote el mole es prácticamente de uso común y está muy presente en eventos sociales de segundo rango como cumpleaños, clausuras y convivencias familiares. Sin embargo, este platillo se convierte en el principal elemento alimentario en el marco de las festividades del día de muertos, una de las festividades de mayor importancia dentro del ciclo festivo, solo por detrás de las fiestas de Santa Rosa de Lima y San Lucas. Se coloca en cada altar de las familias de la localidad de Camalote honrando a cada difunto y, para su preparación, la tradición de Camalote establece que únicamente podrán participar los familiares directos de primero y segundo grado del finado. Asimismo, el mole es preparado al cuarto día que fallece un familiar, de acuerdo a la costumbre establecida que marca una abstinencia obligada de comer carne durante este lapso⁶. Suele acompañarse con arroz blanco y se reparte al finalizar el rezo que forma parte del protocolo cristiano de los nueve días. La preparación del mole es una especie de anuncio oficial para la comunidad que indica que a partir de ese momento se levanta el periodo de abstinencia de carne y, desde ese momento, ya se puede consumir platillos que contengan, de preferencia, carne de pollo.

Este platillo es preparado para el día de muertos por la esposa, abuela o mamá de la persona más directa al difunto. De preferencia procuran sacrificar pollos o guajolotes que hayan sido criados en sus patios, aunque se reconoce que cada vez la crianza de estos animales viene a menos. Se prepara en fogón de leña, ya que normalmente en la localidad cada señora cuenta con uno propio en su cocina, pues comentan que es otro sabor y toque que le da a su comida.

El mole es un platillo con las siguientes características, de color rojo oscuro, puede ser picoso o algunas veces dulce (depende de la persona que lo prepare), desprende sabores muy complejos, su textura es aterciopelada y brillante. Sus ingredientes pueden variar dependiendo de su cocinera y lugar de preparación, pero eso le añade el plus a este platillo, no le baja su valor

⁶ Para mayor referencia véase el apartado del Casamiento.

sino al contrario lo enriquece y lo hace mejor. Puede ser acompañado con arroz blanco. La tabla 10 muestra los ingredientes por cada una de las cocineras entrevistadas.

Tabla 10. *El mole*

Ingredientes	Luminosa	Eva	Socorro	Petra	Catalina	Elena
Pollo surtido	X	X	X	X	X	X
Chile ancho	X	X	X	X	X	X
Chocolate abuelita	X	X	X	X	X	X
Plátano macho	X	X	X	X	X	X
Cebolla	X	X	X	X	X	X
Ajo	X	X	X	X	X	X
Tortillas	X	X	X	X	X	X
Sal	X	X		X	X	X
Aceite	X	X		X	X	X
Almendras	X		X	X	X	X
Pasas		X	X	X	X	X
Galletas María	X		X	X	X	X
Chile mulato	X	X	X	X		
Tomate rojo			X	X	X	X
Especias surtidas	X				X	X
Caldo de pollo o guajolote		X	X			X
Chile seco					X	X
Ajonjolí	X		X			
Orégano en polvo			X	X		
Clavo en polvo			X	X		
Manzana	X	X				
Chile pasilla	X					
Chile guajillo			X			
Chile de árbol				X		
Cacahuates tostados				X		
Pimienta en polvo			X			
Comino en polvo				X		
Canela en polvo			X			
Galletas animalitos		X				

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de las entrevistas.

De igual modo en los cumpleaños donde son festividades más familiares se acostumbra a preparar este mole de pollo o guajolote, en los bautizos se sirve una vez que se regresa de la misa a casa de la familia anfitriona.

Método de preparación:

1. Limpiar los chiles muy bien, quitar todas las semillas, lavar los chiles y luego colocar en una cacerola para hervir, ya sea con caldo de pollo o agua hasta que se hierva.
2. Freír en otra sartén los plátanos y las tortillas.
3. Colocar el comal para asar la cebolla, las manzanas (para las agruras), el mulato, las pasillas, galletas Marías y almendras.
4. Dejar enfriar los chiles una vez hervidos, moler junto con el ajo y las especias. También agregar los ingredientes que se asaron anteriormente para moler en conjunto.
5. Preparar la cazuela con aceite, luego agregar todo lo molido, una vez que se empiece a hervir agregar el chocolate, el ajonjolí y sal al gusto. Mezclar constantemente y dejar hervir.
6. Agregar piezas de pollo o guajolote (ya cocidos) al mole que está hirviendo.

El mole destaca por su complejidad de sabores y meticulosa preparación. Este plato sigue ocupando un lugar destacado en la cultura alimentaria local, especialmente en celebraciones como el Día de Muertos, siendo una de las principales ofrendas de los altares para honrar a los seres queridos fallecidos. Su elaboración, que implica una cuidadosa combinación de chiles, especias, y otros elementos, refleja la sofisticación gastronómica arraigada en la comunidad. Este plato no solo se destaca por su sabor distintivo, sino también por su papel en diversas celebraciones y eventos sociales dentro de la localidad. El mole sigue siendo un vínculo unificador que conecta a la comunidad con su legado gastronómico compartido, pues es utilizado especialmente en eventos sociales. Su presencia continua en la dieta y las festividades locales evidencia su importancia como un símbolo cultural arraigado en la identidad culinaria de Arroyo Camalote.

Asimismo, se presentan dos bebidas tradicionales de Arroyo Camalote. De la misma manera que se hizo para los platillos, se describe su importancia, sus ingredientes y su proceso de elaboración.

El atole de masa

Es una bebida que preparaban los fundadores de la localidad de Arroyo Camalote, los señores Miguel y Juana. La utilizaban como desayuno antes de irse a la milpa e incluso la llevaban al campo en un recipiente. Actualmente, sus hijos y nietos disfrutan de esta bebida cuando se les antoja, ya sea en temporadas de frío o incluso en un desayuno. También lo preparan con motivo del día de muerto para honrar a sus seres queridos que han fallecido.

Es una bebida a base de dos simples ingredientes agua y masa, puede ser espesa si no se cuele, pero queda al gusto de quien la vaya a consumir. A continuación, se presenta la tabla 11 de quienes nos compartieron sus ingredientes y método de preparación. Algo interesante que compartió la señora Catalina, es que ella dice haber aprendido la preparación del atole de masa porque a su esposo le recuerda a su abuela, la señora Juana, pues solía dárselo por las mañanas para que no se fuera con el estómago vacío. La señora Luminosa y Catalina nos mencionaron que este atole es utilizado en las mujeres embarazadas después del parto para que se mantengan hidratadas, ya que no lleva otro ingrediente más que agua y masa. También les favorece que les baje la leche y puedan ofrecer una mejor lactancia al recién nacido. Es la evocación de sus antepasados, el recordar parte de su historia como habitantes de Arroyo Camalote y sus beneficios, lo que hace de esta bebida la consideren parte de su identidad.

Este atole es muy sencillo, pero muy rico, su sabor es simple, con una textura líquida y espesa, de color blanco. En la tabla 11 se muestran tres ingredientes marcados como opcional que, si bien no son parte del atole, pueden ser agregados. La señora Socorro menciona que a su esposo le gusta de ese modo y los mencionó a modo de sugerencia, pero que tradicionalmente la abuela Juana solo agregaba los dos ingredientes mencionados.

Tabla 11. *Atole de masa*

Ingredientes	Luminosa	Eva	Socorro	Catalina
Agua	X	X	X	X
Masa	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de las entrevistas.

Método de preparación:

1. Hervir dos litros de agua en un tanque.
2. Licuar doscientos cincuenta gramos de masa con un poco de agua y colar.

3. Agregar la masa al agua y mantener en constante movimiento, hasta que hierva.
Espesar al gusto.

NOTA: En caso de no disponerse de masa, esta bebida puede prepararse utilizando tortillas, las que se pican finamente y cuando esté hirviendo el agua agregar las tortillas, se mueve hasta que hierva y quede el atole.

El atole de masa, arraigado en la historia y las tradiciones de Arroyo Camalote, ofrece una oportunidad única para enriquecer el menú de la propuesta de negocio. Los fundadores de la localidad, Miguel y Juana, preparaban este atole que ha demostrado su versatilidad y su capacidad para adaptarse a diferentes situaciones. Desde servirlo como desayuno reconfortante hasta incorporarlo en las celebraciones del día de muertos, el atole puede atraer a una amplia gama de clientes debido a su conexión con la comunidad y su reputación como una bebida nutritiva y reconfortante. Al ser una preparación relativamente sencilla, con ingredientes básicos como agua y masa, el atole también ofrece la posibilidad de ser personalizado según los gustos y preferencias, debe ser una bebida la cual hay que mantener y ser transmitida para no perderla como parte de su cultura alimentaria. Además, su valor nutricional y su papel en la salud, como una opción hidratante para las mujeres después del parto y para promover una lactancia materna recomendada. Otro factor a considerar en su potencial comercial son las condiciones climáticas de la región, caracterizada por las altas temperaturas y el factor elevado de humedad, pueden ser destacados en la promoción del negocio como un punto de venta único y saludable como bebida hidratante. En resumen, el atole de masa representa no solo una oportunidad para enriquecer el menú de un negocio, sino también una manera de conectar con la comunidad local y ofrecer una experiencia culinaria auténtica y reconfortante a los clientes propia de Arroyo Camalote.

El popo

Es una bebida muy conocida en la Chinantla por su peculiar sabor entre las mezclas del cacao y laocolmecha. Parece una bebida muy sencilla de elaborar por el hecho de solo estar batiendo, pero es considerada una bebida muy delicada, por esto su preparación requiere especial delicadeza. Un distintivo de esta bebida es que se compone de dos estados físicos; una de ellas es la parte líquida que, por su densidad, es la que reposa en el fondo del recipiente que se sirve y, la otra parte, es la espumosa que se sitúa en la parte superior y le otorga el sello distintivo a esta bebida. Está espuma provoca que, al degustar el popo, se experimente una sensación picosa o rasposa en la garganta. Esta bebida al momento de ser preparada requiere que todos los utensilios se

encuentren limpios, pues en caso de no ser así, la creencia de la comunidad señala que el preparado se desnaturalizará o dicho en términos coloquiales, la bebida se “cortará”.

En su portal Gourmet de México (2019) nos dice que, dentro de las bebidas, el popo es sin duda su bebida ceremonial más importante. La espuma que forma, es en sí lo que se bebe, y lo que más aprecian los chinantecos. Se cree que, entre más espuma, más abundancia. Su sabor es peculiar, ya que en la boca deja una sensación de sequedad y es ligeramente picante. Es preparada en bodas, bautizos, cumpleaños y diversas festividades locales o municipales, incluso algunas familias la preparan para ofrecer en el altar el día de muertos.

El señor Juan Orozco Valentín nos comentó que su madre, la señora Juana Valentín Salazar, tenía una forma muy peculiar de preparar esta bebida y por esta razón, ella era quien preparaba el popo que se vendía en la iglesia en las festividades importantes. Otra señora iba a vender, sin embargo, la primera en acabar era doña Juana, por el rico sabor que tenía su bebida. Mi tío abuelo, Juan Orozco, dice que parte del secreto era que su madre utilizaba la cocolmeca tierna, no madura como lo hacen el resto de las señoras y, además, no dejaba quemar el cacao, lo que provoca que el sabor del popo sea muy fuerte. En las bodas, esta bebida se ofrece a los invitados al llegar al lugar de la celebración, formando parte de la recepción; es decir, se degusta antes de servir la comida principal. Del mismo modo, en los cumpleaños, se ofrece a los invitados antes de servir la comida o el plato principal.

Su característica principal es el color café y la espuma que es generada por la cocolmeca. Su proceso puede ser tardado, pero la espera, vale la pena. Esta bebida se acostumbra a servir tradicionalmente en jícaras (recipiente que se obtiene del árbol de jícaro); sin embargo, actualmente empieza a ser desplazado por vasos o bolsas de plástico.

Se presentan en la tabla 12 sólo dos recetas debido a que las demás señoras desconocen de su preparación, así como de dichos ingredientes.

Tabla 12. *El popo*

Ingredientes	Luminosa	Socorro
Cacao	X	X
Cocolmeca	X	X
Masa	X	X
Azúcar	X	X

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de las entrevistas.

Método de preparación:

1. Tostar el cacao, dejar doradito, no debe quedar quemado ni muy precocido, es solo una pasada en el comal.
2. Desinfectar con cloro y jabón todo el material a utilizar para el proceso de elaboración del popo. Lavar bien las manos y sujetarse el cabello.
3. Empezar a limpiar la cáscara y moler con un molino de mano.
4. Tostar de tres a cuatro pedazos de cocolmeca y moler.
5. Una vez molido zarandear el cacao y la cocolmeca. Una vez bien revuelto volver a pasar por el molinito.
6. Batir a mano la masa resultante del punto anterior. En un recipiente agregar agua y azúcar para posteriormente volver a batir a mano la nueva mezcla.
7. Colar finamente la mezcla para que no haya grumos y obtener el agua de chocolate que se depositará en un recipiente.
8. Batir con el molinillo el agua de chocolate hasta que empiece a subir la espuma característica de la bebida y quede listo el popo.

Otra característica del popo es la forma que es servida, la cual consiste en pasar la jícara sobre la espuma, sin agarrar la base líquida de chocolate, esto debido a que la bebida es propiamente la espuma y no el chocolate. Hay personas que piden se les sirva un poco de chocolate, sin embargo, esto no es recomendable, pues es el chocolate el que produce la espuma característica. Por esta razón, este preparado tiene que ser agitado constantemente con el molinillo para garantizar la producción de espuma.

En resumen, es una bebida delicada desde sus ingredientes, la forma de preparación y por la manera en que es servida. Su frescura y sabor dan el punto exacto de una perfecta bebida característica de la localidad de Arroyo Camalote que, si bien no es propia, tiene una raíz familiar, pues la propia fundadora del pueblo fue considerada experta en su preparación. La posible

pérdida de la elaboración del popo es motivo de preocupación, ya que como se mencionó, solo dos personas conservan el conocimiento para su preparación. Esta bebida no solo es parte integral de la cultura alimentaria de Arroyo Camalote, sino que también representa un vínculo con la identidad y la historia de la comunidad. La singularidad y unicidad de su preparación hacen que la elaboración del popo sea un arte que no todas las personas pueden dominar. Con el fallecimiento de la señora Juana, acaecido el 12 de julio del 2012, la pérdida de los saberes tradicionales ha sido mayor en la comunidad. Por lo tanto, su potencial desaparición significaría una pérdida tangible de una parte importante de la herencia cultural de la localidad. Es por ello que, dado su valor cultural y la demanda que genera, el popo está considerado para formar parte del menú de la propuesta de negocio. Esto no solo garantizaría su preservación, sino que también permitiría que esta bebida continúe siendo apreciada y disfrutada por las generaciones presentes y futuras en Arroyo Camalote.

Este apartado representa un aporte significativo sobre los saberes tradicionales de Arroyo Camalote, obtenidos del trabajo de campo y en el que se destaca su riqueza cultural alimentaria. A pesar de que los fundadores de la localidad provienen de Ojitlán, cada plato ha adquirido su propia identidad en este contexto, moldeado por la influencia de las mujeres ojitecas que aportan su esencia a cada preparación sin perder de vista sus raíces. La diversidad de ingredientes y técnicas culinarias empleadas en la preparación de estos platillos no disminuye su valor, sino que resalta su autenticidad y singularidad cultural. Por lo tanto, la transmisión de estos conocimientos a las generaciones futuras sobre la preparación, implementación e historia de estos platillos es crucial para preservar la identidad culinaria y la importancia de Arroyo Camalote.

Capítulo 3. Estudio de mercado para la propuesta de negocio

En el presente estudio, se proporcionará un panorama detallado del tipo de servicio que ofrecería y su estado actual a nivel local. Para lograr esto, se llevó a cabo un análisis de la competencia mediante una investigación en línea. Además, se realizó una investigación de mercado dirigida a nuestro segmento objetivo para obtener una comprensión más profunda de sus preferencias y así mejorar el servicio que ofrecemos. Asimismo, se realizará un análisis de la demanda para evaluar los posibles ingresos generados.

El objetivo del estudio es realizar una investigación de mercados para la *“Cabaña Artesanal Maa-yé”*. Este se realizará en la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca; que permita conocer el nivel de demanda y aceptación del concepto de un restaurante a base de la cultura alimentaria providente de la localidad de Arroyo Camalote.

Objetivos específicos:

1. Evaluar la percepción del público objetivo hacia la comida artesanal y su disposición a frecuentar un restaurante de este tipo en la localidad de Arroyo Camalote.
2. Determinar la demanda potencial del mercado local para un restaurante artesanal, incluyendo la frecuencia de visitas esperadas y el gasto promedio por visita.
3. Identificar los canales de comunicación más efectivos para llegar al público objetivo y promover el restaurante artesanal en Arroyo Camalote.

3.1. Propuesta de negocio y marketing cultural

En principio, se hará una diferenciación entre modelo de negocio, plan de negocios y propuesta de negocio, porque cada concepto abarca diferentes dimensiones únicas.

Aporta Clavijo (2022) que un modelo de negocios es un instrumento que permite tener claridad en el modo por el cual se ofrece una solución a una necesidad del mercado. Estos modelos tienen que ser claros y definir las estrategias que deben emplearse en la búsqueda de los objetivos de un negocio. A través de un modelo de negocios se debe distinguir cuál es el valor de un producto, qué se necesita para insertarlo en el mercado y a qué tipo de clientes se venderá.

Para Quijano (2018) el concepto de modelo de negocio ha cambiado sustancialmente en los últimos años, ya no se puede definir como la manera que una empresa genera dinero, ni cómo una persona consigue clientes. Hoy este concepto va mucho más allá y se adentra en las

necesidades puras de los usuarios y los clientes. Alex Osterwalder en su libro “Generación de modelos de negocio” afirma que la innovación en modelos de negocio consiste en crear valor para las empresas, los clientes y la sociedad, es decir, en sustituir los modelos obsoletos.

Pazmiño (2020) aporta que el plan de negocios consiste en el paso a paso mediante el cual se ejecutará un modelo de negocio. Para esto, antes de elaborar tu plan, será necesario validarlo bajo el modelo que operará tu empresa. Esta es la forma para verificar si es deseable, factible y viable. Pursell (2022) nos dice que un plan de negocios es una estrategia documentada sobre los objetivos y planes de una empresa. Describe el plan de comercialización, proyecciones financieras, investigación de mercado, propósito comercial y la declaración de misión.

Una propuesta de negocio Send Pulse (2023) dice que es un documento complejo que toda empresa debe crear. Declara la misión y propósito para aclarar lo que una empresa se esfuerza por conseguir, describiendo los pasos necesarios para alcanzar objetivos específicos ofreciendo una comprensión completa de las ventajas, características y resultados de un producto.

Redacción SSdN (2022) menciona que una propuesta de negocio o propuesta de proyecto es un documento en el que detallamos toda la información sobre nuestro plan. Se cita el presupuesto estimado, un cronograma (en caso de poder realizarlo), los objetivos de crecimiento y ventas, etc. Para DocuSign (2023) una propuesta de negocios es un documento dirigido a atraer clientes potenciales hacia los productos o servicios ofrecidos por una empresa. Este documento, que puede ser digital o en papel, detalla las características, ventajas y beneficios del producto o servicio, teniendo en consideración las necesidades y deseos del cliente potencial.

La elección de utilizar el término “propuesta de negocio” en lugar de modelo de negocios o plan de negocios se basa en la naturaleza específica del proyecto de investigación, que se enfoca en la integración de la cultura alimentaria de Arroyo Camalote en un enfoque empresarial. A diferencia de un modelo de negocios o un plan de negocios, que a menudo se centran en aspectos técnicos y estructurales, una “propuesta de negocio” permite destacar la flexibilidad y la visión estratégica necesarias para implementar prácticas culinarias tradicionales en un entorno contemporáneo. Esta elección refleja la importancia de la innovación y la adaptación para promover y preservar la cultura alimentaria local, al tiempo que se ajusta a las cambiantes demandas del mercado y se conecta de manera significativa con la comunidad de Arroyo Camalote.

Gómez (2007) nos dice que el marketing cultural utiliza herramientas del mercadeo tradicional para generar el intercambio de productos y servicios, con la diferencia de que no siempre implica una transacción económica, sino que en muchos casos puede hacer tangible de diferentes maneras. Por ejemplo, podemos utilizar el marketing para que un determinado público asista a una presentación gratuita de un artista que previamente ha sido pagado por un tercero; pero ese público, está dando su tiempo además de su atención a la obra, a su intérprete y creador. Esto también constituye un intercambio.

El Marketing Cultural por Marketing de Pymes (S/F) es el proceso de gestión y conjunto de acciones que llevan a cabo las organizaciones culturales con el fin de intercambiar con la sociedad el valor del arte y de la cultura. Es posible que contemos con un gran producto cultural, sin embargo, si nadie lo conoce o no somos capaces de ponerlo en valor, esto equivale a no tener nada.

Una propuesta de negocio y el marketing cultural están intrínsecamente conectados en la promoción de la cultura alimentaria local de Arroyo Camalote. La propuesta de negocio es el plan estratégico que define cómo se integrarán los elementos culturales en la oferta comercial. Esto va más allá de simplemente vender productos; implica incorporar autenticidad y tradición en la experiencia del cliente. Aquí es donde entra en juego el marketing cultural. Este enfoque se encarga de comunicar de manera efectiva esos aspectos culturales a través de estrategias de promoción y publicidad. Al destacar la herencia culinaria única de Arroyo Camalote en la estrategia de marketing, se crea una conexión emocional con los consumidores, fomentando un sentido de pertenencia y autenticidad en la oferta del negocio. En resumen, la propuesta de negocio establece la base, mientras que el marketing cultural amplifica y difunde la riqueza de la cultura alimentaria, contribuyendo al éxito y a la preservación de las tradiciones locales.

3.2. Antecedentes y desarrollo de la industria restaurantera

El INEGI (2021) informa que las unidades económicas de la industria restaurantera representan el 12.2% de todos los negocios del país y generaron poco más de dos millones de empleos. La industria restaurantera está conformada principalmente por microempresas (aquellas que dan empleo hasta a 10 personas), ya que 96 de cada 100 corresponden a este tamaño, ofrecen empleos a 70 de cada 100 personas ocupadas, y en términos de producción generan \$55.9 de cada \$100.00 pesos.

La industria restaurantera se ubica entre las 23 actividades más importantes de la economía por el monto de valor agregado que aportan, de un total de 77 subsectores de actividad.

Para llevar a cabo su actividad, la industria restaurantera demanda insumos, lo cual tiene un impacto en la producción y el empleo de las actividades a las que les compra o demanda dichos insumos. Así, esta industria le compra insumos a 278 clases de actividad, que representan el 33.8% de 822 actividades económicas que integran a toda la economía, generando en ellas empleo y producción.

De acuerdo con Cursos Gastronomía (2023) los restaurantes tienen cuatro clasificaciones: por categoría, por concepto, por tipo de cocina y por estrellas Michelin. “*Cabaña Artesanal Maa-yé*” será parte de la clasificación de restaurantes por concepto, específicamente en los restaurantes temáticos, los cuales se clasifican de acuerdo al tipo de comida que ofrecen, aquí es donde encontramos los que ofrecen alimentos de acuerdo a su origen (cocina italiana, francesa, argentina, etc.); debido a que “*Cabaña Artesanal Maa-yé*” ofrecerá sabores que representan lo típico y propio de determinada cultura.

La tasa de rentabilidad es un importante indicador que permite conocer la fortaleza de las empresas. La industria restaurantera tiene una tasa de rentabilidad de 41.7%, que es superior a las correspondientes de los servicios que tienen 39.4% y de la economía representa el 30.9%.

El restaurante denominado “*Cabaña Artesanal Maa-yé*” brindará un servicio de comida tradicional, resaltando la cultura alimentaria de la comunidad Arroyo Camalote, perteneciente al municipio de San Lucas Ojitlán, con el propósito de que lleven al comensal a interesarse en el significado de cada platillo del menú, así mismo el establecimiento servirá para difundir las diferentes expresiones de la cultura (diseños, signos, música, artesanías entre otras). Algunas de estas expresiones serán exhibidas como souvenir, además coadyuva a generar una economía circular⁷, puesto que los proveedores y los colaboradores serán de la comunidad. Dada las características del proyecto “*Cabaña Artesanal Maa-yé*”, se ve como una oportunidad

⁷ La economía circular la define la Revista del Consumidor (2021) como el modelo de producción y gestión de recursos, bienes y servicios busca el consumo a corto plazo, lo cual está llevando al planeta a una situación insostenible. Los consumidores marcan el ritmo de producción y las condiciones en las que están dispuestos a consumir.

conveniente para la implementación del turismo alternativo en la comunidad de San Lucas Ojitlán y no sólo de Arroyo Camalote.

3.3. Análisis de la competencia

La *“Cabaña Artesanal Maa-yé”* pretende ser un servicio de restaurante que ofrece platillos típicos relacionados con la cultura alimentaria de la zona Chinanteca baja de San Lucas Ojitlán, es un nuevo concepto, debido a que se brinda una experiencia cultural alimentaria al comensal. Además, es importante considerar que no existe un servicio de restaurante en la localidad que ofrezca la cultura alimentaria de la zona Chinanteca de San Lucas Ojitlán, lo que representa un área de oportunidad.

Al iniciar operaciones, la *“Cabaña Artesanal Maa-yé”*, no tendrá competencia directa y su competencia indirecta a nivel local, serían siete restaurantes: Saboreando Oaxaca, El sabor de Naxchjá, Restaurante Real, Pescadito, El restaurante Salsa, Restaurante el Sabor de la Chinantla y La quinta la victoria (tabla 13).

Tabla 13. *Análisis de la competencia indirecta a nivel local*

Nombres	Tipo	Producto	Precios	Características	Ubicación
Saboreando Oaxaca	Buffet	Mole rojo, mole negro, tlayuda, chorizo oaxaqueño.	\$130.00 a \$175.00	Platillos típicos de Oaxaca, opera de lunes a viernes.	Calle Miguel Hidalgo 350, San Bartolo, 68446.
El sabor de Naxchjá	A la carta	Pilte de pescado, pescado frito, hierba mora a la mexicana, caldo de piedra.	\$100.00 a \$185.00	Opera de lunes a viernes. Diversidad de platillos.	Carretera federal Tuxtepec, Agua Fría km 6, Col. Silverio.
Restaurante Real	A la carta	Mojarra a la mexicana, caldo de robalo, mojarra a la diablo, consomé de camarón.	\$70.00 a \$220.00	Variedad de platillos, opera de miércoles a domingo.	Carretera Tuxtepec-Ojitlán, Camino Azufre-Tacoteno, Tux. Oax.
Pescadito	A la carta	Mojarra frita, mojarra en pilte, mojarra empapelada, cóctel de camarón.	\$100.00 a \$180.00	Vista al río, servicio de lunes a sábado.	Carretera Tuxtepec-Ojitlán. Pasando el puente.
Salsa Restaurante	A la carta	Tlayuda, costilla de cerdo asada, mojarra al mojo de ajo, tampiqueña.	\$160.00 a \$300.00	Opera toda la semana, cuenta con una infraestructura agradable.	San Bartolo, calle Emiliano Zapata.
El sabor de la Chinantla	A la carta	Mojarra frita, caldo de robalo, mole de la Chinantla, cóctel de camarón.	\$85.00 a \$140.00	Opera de lunes a sábado, cuenta con una vista agradable.	Av. Libertad 1619, el reposo, la Piragua, 68310, Tux. Oax.
Quinta la Victoria	Buffet y a la carta	Enmoladas, mole negro, cóctel de camarón, tampiqueña.	\$110.00 a \$450.00	Ofrece una amplia variedad de platillos, ofrece buffet para el desayuno.	Puente el Azufre, Martha Luz, 68300, Tux. Oax.

Fuente: Elaboración propia, con datos obtenidos de sus sitios web.

3.4. Investigación de mercados

La página Web Planeta (2008 en Mendoza y Véliz, 2018) y la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa U.S. Small Business Administration [SBA] (2008 en Mendoza y Véliz, 2018)

considera que una investigación de mercado sirve y trae beneficios dentro de los que se encuentran:

1. Tener clara la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender.
2. Indicar qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes.
3. Proporcionar información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado.
4. Exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Según Kotler y Armstrong (2013), son cuatro elementos fundamentales los que se deben considerar para la investigación de mercados: la oferta, la demanda, el precio y la comercialización del producto.

Análisis de la oferta: mide las condiciones y cantidades en que los oferentes ponen a disposición del mercado un bien o servicio, y conocer qué factores influyen en la determinación de la oferta.

Análisis de la demanda: busca conocer la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para lograr satisfacer una necesidad específica a un precio determinado, conocer cuáles son las preferencias y exigencias del consumidor y determinar las posibilidades del producto proyectado en la satisfacción de dicha demanda.

Análisis de precios. Determina la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

Análisis de la comercialización del producto. Permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con las ventajas de tiempo y lugar, seleccionando el canal más adecuado para su distribución (Jacinto, 2015).

3.4.1. Descripción de las características del público objetivo

Datos demográficos. Los consumidores serán visitantes de zonas aledañas pertenecientes a los municipios de San Lucas Ojitlán, San Felipe Jalapa de Díaz, San Juan Bautista Tuxtepec, San José Chiltepec, Santa María Jacatepec, San Juan Bautista Valle Nacional, Loma Bonita entre otras comunidades vecinas. Se caracterizan por estar interesados en la cultura, aprender nuevos

aspectos relacionados con la misma cultura, pero que hagan énfasis en la comida tradicional. El rango de edad en el que se encuentra nuestro mercado objetivo oscila entre los 25 a los 54 años y estos cuentan con un poder adquisitivo o nivel socioeconómico de medio a alto y poseen estudios superiores.

Datos psicoográficos. Con personalidad abierta a conocer nuevas culturas y sabores, teniendo una actitud autodidacta, aventurera y con apertura a descubrir nuevas culturas a través de la comida. Teniendo valores como respeto, tolerancia, amor a la cultura y altruismo, así como tener interés por conocer y disfrutar de los platillos típicos, los ingredientes utilizados para su preparación, a través de su cocina y sus costumbres.

3.4.2. Descripción técnica

Comunicare (2024) menciona que una población infinita es imposible de medir. Es infinita. Suele tener más de 100.000 individuos y suele haber un mayor margen de confianza y error de muestreo al tener que extrapolar los resultados del estudio obtenido a la muestra de la población total.

La QuestionPro (S/F) dice que la población a estudiar es infinita, debido a que no se conoce el número de personas que les gusta comer en restaurantes de comida tradicional y que estén interesados en la cultura de la zona baja de San Lucas Ojitlán, tampoco sabemos a quienes les gusta aprender nuevos aspectos relacionados con la cultura, sabores y sientan curiosidad por la cultura alimentaria. Es también un muestreo para una población heterogénea o de variación máxima. Este se basa en el criterio del investigador para seleccionar participantes con diversas características. La razón por la que se hace esto es para garantizar la presencia máxima de variabilidad dentro de los datos primarios.

3.4.3. Cálculo del tamaño de la muestra

Datos para el cálculo del tamaño de la muestra de una población infinita:

n= Es el tamaño de la muestra

Z= Es el nivel de confianza: 90%

P=Es la variabilidad positiva: 50%

Q= Es la variabilidad negativa: 50%

E= Margen de error: 8%

Para tener el valor verdadero del parámetro en la población, la muestra se ha fijado a un nivel de confianza del 90% dado que cuanto más confianza se desee, será más elevado el número de sujetos necesarios. Así mismo, se decidió asignar un valor del 50% a la proporción de la población que está dispuesta aceptar el servicio, debido a que no se tiene información disponible, y, por tanto, se le otorga el mismo valor del 50% a los que no están dispuestos a demandar nuestro servicio.

A continuación, se muestra la fórmula para el cálculo de la muestra y su aplicación. Se obtuvo un encuestar 106 sujetos.

$$n = \frac{Z^2PQ}{E^2}$$
$$n = \frac{(1.65)^2(0.5)(0.5)}{(0.08)^2} = 106.35 = 106$$

3.4.4. Tipo de muestreo e instrumento

Al realizar la investigación, casi nunca es posible estudiar a toda la población que te interesa. Esta es la razón por la que los investigadores utilizan diversos tipos de muestreo cuando pretenden recopilar datos y responder las preguntas de investigación. En la investigación existen dos técnicas principales de muestreo: las probabilísticas y no probabilísticas.

El muestreo probabilístico es una técnica en la cual las muestras son recogidas mediante un proceso que les brinda a todos los individuos de la población la misma oportunidad de ser seleccionados. Por lo tanto, es el tipo de muestreo que ejecutaremos en nuestro trabajo de campo.

El tipo de muestreo para este trabajo será estratificado, dado que es una técnica de muestreo en la que el investigador divide a toda la población objetivo en diferentes subgrupos o estratos, y luego selecciona aleatoriamente a los sujetos finales de los diferentes estratos de forma proporcional. Tomando como estratos las edades de nuestros posibles clientes.

El 63% de la población del Municipio de San Juan Bautista Tuxtepec son de una zona urbana, esto lo tomamos como referencia, ya que nuestros posibles consumidores tienen que estar en una zona urbana y dentro de las edades de 25-54. A continuación se muestra en la tabla 14 con la cantidad de personas que se deben de encuestar por estrato social.

Tabla 14. *Muestreo aleatorio por estrato social*

Estratos	Población total	Población urbana	Porción	(n) (%)
25-29	11,244	7,083.72	7%	18
30-34	11,524	7,260.12	7%	19
35-39	11,314	7,127.82	7%	18
40-44	11,005	6,933.15	7%	18
45-49	10,401	6,552.63	7%	17
50-54	9,707	6,115.41	6%	16
Total	53,881	41,072.85	41%	106
Total, de encuestas			106	

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de Data México.

3.5. Reporte de resultados

Metodología

Participantes

Para este estudio participaron 106 personas de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca. La media de edad al momento de responder es de 40.28 años (d.s.±9.29). Entre los grupos de escolaridad la mayoría de los encuestados tiene nivel superior (n=90), continuando con nivel básico (n=9), del nivel medio superior (n=6) y solo 1 mencionó tener un grado académico de posgrado (tabla 15).

Tabla 15. *Datos sociodemográficos de los encuestados*

	Mujeres	Hombres	Total, general
Sexo	57	49	106
%	54%	46%	100%
Media de edad	40.13	40.30	40.28
d.s. de edad	9.35	9.34	9.29
Escolaridad			
Secundaria	8%	1%	9%
Bachillerato	3%	3%	6%
Nivel superior	42%	42%	84%
Posgrado	1%		1%

Fuente: elaboración propia.

Materiales

Para el estudio se elaboró una encuesta de opinión, la cual consta de 17 reactivos, se dividió en tres secciones, la primera evalúa la frecuencia de visita, demanda de platillos y bebidas, consta de 6 reactivos, la segunda con 8 reactivos que evalúa la disposición a pagar por los platillos a ofrecer y la tercera con 3 reactivos evalúa la importancia del tipo de ambientación que le gustaría en el restaurante.

El formato de respuesta fueron 3 escalas tipo *Likert*, la primera de frecuencia, con dos tipos diferentes de dicha escala (diariamente, una vez a la semana, cada mes y cada dos meses), la segunda de acuerdo (totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo) y la tercera de importancia (muy importante, importante, algo importante, poco importante y no es importante).

Según Jotform (2023) nos dice que las escalas de *Likert* tienen típicamente opciones en números impares para permitir una respuesta neutral en medio de opciones pares que van de un extremo a otro. A veces, la opinión neutral no es de beneficio para la encuesta. En estas situaciones la Escala de *Likert* omite la opción neutral para “forzar” la opinión del encuestado.

Diseño del estudio

El presente estudio es una investigación no experimental con un diseño transeccional descriptivo, debido a que se desea conocer el nivel de demanda y aceptación con base al mercado de restaurantes bajo un concepto cultural en la localidad de Arroyo Camalote, analizando las variables y describiendo frecuencia de visita, demanda de platillos, importancia del tipo de ambientación.

Del mismo modo, se requiere saber el tipo de cliente al que puede ir dirigido el servicio, de ahí que se realizaron análisis inferenciales para determinar diferencias entre diversas variables moderadoras (sexo, edad y nivel académico).

Procedimiento

La administración se realizó durante el período de julio (2023), dicho instrumento fue de dos formas: por medio de lápiz y papel y vía digital por la plataforma Google Forms. Se realizó previamente una prueba piloto. Una vez obtenido los resultados de la prueba piloto se realizaron las correcciones necesarias, dando pase a aplicar el instrumento. Antes de la aplicación se explicó el objetivo de la presente investigación. La información se extrajo y se mandó a una base de datos de Excel Office 2021 para hacer los análisis correspondientes.

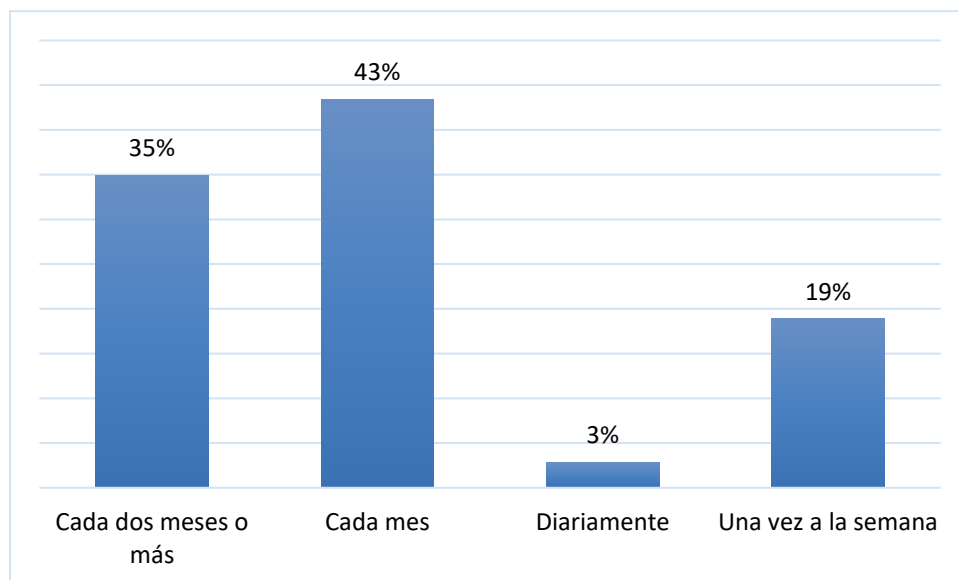
Resultados

Los resultados se distribuyen en tres apartados. En el primero se encuentra la frecuencia de visita y la demanda de los platillos y bebidas en porcentajes. En el segundo, la disposición a pagar por los posibles clientes por los platillos a ofrecer. En el tercer apartado se muestran los resultados de la importancia del tipo de ambientación que les gustaría.

Resultados de la frecuencia de visita y demanda

La gráfica 1 muestra los resultados de la frecuencia de visita a la “Cabaña Artesanal Maa-yé”, parece que la mayoría de los encuestados están dispuestos a visitar el restaurante al menos una vez al mes, lo que sugiere un nivel saludable de interés en el negocio. Además, una parte significativa de los encuestados también está dispuesta a visitar el restaurante más frecuentemente, ya sea una vez a la semana o cada dos meses. Sin embargo, es importante considerar que solo un pequeño porcentaje planea visitar el restaurante a diario, lo que puede tener implicaciones para la estrategia de marketing y la planificación operativa del negocio.

Gráfica 1. Frecuencia de visita a la “Cabaña Artesanal Maa-yé”

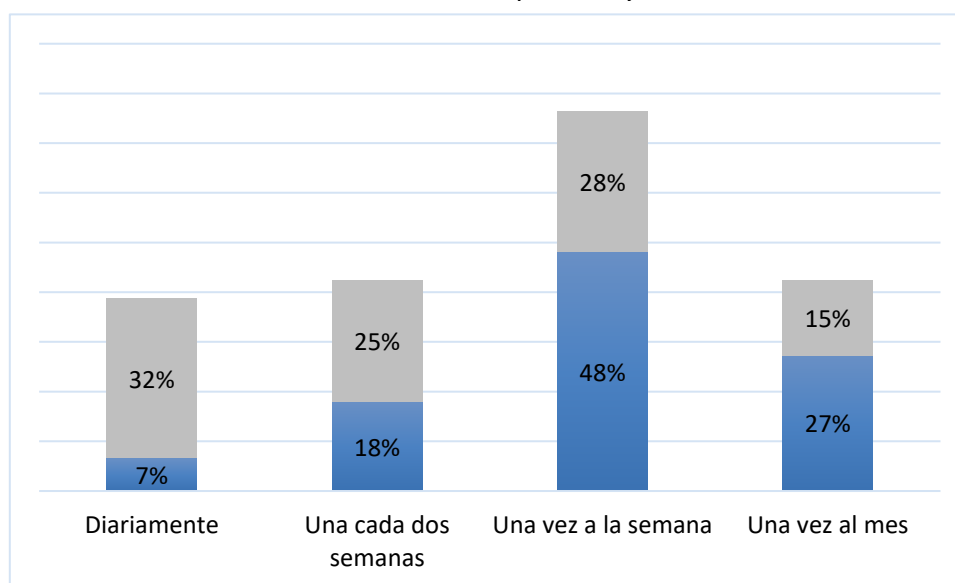


Fuente: elaboración propia.

Se presenta la gráfica 2 combinada de dos preguntas las cuales miden la frecuencia de demanda de cada platillo y bebida que “Cabaña Artesanal Maa-yé” ofrecerá en su menú. En resumen, los resultados muestran que los platillos (color azul) tienen una demanda más constante y frecuente en comparación con las bebidas (color gris), que tienden a ser demandadas con

menos frecuencia, pero con picos de demanda diaria. Estos datos pueden ayudar a informar las decisiones sobre el menú y la oferta de bebidas en el restaurante.

Gráfica 2. Consumo de platillos y bebidas



Fuente: elaboración propia.

A continuación, mostramos la tabla 16 donde se presentan los platillos a ofrecer en el menú y su correspondiente porcentaje obtenido cada uno con respecto a la demanda que tendría, cabe señalar que fue la misma escala presentada en el gráfico anterior, sin embargo, se tomó solo el más alto del 100% que representan a las personas encuestadas. Lo cual es relevante para la compra de las materias primas.

Tabla 16. Platillos solicitados

	Platillos	Una vez a la semana	Una cada dos semanas
1	Caldo de paisano		44%
2	Pilte de cerdo		40%
3	Casamiento estilo Maa-yé	46%	
4	Mole estilo Maa-yé	42%	
5	Barbacoa en pilte	46%	
6	Pilte de mojarra	34%	
7	Tepejilote a la mexicana	39%	
8	Tepejilote estilo Maa-yé	42%	

Fuente: elaboración propia.

La tabla 17 muestra la frecuencia en porcentaje que tendría cada bebida a ofrecer en el menú. Se entiende que las aguas de temporada serán aquellas naturales con más demanda, por las altas temperaturas que presentamos en la estación de la primavera en la región. Los

porcentajes fueron tomados de la escala más alta, pero son parte del 100% que están distribuidos en las demás escalas como se mostró anteriormente en el gráfico 02.

Tabla 17. *Bebidas solicitadas*

	Bebidas	Diariamente
1	Atole de masa	28%
2	Popo	32%
3	Café de olla	51%
4	Agua de temporada	58%

Fuente: elaboración propia.

Resultados de disposición a pagar por platillos

La siguiente información es relevante para saber lo que nuestros posibles clientes estarán dispuestos a pagar por cada uno de los platillos que estarán en el menú. Es natural que nuestros comensales busquen obtener el mejor valor por su dinero al elegir un platillo en nuestro restaurante. Sin embargo, es importante destacar que el precio de un platillo no solo refleja su costo de producción, sino también su calidad, los ingredientes utilizados, el esfuerzo dedicado a su preparación y en este caso en particular, su valor histórico y cultural. Además, cada platillo será preparado por nuestras señoras artesanas, quienes se esfuerzan por garantizar una experiencia culinaria excepcional en cada visita. Esto puede ser útil para la gestión de precios y la estrategia de menú del restaurante para satisfacer las preferencias de los clientes y maximizar los ingresos (tabla 18).

Tabla 18. *Platillos por precio*

Tepejilote a la mexicana		
De \$56.00 a \$60.00	De \$61.00 a \$65.00	De \$66.00 a \$75.00
80%	16%	4%
Pilte de cerdo		
De \$90.00 a \$100.00	De \$101.00 a \$110.00	De \$111.00 a \$120.00
92%	8%	1%
Tepejilote estilo Maa-yé		
De \$56.00 a \$60.00	De \$61.00 a \$70.00	
86%	14%	
Pilte de mojarra		
De \$170.00 a \$180.00	De \$181.00 a \$190.00	De \$191.00 a \$200.00
73%	25%	3%
Caldo de paisano		
De \$180.00 a \$190.00	De \$191.00 a \$200.00	
88%	12%	
Barbacoa en pilte		
De \$90.00 a \$100.00	De \$101.00 a \$110.00	De \$111.00 a \$120.00
72%	22%	7%
Mole estilo Maa-yé		
De \$50.00 a \$70.00	De \$75.00 a \$95.00	De \$100.00 a \$120.00
74%	25%	1%
Casamiento estilo Maa-yé		
De \$50.00 a \$55.00	De \$56.00 a \$65.00	De \$66.00 a \$70.00
74%	23%	4%

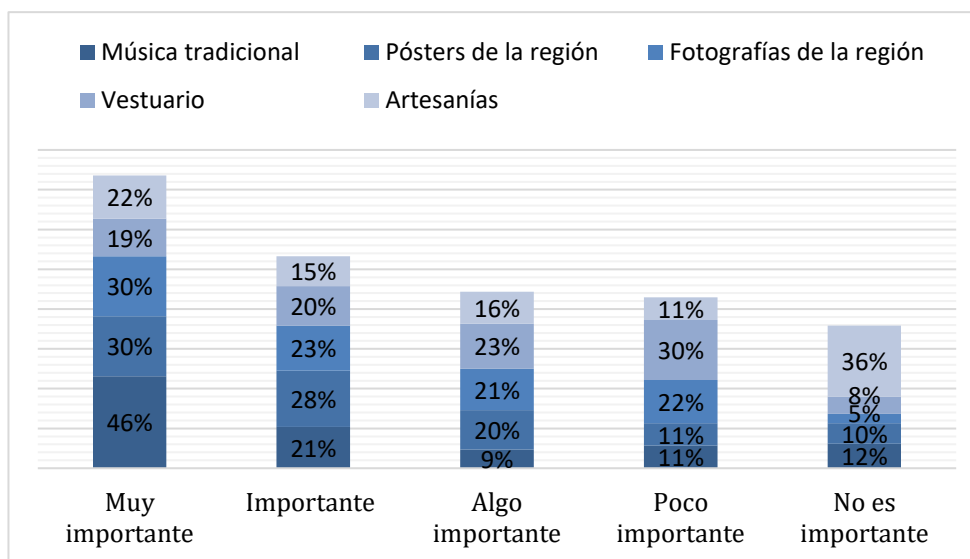
Fuente: elaboración propia.

Resultados de importancia de ambientación

En la siguiente gráfica 3 los datos reflejan las diferentes percepciones de importancia de varios aspectos de la cultura local, se consideraron tan solo cinco como parte de la decoración y ambientación cultural que se pretende que el cliente viva. La música tradicional y las representaciones visuales parecen ser los elementos más valorados. Estos elementos no solo sirven para decorar el espacio, sino que también agregan valor a la experiencia del cliente. Los comensales pueden apreciar la atención al detalle y la autenticidad que ofrecen estos elementos, lo que puede influir positivamente en su percepción del restaurante y en su disposición a pagar un precio justo por la experiencia que reciben. La inclusión de artesanías, vestuario, fotografías,

pósteres regionales y música tradicional en el restaurante no solo ayuda a crear un ambiente único y auténtico, sino que también respalda el concepto temático del establecimiento. Estos hallazgos pueden ser útiles para informar las estrategias de promoción cultural y el desarrollo de programas destinados a preservar y promover la identidad cultural de la región.

Gráfica 3. *Importancia de ambientación*



Fuente: elaboración propia.

Discusión

El objetivo de la presente investigación de mercados para la propuesta de negocio denominado “Cabaña Artesanal Maa-yé”, fue conocer el nivel de demanda y aceptación del concepto de un restaurante a base de la cultura alimentaria para la localidad de Arroyo Camalote.

La investigación de mercados permitió identificar oportunidades prometedoras en el mercado actual. Se descubrió un segmento de clientes poco atendidos o necesidades no satisfechas, lo que nos brinda la posibilidad de desarrollar productos o servicios que cubran esas demandas y generen un crecimiento significativo, además se confirma que las personas están dispuestas a desplazarse fuera de la ciudad para probar el servicio de restaurante, pero también se descubrió que no lo harían con la frecuencia que se esperaba, así mismo podemos concluir que nuestro concepto de restaurante es aceptado.

Se identificó un segmento de mercado específico que muestra un mayor interés y disposición a probar la comida basada en la cultura alimentaria. Esto nos permite enfocar nuestros esfuerzos de marketing y desarrollar estrategias dirigidas para atraer a este público objetivo. La EAE Business School (S/F) nos dice que la calidad percibida de un producto o servicio

está determinada por atributos intrínsecos del producto (sabor, color, duración, componentes) y de los atributos extrínsecos (packaging, imagen publicitaria, marca), además del precio. Del mismo modo, se pudo constatar que no hubo diferencias significativas entre la edad, el nivel académico y el sexo, por lo tanto, se puede decir que el servicio será aceptado por cualquier persona, independientemente de dichas variables moderadoras.

Aunque existe una competencia considerable en el mercado de restaurantes de comida típica, hemos identificado oportunidades para diferenciarnos. Mediante la oferta de sabores únicos, platos tradicionales poco comunes en la zona, un enfoque en la autenticidad y la experiencia cultural, podemos destacar y atraer a clientes que buscan algo más allá de la comida sencilla por medio de nuestro concepto de temática.

La investigación de mercado permitió validar la propuesta de negocio y confirmar su viabilidad en el mercado actual. Se obtuvo información crucial sobre la demanda existente, la disposición a pagar de los clientes y las barreras de entrada que podríamos enfrentar. Esto nos proporciona una base sólida para tomar decisiones estratégicas informadas y optimizar nuestro enfoque empresarial, sin perder lo primordial que es la prevalencia de la cultura alimentaria de Arroyo Camalote.

Estrategias

- Destacar y enfocar en la preparación: destaca la autenticidad y la meticulosidad de cada platillo, resaltando los ingredientes locales y técnicas tradicionales.
- Crear una experiencia sensorial: crea una experiencia multisensorial al presentar los platillos, priorizando su aspecto visual, aroma y sabor. Invita a los comensales a explorar y disfrutar de cada detalle, lo que añade un valor único a la comida, similar a la apreciación táctil y visual de una prenda textil hecha a mano.
- Fomentar la integración cultural: incorpora elementos culturales y narrativas locales en la presentación de los platillos. Utiliza nombres inspirados en la región, decoración temática y la inclusión de ingredientes autóctonos para enriquecer la autenticidad y el valor percibido de cada plato.
- Crear colaboraciones con los locales: establecer asociaciones con artesanos para exhibir y vender sus productos en el restaurante. Realizar alianzas estratégicas con los productores locales para obtener las materias primas, así mismo hay una facilidad para acceder a los

recursos humanos, para contar con cocineras que estén especializadas en la cultura alimentaria.

En cuanto a los medios de difusión:

- Usar las redes sociales: utiliza plataformas como Instagram, Facebook y YouTube para compartir contenido visualmente atractivo de los platillos, historias detrás de la comida y eventos especiales en el restaurante.
- Crear un Marketing de contenidos: elaboración de un blog en el sitio web del restaurante donde se pueda compartir recetas, entrevistas con las cocineras, artículos sobre la cultura local y consejos de alimentación saludable. Esto para posicionar el restaurante, atraer a un público interesado en la comida y la cultura.
- Implementar eventos y degustaciones: organizar eventos especiales, como noches temáticas, degustaciones de platillos nuevos o cenas maridaje, para atraer a nuevos clientes y fomentar la lealtad de los existentes. Estos eventos serán promocionados a través de redes sociales y publicidad local.

Capítulo 4. Propuesta de negocio *Cabaña Artesanal Maa-yé*

En este último capítulo, se presenta una propuesta de negocio enfocada en la creación y operación de la "*Cabaña Artesanal Maa-yé*". La propuesta se basa en un análisis de la historia culinaria, las tradiciones y las preferencias alimentarias de la comunidad, con el objetivo de ofrecer una experiencia auténtica y significativa para los residentes locales y los visitantes. A través de la integración de técnicas artesanales, ingredientes regionales y recetas tradicionales, la "*Cabaña Artesanal Maa-yé*" aspira a convertirse en un espacio de encuentro, aprendizaje y disfrute, donde la cultura alimentaria de Arroyo Camalote se celebra y se comparte de generación en generación.

4.1. Historia de la empresa

La "Cabaña Artesanal Maa-yé" fue construida por el profesor Víctor Terán Orozco, originario de Arroyo Camalote. Desde pequeño, Terán Orozco soñó con crear un espacio que refleje las tradiciones y el espíritu de su comunidad natal. El proyecto de creación de la cabaña inicialmente se creó con un fin de ser un espacio familiar de descanso y de arraigo con sus raíces. Con el tiempo este espacio ha ido modificando su uso y se ha pensado que sus instalaciones cuentan con algunas características y el potencial suficiente para el desarrollo de actividades comerciales, en especial relacionadas a la cultura alimentaria.

La cabaña integra elementos arquitectónicos y decorativos tradicionales, como techos de palma e iconografía local. Además, pretende ofrecer a los visitantes una experiencia auténtica y educativa, destacando la importancia de las costumbres y el patrimonio cultural de Arroyo Camalote. En su desarrollo, se ha priorizado la utilización de materiales y recursos locales, contribuyendo al sostenimiento de la economía regional y a la valorización de los productos autóctonos. Así, la "Cabaña Artesanal Maa-yé" se erige no sólo como un refugio personal, sino como un símbolo del compromiso con la identidad cultural y el desarrollo sostenible de la comunidad. La "Cabaña Artesanal Maa-yé" fue construida hace 5 años aproximadamente y estuvo a cargo de dicha obra el señor Basilio Orozco Valentín, siendo el diseñador de dicho lugar el profesor Víctor Terán Orozco.

4.2. Estado actual de la empresa

Dentro de este apartado se muestra un panorama de los aspectos físicos con los que se cuentan para dicha propuesta, así como un conocimiento de la ubicación donde se pretende operar la

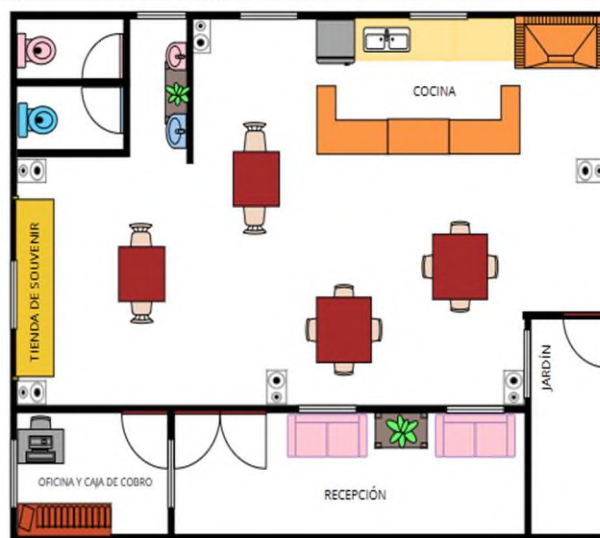
“Cabaña Artesanal Maa-yé”, mostramos el personal que se requiere y los insumos, los cuales son pieza importante para dicha propuesta y será una ventaja competitiva.

4.2.1. Infraestructura

Actualmente se cuenta ya con La “Cabaña Artesanal Maa-yé” de manera física, es propiedad del maestro Víctor Terán Orozco⁸, padre de la autora de este estudio. Quien ha puesto a disposición la cabaña para llevar las operaciones del restaurante. Esto beneficia por la disminución de la renta del local o compra del terreno, el desembolso solo sería para la remodelación y adaptación del local.

La cabaña está construida sobre un terreno cuyas medidas son: 20 metros de largo por 24 metros de ancho; es decir, 480 metros cuadrados. Propiamente la cabaña cuenta con: cocina, baños, área de comedor, recepción, área para oficina y tienda de souvenirs, sobre un espacio aproximado de 220 metros cuadrados (figura 8). Su valor actual estimado de mercado es de \$500,000.00 atendiendo los precios de la zona. Actualmente cuenta con servicios de agua potable, luz eléctrica, internet y facilidad de acceso a vías de comunicación.

Figura 8. Distribución de La “Cabaña Artesanal Maa-yé”



Fuente: Elaboración propia.

La ubicación y los espacios en los que se encuentra organizada la cabaña, se apegan al Protocolo de Inspección en Materia de Condiciones Generales de Trabajo, Seguridad e Higiene y Capacitación y Adiestramiento para Restaurantes, Restaurante-Bar y Hoteles elaborado por la

⁸ Anexo III – Fotografías de la cabaña.

Dirección General de Inspección Federal del Trabajo (2016), el cual marca todas las normas de salubridad que deben seguirse para la operación de un restaurante.

4.2.2. Mobiliario

La tabla 19 presenta una lista de los diferentes mobiliarios disponibles en el área del comedor, así como en los departamentos administrativo y operativo, junto con los equipos y utensilios ubicados dentro del restaurante para su funcionamiento. Es importante destacar que estos elementos son propiedad del establecimiento con los cuales ya se cuentan para su operación.

Tabla 19. *Mobiliario y equipo de trabajo*

Nombre del bien	Descripción	Cant.
Mesas de madera	Mesas largas, con dimensiones de 2 mtrs de largo y 50cm de ancho.	2
Bancas de madera	Bancas largas, sin respaldo. De largo tiene 2 mtrs y de ancho 30cm.	4
Escritorio	Con base de madera y la plancha de vidrio. Tamaño 2 mtrs de largo y 55cm de ancho.	1
Mecedoras	Mecedoras de madera.	4
Sillones	Sillones de fierro individuales.	2
Pantalla plana	De 32 pulgadas, color negro, Smar TV.	1
Fogón de madera	Con una dimensión de 1 mtrs de alto, 2 mtrs de largo y 1 mtr de ancho.	1
Licuada	Marca oster, color negro.	1
Refrigerador	Color blanco, marca Samsung.	1
Báscula	Marca Vinson, digital y color gris con rojo.	1
Platos de barro	Son extendido, hechos a base de barro rojo y con flores alrededor.	10
Platos hondos	Juego de platós pozoleros de barro rojo, con flores alrededor.	10
Tazas de barro	Útil para bebidas calientes, adornadas con flores y hechas de barro rojo.	10
Cucharones de madera	Para la elaboración de los platillos y resistentes a la alta temperatura de los platillos.	4
Cuchillos	Juego de cuchillos de aluminio.	3
Molcajete	Base de barro negro.	1
Ollas	Vasija hecha de barro.	1
Cazuelas	Vasija ancha hecha a base de barro rojo.	1

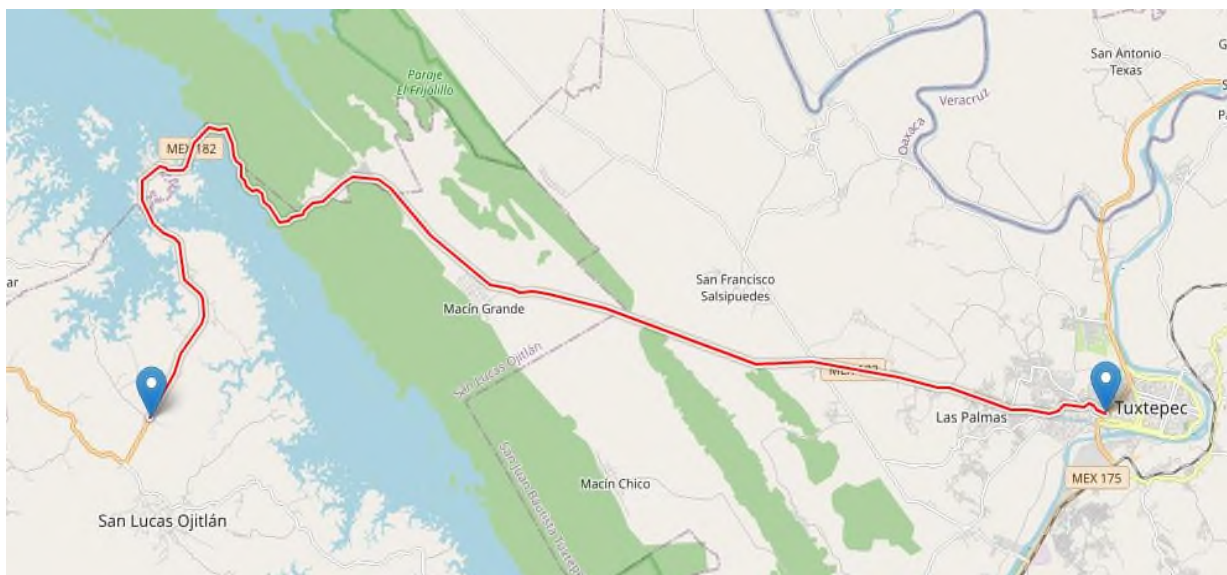
Fuente: Elaboración propia.

4.2.3. Ubicación

La comunidad de Arroyo Camalote se ubica sobre la carretera federal No. 182 (figura 9) a la altura del kilómetro 41, según Distancia.mx (2024), considerando como punto de salida la Glorieta

conocida como Flor de Piña en Tuxtepec. Esta carretera comunica a las cabeceras municipales de Tuxtepec y Ojtlán y sobre ese tramo existe un constante flujo de personas por motivos laborales y comerciales. Esta ubicación estratégica, además de ofrecer facilidad de acceso, puede convertir a la cabaña “*Cabaña Artesanal Maa-yé*” en punto de encuentro entre las localidades aledañas y centros urbanos cercanos. Sus instalaciones se ubican en la entrada principal a Camalote y funciona como puerta de entrada a la comunidad. La ruta para llegar a la cabaña, se muestra en la figura 9. Se trazó el recorrido, considerando el punto de salida el monumento conocido como “Flor de Piña” en Tuxtepec, dado que este punto conecta con otras carreteras, además de ubicarse cerca de la terminal camionera con salidas hacia Ojtlán. Esto resulta útil para aquellos que no cuentan con transporte propio, ya que es común encontrar un continuo transporte público.

Figura 9. Ruta a la “*Cabaña Artesanal Maa-yé*”



Fuente: diseño propio a través de distancia.mx.

Los municipios que colindan, los cuales pueden considerarse como rutas primarias en el transcurso de esta carretera son:

- San Lucas Ojtlán.
- San Juan Bautista Tuxtepec.
- San Felipe Jalapa de Diaz

De igual modo, las localidades vecinas que transitan por esta vía de comunicación, conocidas como rutas secundarias son:

- San José Lagunas
- El ideal
- Nuevo pescadito de abajo dos
- Cerro Tepexcuintle
- Macín grande

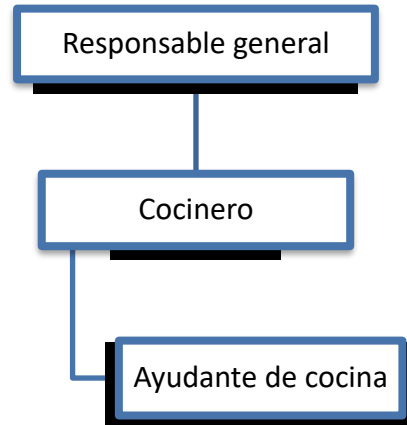
La ubicación estratégica de nuestro restaurante en Arroyo Camalote ofrece condiciones para ampliar la oferta en materia de restaurantes y comedores ubicados sobre la ruta Tuxtepec-Cerro de Oro, tanto a personas que transitan diariamente por cuestiones laborales y comerciales, como para aquellas personas que se aventuran a conocer lugares con atractivos naturales y culturales. La ruta hacia el restaurante pasa por áreas donde los viajeros pueden encontrar una amplia gama de servicios y actividades complementarias. Por ejemplo, a lo largo del camino se encuentran otros restaurantes que ofrecen opciones alimentarias propias de su localidad, así como oportunidades para paseos en lancha, posibilidad de practicar senderismo y disfrutar de las vistas panorámicas del paisaje. Además, la zona es conocida por su oferta de productos artesanales, especialmente textiles, lo que añade un atractivo adicional para los turistas que buscan experiencias auténticas y locales.

Esta propuesta busca ser el punto de partida para iniciar una actividad económica basada en el turismo alternativo, a partir de ofrecer alimentos y bebidas tradicionales, y estando en un lugar estratégico, a la orilla de la carretera federal, se podrán redireccionar a otros lugares. En otras palabras, la zona ofrece condiciones para el desarrollo de una ruta o recorrido turístico. La planeación participativa con las comunidades involucradas será clave para su establecimiento en un mediano plazo, pues la riqueza natural y cultural de las comunidades están olvidadas en las agendas turísticas regionales.

4.2.4. Personal

Para el inicio de actividades de la *“Cabaña Artesanal Maa-yé”* se considera que con 3 personas es suficiente en el primer año y que estarán organizadas de la siguiente manera (figura 10). En materia laboral se atenderá a lo establecido por la Ley Federal de Trabajo.

Figura 10. Organigrama propuesto para la “Cabaña Artesanal Maa-yé”



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se describe de manera general las funciones de cada uno de los responsables de cada área de la empresa:

Responsable general: Coordinar el trabajo de las diferentes áreas dentro del restaurante, además de establecer objetivos a corto, mediano y largo plazo para el restaurante, así como la planificación y el control de las actividades a desempeñar. Será el encargado de recibir, entregar y almacenar el efectivo, así como la compra y control de inventario.

Cocinero: Organizar las estaciones de trabajo con todos los ingredientes y equipos de cocina necesarios. Preparar los ingredientes para cocinar (cortar y pelar verduras, cortar carne, etc). Cocinar la comida en diversos utensilios o planchas.

Ayudante de cocina: Realizar tareas básicas de cocina, cómo reducir salsas, escaldar alimentos, etc. Preparar platos sencillos como los desayunos entrantes, etc. Mantener la cocina limpia y ordenada, limpiando las superficies. También poner las mesas, servir la comida, retirar los platos y utensilios usados.

La cocinera y ayudante de cocina serán contratados de la misma localidad, dado que dentro de las experiencias que se pretende dar al comensal es lo más original y propio. Entonces los platillos deben ser preparados por personas originarias de Arroyo Camalote.

Las responsabilidades anteriormente mencionadas deben entenderse como meras referencias de los quehaceres a desarrollar, pero en la práctica, como toda fase inicial de negocio, el personal deberá estar involucrado en todas las actividades que surjan de la operación de la cabaña.

4.2.5. Insumos

En este apartado se aprovechará las ventajas competitivas que ofrece Arroyo Camalote, pues gran parte de sus insumos serán obtenidos de productores locales, de ahí que se tenga considera la siguiente estrategia:

- Obtener insumos locales, producidos y cosechados en el mismo lugar donde se encuentra el restaurante es de suma importancia por diversas razones. Dadas las investigaciones realizadas en primer lugar, favorece la economía local al apoyar a los productores y agricultores, lo que contribuye al desarrollo y sustentabilidad de la comunidad. Al comprar productos locales, se fomenta el crecimiento económico en la zona y se fortalece el tejido social al generar empleo y oportunidades para los habitantes locales.

Además, el uso de insumos locales garantiza la frescura y calidad de los ingredientes, ya que no tienen que viajar largas distancias antes de llegar a la cocina del restaurante. Esto se traduce en platos más sabrosos, nutritivos y saludables para los comensales, que pueden disfrutar de la autenticidad de los productos locales y apreciar los sabores y aromas característicos de la región.

Por otro lado, al priorizar los insumos locales, se reduce la huella ambiental asociada con el transporte y la distribución de alimentos, contribuyendo así a la conservación del medio ambiente y promoviendo prácticas más sostenibles en la industria alimentaria. Además, favorecer la procedencia local de los ingredientes, se establece una conexión más estrecha entre los comensales y la tierra, lo que puede generar un mayor aprecio por la biodiversidad y los recursos naturales locales, así mismo esto forma parte de la cultura alimentaria local.

Dentro de los insumos producidos en la localidad se encuentran: el maíz, la hierbamora, el tepejilote, cilantro, hierbas de guisar, acuyo, tomatitos, hoja de plátano, naranjas, entre otros. Así como la crianza de ganado vacuno, porcino y avícola, siendo insumos importantes dentro del menú a ofrecer a los comensales.

Obtener insumos locales para el restaurante no solo beneficia a la economía y al medio ambiente, sino que también enriquece la experiencia cultural al ofrecer platos frescos, de calidad y con un fuerte componente cultural de la localidad.

4.3. Propuesta comercial

En este apartado se expone los motivos que originaron el surgimiento de esta propuesta de negocio, los beneficios que proporcionará a la comunidad de Arroyo Camalote, los precios y condiciones de su operación, una demostración de lo que se pretende ofrecer, así como los aspectos legales a observar.

4.3.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, la preservación y diversificación de la cultura alimentaria en comunidades locales enfrentan desafíos significativos debido a la creciente influencia de las tendencias globales en la gastronomía y la economía. Dado estudios analizados se ha aportado que la adopción de alimentos procesados y la homogeneización de los hábitos alimentarios pueden resultar en la pérdida de prácticas culinarias auténticas y en la disminución del sentido de identidad cultural. Además, la comunidad de Arroyo Camalote enfrenta la necesidad de preservar y generar ingresos sostenibles para mantener sus tradiciones y mejorar sus condiciones económicas.

Para el CONAHCYT (2022) la población indígena es considerada dentro de los grupos más vulnerables, debido a que tienen un menor nivel socioeconómico y educativo, así como por tener un menor acceso a los servicios de salud. Adicionalmente, la mayoría de las poblaciones indígenas en México y en el mundo están enfrentando una franca transición en sus estilos de vida, pasando de uno tradicional, más saludable, a uno más moderno y menos saludable. Lo anterior explica en gran medida las altas prevalencias de algunas enfermedades crónicas y alteraciones del estado de nutrición en algunos grupos indígenas.

En la época actual Gómez y Velázquez (2019) dicen que se caracteriza por el alto consumo de alimentos industrializados y bebidas azucaradas, como los refrescos, que son altamente calóricos y pobres en nutrientes. Se puede atribuir este incremento a que son alimentos de fácil acceso y bajo costo. Éstos, como ya se dijo, están desplazando a la dieta tradicional, que se distingue por ser equilibrada, variada y rica en nutrientes.

El desafío radica en cómo la comunidad de Arroyo Camalote puede preservar su rica cultura alimentaria y, al mismo tiempo, adaptarse a las presiones económicas y globales. Así también, encontrar un equilibrio entre la conservación de las tradiciones culturales y la generación de ingresos sostenibles es crucial para asegurar un futuro próspero y culturalmente rico para la comunidad.

4.3.2. Solución

En esta sección se muestra el servicio que se pretende ofrecer para salvaguardar y conservar la cultura alimentaria de la localidad de Arroyo Camalote.

La *“Cabaña Artesanal Maa-yé”* es una propuesta de servicio de restaurante con un concepto temático que ofrece platillos típicos relacionados con la cultura alimentaria de la zona Chinanteca baja de San Lucas Ojitlán, es un nuevo concepto, debido a que se pretende brindar una experiencia completa a través de sus cinco sentidos al cliente.

Es importante mencionar que no existe un servicio de restaurante, cuyo concepto empresarial esté pensado en revalorar la cultura alimentaria chinanteca, es decir, en su intento por diferenciarse con la competencia, los negocios establecidos que serán la competencia de la cabaña, hacen énfasis en la sazón, precio y atención al cliente, que, si bien son aspectos importantes a considerar, no contemplan el componente tradicional de los platillos ofrecidos. De ahí que se considere como un área de oportunidad para el posicionamiento de la propuesta de negocio. Además, destaca el hecho que la competencia carece de aspectos formales relacionados con los negocios; por ejemplo, poco uso de publicidad, escasas estrategias comerciales y carecen de la emisión de comprobantes fiscales.

La propuesta de restaurante *“Cabaña Artesanal Maa-yé”* brindará un servicio de comida tradicional, resaltando la cultura alimentaria de la comunidad de Arroyo Camalote, destacando los valores, creencias, usos, costumbres y formas de consumo que se le asocian, ya que el propósito es despertar en el comensal el interés por conocer el significado de cada platillo del menú y su importancia en la dinámica social de Camalote. El establecimiento contará con un espacio pensado en difundir las diferentes expresiones de la cultura (diseños, signos, música, artesanías, entre otras), algunas de estas expresiones serán exhibidas para su venta como souvenir. Esto ayudará a generar una economía circular, puesto que los proveedores y los colaboradores serán de la comunidad. Dada las características de la propuesta, se ve como una oportunidad conveniente para la implementación del turismo alternativo en el municipio de San Lucas Ojitlán y vecinos.

4.3.3. Beneficios

Se presenta la tabla 20 donde se exponen los beneficios que proporciona dicha propuesta:

Tabla 20. *Experiencia de la cultura alimentaria de la “Cabaña Artesanal Maa-yé*

Beneficios		
1	Experiencia auténtica	Los comensales tendrán la oportunidad de sumergirse en la cultura alimentaria local de Arroyo Camalote, experimentando platillos tradicionales preparados con ingredientes frescos y recetas transmitidas de generación en generación.
2	Valorización cultural local	La Cabaña Artesanal Maa-yé contribuirá a preservar y promover las tradiciones culinarias locales. Esto ayudará a fortalecer el sentido de identidad cultural de la comunidad y a generar un mayor aprecio por sus raíces culturales.
3	Concepto regional único	La Cabaña Artesanal Maa-yé se distingue por su enfoque en la autenticidad y la originalidad de los platillos regionales. Esto lo convierte en un destino único para aquellos que buscan una experiencia verdadera cultura alimentaria local.
4	Experiencia multisensorial	El ambiente del restaurante, inspirado en la cultura local, junto con la música tradicional y la decoración temática, crearán un ambiente único que transportará a los visitantes a la esencia misma de Arroyo Camalote.
5	Contribución al desarrollo local	La Cabaña Artesanal Maa-yé contribuye al emplear ingredientes locales y colaborar con productores y artesanos de la región, el restaurante apoyará directamente a la economía local y promover el crecimiento de la comunidad.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.4. Precios y condiciones de pago

Los platillos y las bebidas tradicionales ofrecidas en el menú han tenido un precio asignado con base a nuestro estudio de mercado (tabla 21).

Tabla 21. Precios de la cara “Cabaña Artesanal Maa-yé”

	Platillos	Precios c/u
1	Caldo de paisano	\$ 200.00
2	Pilte de cerdo	\$ 150.00
3	Pilte de mojarra	\$ 200.00
4	Barbacoa en pilte	\$ 120.00
5	Casamiento estilo Maa-yé	\$ 70.00
6	Mole estilo Maa-yé	\$ 100.00
7	Tepejilote a la mexicana (por temporada)	\$ 70.00
8	Tepejilote estilo Maa-yé (por temporada)	\$ 70.00
	Bebidas	Precios c/u
1	Popo estilo Maa-yé (1 jícara)	\$ 30.00
2	Café de olla (1 tasa)	\$ 20.00
3	Agua de temporada (1L)	\$ 25.00
4	Atole de masa (1 tasa)	\$ 20.00

Fuente: Elaboración propia.

Como podrá observarse, el menú planeado para la cabaña, se compone no sólo de los platillos y bebidas tradicionales que fueron desarrolladas en el capítulo dos, ya que estas son consideradas como la oferta focal, y serán complementadas, igualmente por preparaciones tradicionales para ampliar el menú.

Para el pago de nuestro servicio se planean ofrecer dos opciones: en efectivo y con transferencias bancarias. Por el momento el pago de tarjeta no estará contemplada por el costo que representa la renta del TPV (Terminal Punto de Venta). Contaremos con servicio de internet gratis para nuestros clientes.

Es importante señalar que cada platillo contará con sus respectivos acompañamientos dependiendo del mismo, podría ser desde tortillas hechas a mano, casamiento, frijoles refritos, salsa, nopales asados, entre otros.

4.3. 5. Demostraciones

Presentamos algunos de los platillos que se planea ofrecer en nuestro menú. Véase a continuación las imágenes:

Figura 11. *Tepejilote estilo "Maa-yé"*



Fuente: fotografía tomada por el Prof. Víctor Terán Orozco.

Figura 12. *Caldo Paisano "Maa-yé"*



Fuente: fotografía tomada por el Prof. Víctor Terán Orozco.

Figura 13. *Popo* estilo “*Maa-yé*”



Fuente: fotografía tomada por Diana Laura Terán Sánchez.

Figura 14. *Casamiento Maa-yé*



Fuente: fotografía tomada por Diana Laura Terán Sánchez.

Figura 15. *Barbacoa en pilte*



Fuente: fotografía tomada por Diana Laura Terán Sánchez.

Figura 16. *Mole estilo Maa-yé*



Fuente: fotografía tomada por Diana Laura Terán Sánchez.

4.3.6. Aspectos legales

Para Álvarez (2023), el atender estos aspectos jurídicos al iniciar un negocio nos permite evitar que una idea con gran potencial se vea mermada y en el peor de los casos acabe en un fracaso,

por no prever y anticiparse a los riesgos legales en los cuales puede incurrir un emprendedor por dejar a un lado los temas jurídicos al iniciar su proyecto.

Es por ello que el tipo de contribuyente para dicha propuesta será una persona física con actividad empresarial, bajo el Régimen Simplificado de Confianza (RESICO), que puede ser cualquier ciudadano mexicano que realice actividades económicas y que se haya dado de alta en el SAT.

El Régimen Simplificado de Confianza (RESICO) requiere que los ingresos de las personas físicas con actividad empresarial sean menores de 3.5 millones de pesos anuales y, de acuerdo con Economía (S/F), presenta los siguientes beneficios para el contribuyente:

- Cálculo automático de impuestos.
- Facilidades administrativas.
- Declaraciones programadas.
- Bajas tasas del Impuesto Sobre la Renta (ISR).

Las características del RESICO según Economía (S/F), son las siguientes:

- En el caso de las personas físicas con actividad empresarial se eliminan:
 - Las deducciones dado que el cálculo del Impuesto Sobre la Renta (ISR) es automático con base en lo facturado.
- Se propone un esquema de deducción de inversiones a menor plazo.
- La determinación de los pagos provisionales deja de utilizar el coeficiente de utilidad obtenido del ejercicio fiscal anterior con el fin de apoyar a las micro y pequeñas empresas.
- El contribuyente no tiene derecho a deducciones para el ISR.
- El contribuyente tiene derecho a deducciones para la Renta Gravable (PTU).
- El IVA de las deducciones es acreditable.
- El contribuyente no tiene derecho al acreditamiento de ISR retenido en pagos provisionales.
- Cancelación del CFDI global en el mismo mes. Los CFDI globales se emiten para todas aquellas ventas por las que ningún cliente solicitó un comprobante.
- No hay cambios en lo referente al Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Una persona física con actividad empresarial, dadas las previas investigaciones, son todos aquellos que cuentan con un negocio propio y dan empleo a otras personas, como puede ser una tienda de conveniencia o un taller mecánico. Como hemos visto, para el SAT una actividad

empresarial es una acción comercial que ejercen las personas físicas y que les permite tomar el giro de una empresa.

Por consiguiente, presentamos las obligaciones fiscales del Régimen de Actividades Empresariales:

- Expedir tus facturas electrónicas.
- Llevar contabilidad.
- Presentar declaraciones mensuales, anual e informativas.
- Formular estado de posición financiera y levantar inventario de existencias al 31 de diciembre de cada año.
- Efectuar la retención del ISR cuando se paguen sueldos o salarios a trabajadores, y en su caso, entregarles en efectivo las cantidades que resulten a su favor por concepto de subsidio para el empleo.
- Calcular en la declaración anual del impuesto sobre la renta, la participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa (PTU).

Por consiguiente, se ha tomado la elección de persona física con actividad empresarial debido a su carga tributaria, quedando como responsable la C. Diana Laura Terán Sánchez.

4.4. Propuesta publicitaria

En esta sección se presenta la gestión de la marca, incluyendo su diseño y el eslogan que se utilizará. También se detallan los medios de comunicación que se implementarán para la difusión de la propuesta de negocio, asegurando que la cultura de la localidad esté reflejada en cada uno de estos elementos.

4.4.1. Marca

Una marca es mucho más que un nombre o un logotipo; previas lecturas nos dicen que es la identidad de un negocio, encapsulando su propósito, valores y promesas para sus clientes. En el contexto de un restaurante artesanal como el de Arroyo Camalote, definir una marca sólida es crucial. No solo ayuda a diferenciarse de la competencia, sino que también comunica la autenticidad y la esencia cultural del negocio. Una marca bien definida puede atraer a los clientes adecuados, fomentar la lealtad y generar un sentido de pertenencia en la comunidad local. Además, permite al restaurante transmitir de manera efectiva su historia, tradiciones y valores a

través de la experiencia cultural, creando así una conexión emocional con los comensales y fortaleciendo su posición en el mercado.

Para dicha propuesta es necesario tener una identidad definida, nos referimos a una imagen que resalta el concepto que se desea transmitir al cliente. Entonces esto debe comenzar desde nuestra marca. La cual lleva por nombre “*Cabaña Artesanal Maa-yé*” dicho nombre ha sido elegido porque todo empezó por una taza de café que doña Juana Valentín Salazar le regalaba a su bisnieta al llegar a su humilde hogar; por lo que se honra la memoria de dicha mujer quien aportó mucho a la cultura de lo que hoy es Arroyo Camalote.

La imagen corporativa está inspirada en el Pavo real que aparece en los huipiles de San Lucas Ojitlán. De acuerdo con Gómez y Carrasco (2019), el pavo real es considerado un ave sagrada en algunos pueblos, en otros, es vista como un ave soberbia y orgullosa. Es representada en este caso con formas lineales debido a la técnica del bordado. La composición estilizada de la cola en armonía con la cresta da figura de elegancia y prestancia que corresponde a la concepción cultural de esta ave (figura 17).

Figura 17. *Pavo Real de San Lucas Ojitlán*



Fuente: Gómez y Carrasco (2019).

Se realizaron 5 propuestas, las cuales se presentan más adelante. Siendo solo una elegida por un levantamiento rápido de opinión con nuestros futuros comensales, la que fue elegida es la figura 18 como marca del restaurante.

Figura 18. *Identidad Cabaña Artesanal*



Fuente: Elaboración propia.

El diseño de la “*Cabaña Artesanal Maa-yé*” está intrínsecamente ligado a su nombre, evocando la estructura tradicional de las cabañas con techos de palma, típicos de las viviendas en la región ojiteca en tiempos pasados. La disposición de dos bases que sostienen el techo busca reflejar la robustez y estabilidad, simbolizando la fortaleza de los lazos familiares que inspiran este proyecto y que son fundamentales para preservar y difundir la cultura local. En el centro de la cabaña, se incorpora una representación de la iconografía (pavo real) ojiteca, un recordatorio de los orígenes de los fundadores de la localidad, provenientes de San Lucas Ojtlán, y un homenaje a la rica herencia cultural que se busca preservar y celebrar en este espacio.

Se ocupó la siguiente paleta de colores para el diseño de logo:

Figura 19. *Paleta de colores*



Fuente: Elaboración propia, con la ayuda del editor Canva.

La figura 19 se presentan dos bloques de colores. El primero ubicado en la parte superior se utilizó para las letras y diseño de la cabaña. El segundo bloque ubicado en la parte inferior corresponde a los colores al ave.

Cetina (2021) nos menciona que el huipil de Ojtlán puede ser de dos colores: blanco y rojo, ambos de tres lienzos de 0.95 metros de largo. Los primeros son de algodón hilado y tejido a mano; la tela bastante gruesa con rayas de gasa que las mujeres logran cruzando los hilos en el telar. El huipil está cubierto de bordados con puntadas a rayas oblicuas de algodón rojo y tiene una greca ancha y tupida sobre el pecho. En los huipiles rojos las franjas blancas se alternan con otras coloradas tejidas en hilo de algodón rojo comprado con rayas longitudinales azules o amarillas. Los huipiles que se conocen como de gala vienen en una gran variedad de colores, con diseños más elaborados y decorados con listones y encajes, a diferencia de los antiguos, que se confeccionan en color blanco, negro y rojo, tiene figuras muy sencillas. Tradicionalmente, el significado del huipil permitía usarlo solo en dos ocasiones: el día del matrimonio y como su mortaja funeraria. Entre las costumbres chinantecas, al anunciarse el casamiento, la suegra debía tejer un huipil a su nuera, como una forma de darle la bienvenida a la familia, demostrando así su aceptación a la elección de su hijo.

Figura 20. *Propuestas de identidad Cabaña Artesanal*





Fuente: Elaboración propia.

La marca y el diseño del logo de la “Cabaña Artesanal Maa-yé” encapsulan la esencia y la identidad de este restaurante, reflejando la riqueza cultural y las tradiciones arraigadas en la localidad de Arroyo Camalote. El logo, inspirado en la estructura de las cabañas tradicionales y en la iconografía ojiteca y además atiende a la infraestructura física en donde estará establecido el restaurante Maa-yé. Es decir, no solo sirve como un símbolo distintivo, sino también como un recordatorio de los valores familiares y la fortaleza comunitaria que impulsan este proyecto. A través de su diseño, la marca se posiciona como un faro que guía a los visitantes hacia una experiencia auténtica y enriquecedora, donde la gastronomía y la cultura se entrelazan para crear momentos memorables y significativos.

4.4.2. Eslogan

En el competitivo mundo de la industria restaurantera, un eslogan no es solo una frase pegajosa, sino una herramienta poderosa que comunica la identidad, los valores y la promesa de una empresa. Más que simplemente palabras, un eslogan encapsula la personalidad y la visión de un restaurante, sirviendo como un recordatorio constante de lo que lo hace único y especial. Desde atraer clientes hasta construir lealtad de marca, un eslogan efectivo puede diferenciar a un restaurante de sus competidores, creando una conexión emocional con los clientes y dejando una impresión duradera en sus mentes.

Se ocupa de eslogan “Conectando con nuestras raíces” debido a que la creación de este restaurante tiene por objetivo principal la preservación de la cultura alimentaria de la localidad

de Arroyo Camalote, perteneciente al municipio de San Lucas Ojitlán, en el cual basa sus raíces culturales porque los fundadores son provenientes de la cabecera municipal. Aparte que cada platillo será el recordatorio y aporte de un valor en cuanto a su importancia y su papel dentro de la localidad. En la figura 21 se puede apreciar que solo nos quedamos con la imagen del pavo real y una abreviación del nombre del restaurante el cual será utilizado como se mencionó anteriormente para la publicidad.

La tipografía utilizada tanto en el logo como en el eslogan es “Agrandir” con negrita y efectos de sombra, por lo cual se ven sombras amarillas debajo del eslogan y en las demás palabras utilizadas en el logo. Ahora bien, se presenta el eslogan el cual se añade a la imagen corporativa de la “Cabaña Artesanal Maa-yé” la cual se pretende utilizar en la publicidad y para documentos administrativos como los son hojas membretadas, facturas, recibos de pago, entre otros.

Figura 21. Eslogan - Imagen corporativa



Fuente: Elaboración propia.

Costa (2021) plantea que “la imagen corporativa es la imagen que tienen todos los públicos de la organización en cuanto entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta. En este sentido, la imagen corporativa es la imagen de una nueva mentalidad de la empresa, que busca presentarse no ya como un sujeto puramente económico, sino como un sujeto integrante de la sociedad”.

Con este eslogan se pretende reforzar y tener presencia en la mente de nuestros clientes, así como la atracción por el conocimiento de la cultura ojiteca.

4.4.3. Medios de comunicación

En cuanto a los medios de comunicación lo haremos de la siguiente modalidad, desde el punto de vista publicitario:

Tabla 22. *Medios de comunicación*

Medios Publicitarios	
Publicidad online	Publicidad en redes sociales
	Publicidad en páginas web
	Vídeos online
Publicidad exterior	Lonas publicitarias

Fuente: Elaboración propia, con base a Gutiérrez (2022).

- **Publicidad en redes sociales:** Utilizando las plataformas como Facebook e Instagram en un primer momento para alcanzar una audiencia amplia y diversa, aprovechando la capacidad de segmentación que estas redes ofrecen para dirigir anuncios a grupos específicos basados en sus intereses y comportamientos.
- **Publicidad en páginas web:** Colocación de anuncios en sitios web relevantes para atraer a usuarios que buscan información relacionada con la cultura alimentaria y las experiencias locales.
- **Videos online:** Creación y distribución de contenido audiovisual atractivo en plataformas como YouTube, para mostrar la propuesta de valor de la “Cabaña Artesanal Maa-yé” y captar la atención de los clientes.
- **Publicidad en medios impresos:** Publicación de anuncios en periódicos y revistas locales para alcanzar a una audiencia que aún consume medios tradicionales y que puede estar interesada en la oferta de la *Cabaña Artesanal Maa-yé*.
- **Publicidad exterior:** Uso de anuncios en espacios públicos, como vallas y posters, para aumentar la visibilidad del restaurante en la localidad y sus alrededores.
- **Lonas publicitarias:** Colocación de lonas en ubicaciones estratégicas para captar la atención de los transeúntes y promover la propuesta de negocio de manera efectiva.

Cada uno de estos medios publicitarios contribuirá a crear una presencia sólida y consistente de la “Cabaña Artesanal Maa-yé”, destacando su enfoque en la cultura alimentaria de Arroyo Camalote y ofreciendo una experiencia única a sus comensales.

Conclusiones

La presente investigación ha desarrollado una exposición en torno a la cultura alimentaria de la comunidad de Arroyo Camalote, perteneciente al municipio de San Lucas Ojitlán, Oaxaca. Se ha hecho a través de un enfoque multidisciplinario, cuyo propósito fue identificar, documentar y preservar las tradiciones culinarias locales.

Un aspecto fundamental que se ha resaltado es la importancia de la familia en la preservación de la cultura. Las tradiciones culinarias y los conocimientos ancestrales se han transmitido de generación en generación, manteniendo viva la identidad cultural de la comunidad. La familia no solo es el núcleo donde se perpetúan estas prácticas, sino también el pilar que sostiene la cohesión social y cultural en Arroyo Camalote.

En un entorno donde la globalización representa una seria amenaza al patrimonio alimenticio de las comunidades, se requiere el desarrollo de propuestas que ayuden a mitigar los efectos nocivos de esta corriente económica. En este sentido, el material deja claro que hay condiciones para el desarrollo de la propuesta económica, pues:

- Se comprobó que la comunidad aún conserva platillos tradicionales que pueden soportar la oferta comercial.
- La comunidad requiere dinamizar sus actividades económicas dado que corresponde a la sociedad civil y a la iniciativa privada asumir este compromiso.
- Existe infraestructura subutilizada en muy buenas condiciones para desarrollar la actividad comercial, y
- La cabaña tendrá una ubicación estratégica, lo que significa una ventaja competitiva para el desarrollo de la propuesta económica.

De esto último, la construcción de la carretera plantea nuevas oportunidades para la comunidad. Este desarrollo no solo facilita el acceso y el transporte, sino que también potencia el turismo y la comercialización de productos locales. En este contexto, la propuesta del restaurante “Cabaña Artesanal Maa-yé” se presenta como una iniciativa estratégica para capitalizar estas oportunidades, promoviendo la cultura alimentaria de la región mientras se mejora la economía local.

El restaurante “Cabaña Artesanal Maa-yé” no es simplemente un negocio, sino una plataforma para la preservación y difusión de la cultura de Arroyo Camalote. A través de un

concepto temático y una cuidadosa selección de ingredientes locales, se ofrece a los visitantes una experiencia inmersiva en la tradición culinaria de la región.

La implementación de este proyecto beneficiará directamente a los habitantes de Arroyo Camalote al ofrecerles la oportunidad de suministrar la materia prima y la mano de obra necesarias. De esta manera, se fomenta el desarrollo económico local, se generan empleos y se asegura que los beneficios económicos permanezcan en la comunidad, generando una economía circular, contribuyendo así a su bienestar y al fortalecimiento de su identidad cultural.

En conclusión, este trabajo propone una vía sostenible para una comunidad cuyos rezagos son notorios y donde el patrimonio se encuentra vulnerable con nulas medidas para su resguardo.

Por último, se espera que esta investigación pueda ser referencia para futuros trabajos en Arroyo Camalote, pues detrás hubo un trabajo de campo que lo soporta y que permitió la reconstrucción de los hechos que originaron la fundación del pueblo, así como el simbolismo que, a la fecha, está presente en su cultura alimentaria.

Bibliografía

1. Ahuja et al. (2015). Mi pueblo chinanteco. Ciencias de la comunicación. <https://cobaooplantell.blogspot.com/2015/11/san-lucas-ojitlan-oaxaca.html>
2. Alonso, J. (2010). La importancia económica de la cultura. Revista Sistema nº 215-216 – Cultura, Arte e Industria – págs. 7-10. Recuperado de <https://fundacionsistema.com/la-importancia-economica-de-la-cultura-the-economic-importance-of-culture/#:~:text=Resumen%3A%20La%20cultura%20constituye%20un,actividad%20de%20las%20industrias%20culturales.>
3. Álvarez, H. (2023). Aspectos jurídicos para empezar a emprender. Mejores prácticas corporativas. Recuperado de <https://www.mejorespracticass.com.mx/post/aspectos-juridicos-para-empezar-a-emprender#:~:text=El%20atender%20estos%20aspectos%20juridicos,temas%20juridicos%20al%20iniciar%20su>
4. Ampuero, G. (1998). La Serena en la Región de Coquimbo. En busca de la identidad perdida. Santiago, Chile: LOM.
5. Ander, E. (S/F). El proceso de globalización en la cultura. Patrimonio cultural y turismo, cuadernos. Recuperado de <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf13/articulo14.pdf>
6. Arriaga, R. González, C. (2016). Efectos económicos del sector cultural en México. Análisis Económico, vol. XXXI, núm. 77, pp. 219-246. Universidad Autónoma Metropolitana.
7. Ayora, S. Vargas, G. (2005). Modernidades locales: etnografía del presente múltiple. Instituto de Cultura de Yucatán, Universidad Autónoma de Yucatán.
8. Barabas, A. (2017). La ritualidad en los pueblos indígenas en A. Barabas Editor (Ed.), Dones, dueños y santos: ensayos sobre religiones en Oaxaca (p.209). Editorial.
9. Barrera, M. R. (2007). La educación en nutrición, hacia una perspectiva social en México. Revista Cubana Salud Pública, 33(1), pp. 1-12. Printed in Mexico.
10. Bartolomé, M. y Barabas, A. (1989). *La presa Cerro de Oro y la relocalización chinanteca*. Antropología. Revista Interdisciplinaria del INAH, (26), 14-21. Recuperado a partir de <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/antropologia/article/view/20796>
11. Bartolomé, M. y Barabas, A. (1990). *La presa Cerro de Oro y el ingeniero el gran Dios*. México: Tomos I y II/INI y CNC.

12. Basabe, N. et, al. (1999). El anclaje sociocultural de la experiencia emocional de las naciones: un análisis colectivo. Universidad del País Vasco. Recuperado de <https://www.ehu.es/documents/1463215/1504238/Basabeetal1999.pdf>
13. Baumol, W. y Bowen, W. (1966). *Performing Arts. The Economic Dilemma. A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music and Dance*. New York: The MIT Press.
14. Bayardo, R. (2013). *Cultura, economía y economía de la cultura. Voces en el fénix*. Recuperado de <https://vocesenelfenix.economicas.uba.ar/cultura-economia-y-economia-de-la-cultura/>
15. Beck, U. (2019). *La glocalización: Roland Robertson*. En U. Beck (Ed.), *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (p. 77). México en Booket.
16. Benedict, R. (1959). *Patterns of culture*. USA: Houghton Mifflin.
17. Bertrán, M. (2006). *La alimentación indígena de México como rasgo de identidad*. En A. L. Alonzo y F. Peña (coords.), *Cambio social, antropología y salud* (pp. 167-175). México: CONACULTA.
18. Bertrán, M. (2006). *La alimentación indígena de México como rasgo de identidad*. En A. L. Alonzo y F. Peña (coords.), *Cambio social, antropología y salud* (pp. 167-175). México: CONACULTA.
19. Bevan, B. (1938). *Los chinantecos y su hábitat*. México: Instituto Nacional Indigenista.
20. Bevan, B. (1987). *Los chinantecos y su hábitat*. Serie Antropología Social, Núm. 75. México: Instituto Nacional Indigenista (INI).
21. Cetina, L. (2021). *Huipil de Ojitlán Oaxaca. La verdad*. Recuperado de <https://laverdadnoticias.com/estiloyvida/Huipil-de-Ojitlan-Oaxaca--20210815-0096.html>
22. Chassen, F. y Martínez, H. (1986). *El desarrollo económico de Oaxaca a finales del porfiriato*. Revista Mexicana. <https://biblat.unam.mx/hevila/Revistamexicanadesociologia/1986/vol48/no1/12.pdf>
23. Chilpa, A. N. (2019). *Cultura alimentaria y la importancia de lo que comemos*. La universidad católica. Recuperado de <https://www.univa.mx/blog/cultura-alimentaria-y-la-importancia-de-lo-que-comemos/#:~:text=De%20manera%20general%20la%20definiremos,tipo%20de%20alimentos%20acostumbran%20consumir.>
24. Clark, S. E., Hawkes, C., Murphy, S. M., Hansen-Kuh, K. A. y Wallinga, D. (2012). *Exporting obesity: US farm and trade policy and the transformation of the Mexican consumer food environment*. *Int J Occup Environ Health*, 18(1):53-65.

25. Clavijo, C. (2022). Qué es un modelo de negocios: definición, tipos y cómo crearlo. Hubspot. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-negocio#:~:text=Un%20modelo%20de%20negocios%20es,los%20objetivos%20de%20un%20negocio>.
26. Comunicare. (2024). Población finita vs infinita: ¿cuáles son sus diferencias? Comunicare Neuromarketeas. Recuperado de <https://www.comunicare.es/poblacion-finita-vs-infinita-cuales-son-sus-diferencias-2024/>
27. Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT). (2022). Dieta, inseguridad alimentaria y estado de nutrición en la población indígena de Sonora. Centro de investigación en alimentación y desarrollo. Recuperado de <https://www.ciad.mx/dieta-inseguridad-alimentaria-y-estado-de-nutricion-en-la-poblacion-indigena-de-sonora/>
28. Consejo Nacional para la cultura y las artes (CONACULTA). (2001). Cultura. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública Cultura. Recuperado de [https://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_cultura.htm#\[Citar%20como\]](https://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_cultura.htm#[Citar%20como])
29. Costa, J. (2021). Identidad Corporativa. Introducción al diseño digital interactivo. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/iddi/wp-content/uploads/sites/125/2020/04/Identidad-Corporativa.pdf>
30. Cursos gastronomía. (2023). Tipos de restaurantes. Emcebar. Recuperado de <https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/>
31. De Teresa, A. P (Coord). (2011). *QUIA-NA. La selva chinanteca y sus pobladores*. México: UAM-I/Juan Pablos Editor
32. De Teresa, A. P. (1999). *Población y recursos en la región chinanteca de Oaxaca*. Scielo. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X1999000100009
33. De Teresa, A. P. (1999). *Población y recursos en la región chinanteca de Oaxaca*. México: Ciudad de México. Desacatos no. 1.
34. Dirección General de Inspección Federal del Trabajo. (2016). Protocolo de Inspección en Materia de Condiciones Generales de Trabajo, Seguridad e Higiene y Capacitación y Adiestramiento para Restaurantes, Restaurante-Bar y Hoteles. Secreta del Trabajo y previsión social. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/105276/Protocolo_Restaurantes_Bares_y_Hoteles.pdf

35. Distancia.mx. (2024). Distancias San-Lucas-Ojitlan San-Juan-Bautista-Tuxtepec. Indicaciones, consumo y precio del combustible, peajes, límites de velocidad. Distancia. Recuperado de <https://distancia.mx/San-Lucas-Ojitlan/San-Juan-Bautista-Tuxtepec>
36. DocuSign. (2023). ¿Cómo hacer una propuesta de negocios efectiva? Docusign. Recuperado de <https://www.docusign.com/es-mx/blog/propuesta-de-negocios>
37. EAE Business School. (S/F). ¿Qué es la calidad percibida y cómo se mide? EAE Business School, Online- Blended. Recuperado de <https://www.eaeprogramas.es/blog/marketing/que-es-la-calidad-percibida-y-como-se-mide>
38. Economía. (S/F). Régimen Simplificado de Confianza (RESICO). Gobierno de México. Recuperado de <https://e.economia.gob.mx/guias/resico/>
39. Espinoza, M. (1961). *Papeles de la Chinantla*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
40. García, C. (1999). La globalización imaginada. Paidós. Recuperado de <https://www.elsevier.es/es-revista-anales-antropologia-95-articulo-domesticar-globalizacion-alimentacion-cultura-urbanizacion-S0185122517300164>
41. Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. USA: Basic Books.
42. Gerhard, P. (1986). *Geografía histórica de la Nueva España 1521-1821*. México: Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
43. Giménez, G. (2005) Cultura, identidad y metropolitanismo global. *Revista mexicana de sociología*, 67, pp. 483-512. Recuperado en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&id=S0188-25032005000300002&lng=es&nrm=iso
44. Gómez, A. y Carrasco, S. (2019). Geometrías de la imaginación, diseño e iconografía de Oaxaca. *Secretaría de Cultura*. Recuperado de <https://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/pdf/2020/geometria/Geo%20OAXACA%20FINAL.pdf>
45. Gómez, C. (2007). Marketing cultura. *Revista EAN* no. 60, pp. 123 – 146. Recuperado de <https://journal.universidadean.edu.co>
46. Gómez, Y. y Velázquez, E. (2019). Salud y cultura alimentaria en México. *Revista Digital Universitaria (RDU)*. Vol. 20, núm. 1 enero-febrero. Recuperado de <https://www.revista.unam.mx/2019v20n1/salud-y-cultura-alimentaria-en-mexico/>

47. González, A. (2000). *Chinantecos de Oaxaca*. Proyecto Perfiles Indígenas de México. Documento de trabajo. <https://www.aacademica.org/salomon.nahmad.sitton/54>
48. González, V. (2000). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
49. Gourmet de México. (2019). El Popo, bebida prehispánica de San Lucas Ojitlán. Gourmet de México. Recuperado de <https://gourmetdemexico.com.mx/gourmet/cultura/el-popo-bebida-prehispanica-de-san-lucas-ojitlan/>
50. Gutiérrez, P. (2022). Medios publicitarios: tipos y evolución. FP Comercio y marketing. Recuperado de <https://medac.es/blogs/comercio-y-marketing/medios-publicitarios>
51. Harris, M. (2001). La definición de cultura. Antropología cultural. Recuperado de <https://teoriasantropologicasucr.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/04/harris-1983-antropologia-cultural.pdf>
52. Hernández-Ramírez, J. C., Guerrero-Sotelo, R. N., Orellana-Centeno, J.E., Cortés-Bohórquez E. (2019). Semiótica de la cultura alimentaria. *Revista Mexicana de Enfermería*; 7 (3): 103-108. Doi 10.24875/ENF.19000103
53. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2021). Conociendo la industria restaurantera. Colección de estudios sectoriales y regionales. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463903369.pdf
54. Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI). (2020). *División municipal*. Información por entidad. https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/oax/territorio/div_municipal.aspx?te_ma=me&e=20
55. Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI). (S/F). Catálogo de las lenguas indígenas nacionales: Variantes lingüísticas de México con sus autodenominaciones y referencias geoestadísticas. Gobierno de México. Recuperado de https://www.inali.gob.mx/clin-inali/html/v_chinanteco.html#1
56. Jacinto Hernández, I. (2015). Una brújula empresarial: la investigación de mercados. En I. Jacinto Hernández. (Ed.). Estudio de mercado para la creación de una empresa fabricante de chocolate artesanal de mesa, en Xalapa, Ver. Tesis de maestría en Ciencias Administrativas, Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, México, 28-38.

57. Jotform. (2023). Preguntas y ejemplos para las encuestas de la Escala de Likert. Jotform. Recuperado de <https://www.jotform.com/es/blog/ejemplos-para-las-encuestas-de-la-escala-de-likert/>
58. Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing. Pearson Educación. México.
59. Kuper, A. (2001). Cultura. La versión de los antropólogos. Recuperado de <https://franciscoorozcoguerrero.blogspot.com/2015/02/es-posible-deconstruir-la-cultura.html>
60. Latham, M. (2002). Nutrición humana en el mundo en desarrollo. Roma, Italia: FAO.
61. Leslie, W. (1975). Cultura y naturaleza. Blogger. Recuperado de <https://franciscoorozcoguerrero.blogspot.com/2015/02/la-cultura-como-mediadora.html>
62. Linton, R. (1936). The study of man. USA: Appleton-Century.
63. Linton, R. (1972). Sobre el concepto de cultura. Instituto de Formación en Educación Social. Recuperado de <https://cazembes.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/05/ficha-de-trabajo-concepto-de-cultura.pdf>
64. López Austin
65. Malinowski, B. (1944). A scientific theory of culture and other essays. USA: University of North Carolina Press.
66. Marín G. A., M. C. Álvarez, y J. Rosique. 2004. Cultura alimentaria en el municipio de Acandí. Boletín de Antropología Universidad de Antioquía. Vol. 18, Núm. 35.
67. Marketing de Pymes. (S/F). Marketing cultural. Marketing de Pymes. Recuperado de <https://www.marketingdepymes.com/marketing/cultural/>
68. Marketing. (2022). Medios publicitarios: conoce los diferentes tipos. Ilerna. Recuperado de <https://www.ilerna.es/blog/medios-publicitarios>
69. Mejía Martínez, C. y González Soriano, F. (2019). San Lucas Ojitlán, Comilona Chinanteca. En C. Mejía y F. González (Eds.), La Chinantla, crónicas gastronómicas (pp. 79-81). Editorial O Redonda. Universidad del Papaloapan.
70. Mendoza, J. y Véliz, M. (2018). Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia. ECA Sinergia, vol. 9, núm. 2, pp. 68-79, 2018. Universidad Técnica de Manabí <https://www.redalyc.org/journal/5885/588561702007/html/>
71. Ministerio de educación, cultura y deporte de Madrid. (2013). Economía de la cultura. Secretaria general técnica. Recuperado de <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:ee0a823f-83a3-45b8-89c0-9c25d7101e51/guialector18.pdf>

72. Mintz, S. (1996). Tasting Food, Tasting Freedom. Beacon Press, Boston.
73. Molano, L., Olga, L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Revista Opera, núm. 7. Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia.
74. Monasterio, A. (2017). ¿Qué es cultura en la «economía de la cultura»? Definiendo la cultura para crear modelos mensurables en economía cultural. Universidad del País Vasco. Recuperado de <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2184/2964>
75. Núñez, M., Flores, L. y González, F. (2024). 5. Bastón de mando. En M. Núñez, L. Flores y F. González (Eds.), Autogobierno y fiestas de un pueblo chinanteco. San Mateo Yetla, San Juan Bautista Valle Nacional, Oaxaca (pp. 47-56). Editorial Comunicación Científica.
76. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Glosario de Agricultura Orgánica, 2009. Recuperado de <https://web.archive.org/web/20210601171051/http://www.fao.org/3/as989t/as989t.pdf>
77. Pazmiño, A. (2020). La diferencia entre el plan de negocios y el modelo de negocios. Bold Consulting Group. Recuperado de <https://bold.com.ec/plan-de-negocios/>
78. Pérez, J. (2023). Identidad cultural - Qué es, definición y concepto. Recuperado en <https://definicion.de/identidad-cultural/>
79. Pérez, R. De Teresa, A. P. (2019). Cultura en venta 2. Debate.
80. Pueblos de México. (2020). Arroyo Camalote. Pueblos de América.com Recuperado a partir de <https://mexico.pueblosamerica.com/i/arroyo-camalote/#:~:text=¿Sabías%20que%20este%20pueblo%20de,a%2080%20metros%20de%20altura.>
81. Pursell, S. (2024). Qué es un plan de negocios y para qué sirve. Hubspot. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>
82. QuestionPro. (S/F). Beneficios de realizar encuestas para restaurantes. QuestionPro. Recuperado de <https://www.questionpro.com/es/encuestas-para-restaurantes.html>
83. Quijano, G. (2018). Qué es un modelo de negocio y cómo hacerlo efectivo. OpenMind BBVA. Recuperado de <https://www.bbvaopenmind.com/economia/empresa/que-es-un-modelo-de-negocio-y-como-hacerlo-efectivo/>
84. Quintero J. C., H. Cardona, Y. B. Rodríguez, J. Rolong, y M. L. Salas. 2014. Diagnóstico situacional de las condiciones importantes y necesarias para la implementación de Redes Integradas de

- Servicios de Salud (RISS) basadas en Atención Primaria en Salud (APS) en el departamento de Huila. Entornos. Núm. 27.
85. Radcliffe-Brown, A. (1958). *Method in social anthropology*. USA: University of Chicago Press.
 86. Real Academia Española. (2023). Significado de Paila. Real Academia Española. Recuperado de <https://dle.rae.es/paila>
 87. Redacción SSDN. (2022). ¿Qué es una propuesta de negocio y cómo se hace? SSdN su socio de negocios. Recuperado de <https://susociodenegocios.com/que-es-una-propuesta-de-negocio-y-como-se-hace/>
 88. Revista del Consumidor. (2021). Economía circular. Procuraduría Federal del Consumidor. Recuperado de <https://www.gob.mx/profeco/es/articulos/economia-circular?idiom=es>
 89. Robertson, R. (2015). Multiple Modernities and Globalization/Glocalization: A Comment on Eisenstadt” en Preyer, Gerhard y Michael Sussman (eds.), *Varieties of Multiple Modernities*. New Research Design. Leiden, Brill.
 90. Ryates. (2016). Toponomástica de los municipios de Oaxaca. Heraldica mesoamericana. Recuperado de <https://heraldicamesoamericana.wordpress.com/2016/11/04/toponomastica-de-los-municipios-de-oaxaca/>
 91. Salgado, C. (1999). ¿Quiénes somos los peruanos? Una perspectiva psicológica de la Identidad Nacional. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
 92. Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural. (2020). El mole: historia, cultural y tradición. Gobierno de México. Recuperado de <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/el-mole-historia-cultural-y-tradicion?idiom=es>
 93. Secretaria de Economía. (2020). San Lucas Ojitlán. Data México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/san-lucas-ojitlan#seguridad-publica>
 94. Sed Pulse. (2023). Propuesta de negocio. Sed Pulse. Recuperado de <https://sendpulse.com/latam/support/glossary/business-proposal>
 95. Sistema de Información Cultural. (2019). *Chinantecos*. Gobierno de México. https://sic.cultura.gob.mx/ficha.php?table=grupo_etnico&table_id=19
 96. Sistema de Información Cultural. (2020). *Chinanteco*. Gobierno de México. https://sic.gob.mx/ficha.php?table=inali_li&table_id=6

97. Taylor, E. (1871). Sobre el concepto de cultura. Instituto de Formación en Educación Social. Recuperado de <https://cazembes.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/05/ficha-de-trabajo-concepto-de-cultura.pdf>
98. The cultural economy. (2008). Edited by Helmut Anheier, Yudhishtir Raj Isar. Los Angeles [etc.]: Sage, 2008. 661 p.: ilustraciones. (The cultures and globalizations series; 2).
99. The Noc Group. (S/F). Globalización cultural. Concepto General y definición de Globalización. Recuperado de <https://www.queeslaglobalizacion.com/globalizacion-cultural/>
100. Tylor, E. (1975). La ciencia de la cultura. El concepto de cultura: textos fundamentales, p.29-26. Barcelona: Anagrama.
101. UNESCO. (2010). La cocina tradicional mexicana: Una cultura comunitaria, ancestral y viva y el paradigma de Michoacán. UNESCO. Recuperado de <https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-una-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-y-el-paradigma-de-michoacan-00400>
102. Universidad Nacional Autónoma de México. (2017). La antropología. Facultad de ciencias políticas y sociales. Recuperado de <https://www.politicas.unam.mx/cea/?p=1>
103. Velasco, A. (2021). Oaxaca y la importancia de su Cultura Gastronómica. Universidad La Salle Oaxaca. Recuperado de <https://noticias.ulsaoaxaca.edu.mx/index.php/2021/10/20/oaxaca-y-la-importancia-de-su-cultura-gastronomica/>
104. Vilaplana Batalla, M. (2011). Cultura alimentaria. Del fast food al slow food. Offarm: farmacia y sociedad; 30 (6): 53-56.

Anexo I

Cuestionario de entrevista:

- Nombre
- Edad
- Sexo
- Originario de
- Lugar de la entrevista
- Historia

¿Cómo fue la fundación del Pueblo (Ojitlán o Arroyo Camalote)?

Podría hablar de sus platillos que comía cuando era niña, joven y adulta.

¿Qué le representa la elaboración de esos platillos?

¿Qué recuerdos tiene de la cocina? Si hacían alguna oración antes de comer, por ejemplo.

¿Cuáles son los platillos más importantes de Ojitlán o Arroyo Camalote?

¿Qué comidas se preparaban para el día de muertos en noviembre?

¿Qué comidas son o eran especiales para las fiestas?

¿Ha cambiado la localidad desde su infancia a su adultez?

Antes de la presa Cerro de Oro, ¿Hubo algún cambio en su alimentación o en la forma de preparación de los alimentos?

Anexo II

Figura 22. Señora Juana Valentín Salazar en su cocina



Fuente: fotografía de autor desconocido, facilitada por el Prof. Víctor Terán Orozco.

Figura 23. Señora Juana y conocidas en las escaleras de la iglesia de arriba



Fuente: fotografía de autor desconocido, facilitada por el Prof. Víctor Terán Orozco.

Anexo III

Figura 24. *La Cabaña Artesanal Maa-yé vista desde la carretera federal No. 182*



Fuente: fotografía tomada por la señora Catalina Sánchez Dublán.

Figura 25. *La Cabaña Artesanal Maa-yé más cerca de ti*



Fuente: fotografía tomada por la señora Catalina Sánchez Dublán.

Figura 26. *Entrada principal*



Fuente: fotografía tomada por la señora Catalina Sánchez Dublán.

Figura 27. *Interior de la Cabaña con vista a los baños*



Fuente: fotografía tomada por la señora Catalina Sánchez Dublán.