



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

**CENTRO INTERDISCIPLINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA EL
DESARROLLO INTEGRAL REGIONAL UNIDAD OAXACA**

**“Prácticas Comerciales Justas: El Impulso de la
Cooperativa Flor Del Valle en Zimatlán de Álvarez
Oaxaca”**

T E S I S

**Que para obtener el grado académico de
Maestra en Gestión de Proyectos
Para el Desarrollo Solidario**

PRESENTA

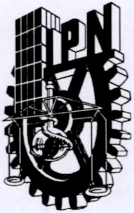
MARIA EUGENIA FLORES HERNÁNDEZ

DIRECTORAS

**M. EN A. LAURA LOURDES GÓMEZ HERNÁNDEZ
DRA. PATRICIA ARACELI SANTIAGO GARCÍA**



SANTA CRUZ XOXOCOTLAN, OAXACA JUNIO 2022



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL SECRETARIA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

ACTA DE REGISTRO DE TEMA DE TESIS Y DESIGNACIÓN DE DIRECTOR DE TESIS

Ciudad de México, 23 de mayo del 2022

El Colegio de Profesores de Posgrado de **CIIDIR UNIDAD OAXACA** en su Sesión
(Unidad Académica)

ordinaria No. 12 celebrada el día 06 del mes diciembre de 2021 conoció la solicitud presentada por la alumna:

Apellido Paterno:	Flores	Apellido Materno:	Hernández	Nombre (s):	Maria Eugenia
-------------------	--------	-------------------	-----------	-------------	---------------

Número de registro: A 2 0 0 2 5 1

del Programa Académico de Posgrado: **Maestría en Gestión de Proyectos para el Desarrollo Solidario**

Referente al registro de su tema de tesis; acordando lo siguiente:

1.- Se designa al aspirante el tema de tesis titulado:

"Prácticas Comerciales Justas: El Impulso de la Cooperativa Flor Del Valle en Zimatlán de Álvarez Oaxaca"

Objetivo general del trabajo de tesis:

Fortalecer el proceso de venta de alimentos naturales ancestrales del Grupo Flor del Valle, con la finalidad de incrementar puntos de comercio, que le permitan potencializar sus procesos y colocar sus productos, haciendo énfasis en principios de comercio justo

2.- Se designa como Directoras de Tesis a las profesoras:

Director: **M. en A. Laura Lourdes Gómez Hernández** 2° Director: **Dra. Patricia Araceli Santiago García**
No aplica:

3.- El Trabajo de investigación base para el desarrollo de la tesis será elaborado por la alumna en:

La comunidad de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca, Oax., y en el Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional, Unidad Oaxaca

que cuenta con los recursos e infraestructura necesarios.

4.- La interesada deberá asistir a los seminarios desarrollados en el área de adscripción del trabajo desde la fecha en que se suscribe la presente, hasta la aprobación de la versión completa de la tesis por parte de la Comisión Revisora correspondiente.

Directora de Tesis

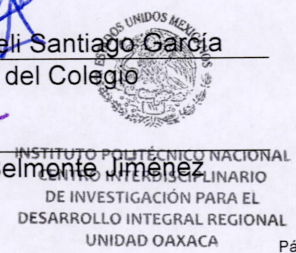
M. en A. Laura Lourdes Gómez Hernández
Aspirante

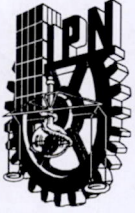
Maria Eugenia Flores Hernández

2° Directora de Tesis

Dra. Patricia Araceli Santiago García
Presidente del Colegio

Dr. Salvador Isidro Belmonte Jiménez





INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la Ciudad de siendo las horas del día del mes de del se reunieron los miembros de la Comisión Revisora de la Tesis, designada por el Colegio de Profesores de Posgrado del para examinar la tesis titulada:

de la alumna:

Apellido Paterno:	Flores	Apellido Materno:	Hernández	Nombre (s):	Maria Eugenia
-------------------	--------	-------------------	-----------	-------------	---------------

Número de registro:

Aspirante del Programa Académico de Posgrado: .

Una vez que se realizó un análisis de similitud de texto, utilizando el software antiplagio, se encontró que el trabajo de tesis tiene **6 %** de similitud. **Se adjunta reporte de software utilizado.**

Después que esta Comisión revisó exhaustivamente el contenido, estructura, intención y ubicación de los textos de la tesis identificados como coincidentes con otros documentos, concluyó que en el presente trabajo **SI** **NO** **SE CONSTITUYE UN POSIBLE PLAGIO.**

JUSTIFICACIÓN DE LA CONCLUSIÓN: *(Por ejemplo, el % de similitud se localiza en metodologías adecuadamente referidas a fuente original)*

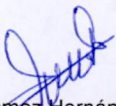
El porcentaje de similitud corresponde a términos generales en el ámbito empresarial y algunas fases de la metodología.

**Es responsabilidad del alumno como autor de la tesis la verificación antiplagio, y del Director o Directores de tesis el análisis del % de similitud para establecer el riesgo o la existencia de un posible plagio.

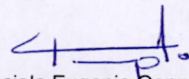
Finalmente, y posterior a la lectura, revisión individual, así como el análisis e intercambio de opiniones, los miembros de la Comisión manifestaron **APROBAR** **SUSPENDER** **NO APROBAR** la tesis por **UNANIMIDAD** o **MAYORÍA** en virtud de los motivos siguientes:

El trabajo evidencia la importancia de la elaboración de alimentos tradicionales, existe potencial para incrementar puntos de venta del maíz para sequeza. Se contribuye a mantener la actividad y ofrecer la posibilidad de que la sequeza no se olvide. El grupo Cooperativo Flor de Valle de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca, realiza una labor importante, no solo económica, si no cultural y social es recomendable continuar con ella.

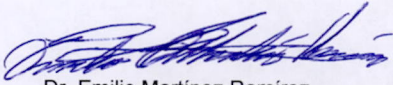
COMISIÓN REVISORA DE TESIS



M. A. Laura Lourdes Gómez Hernández
Directora de Tesis
Nombre completo y firma

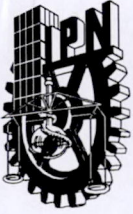

Dr. Carlos Alberto Fraga Castillo
Nombre completo y firma


M.C Graciela Eugenia González Pérez
Nombre completo y firma


Dra. Patricia Araceli Santiago García
2ª Directora de Tesis
Nombre completo y firma


Dr. Emilio Martínez Ramírez
Nombre completo y firma


Dr. Salvador Isidro Belmonte Jiménez
Nombre completo y firma
PRESIDENTE DEL COLEGIO DE PROFESORES
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
CENTRO INTERDISCIPLINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO INTEGRAL REGIONAL
UNIDAD OAXACA



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE OBRA PARA DIFUSIÓN

En la Ciudad de México el día 15 del mes de junio del año 2022, la que suscribe **Flores Hernández María Eugenia** alumna del programa **Maestría en Gestión de Proyectos para el Desarrollo Solidario** con número de registro **A200251**, adscrita al Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional, Unidad Oaxaca manifiesta que es autora intelectual del presente trabajo de tesis bajo la dirección de **M. en A. Laura Lourdes Gómez Hernández** y la **Dra. Patricia Arceli Santiago García** y cede los derechos del trabajo intitulado **“Prácticas Comerciales Justas: El Impulso de la Cooperativa Flor Del Valle en Zimatlán de Álvarez Oaxaca”**, al Instituto Politécnico Nacional, para su difusión con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, gráficas o datos del trabajo sin el permiso expresado de la autora y/o directores. Este puede ser obtenido escribiendo a la siguiente dirección de correo: maruflores148@gmail.com. Si el permiso se otorga, al usuario deberá dar agradecimiento correspondiente y citar la fuente de este.


Flores Hernández María Eugenia



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
CENTRO INTERDISCIPLINARIO
DE INVESTIGACIÓN PARA EL
DESARROLLO INTEGRAL REGIONAL
UNIDAD OAXACA

DEDICATORIA

A mis hijos y a mi esposo por mostrarme siempre su amor y apoyo incondicional.

A mis padres por acompañarme siempre.

AGRADECIMIENTOS

Al Instituto Politécnico Nacional y al CIIDIR-OAXACA por permitirme formar parte de esta casa de estudios y mostrarme su apoyo en la consecución de la Maestría.

Al CONACYT por brindarme el apoyo económico durante la realización de la Maestría y la investigación de la presente tesis.

Al Grupo Cooperativo Flor del Valle por conservar el orgullo de sus raíces y preservarlo a través de sus productos.

A la M. en A. Laura Lourdes Gómez Hernández por creer que este proyecto se podía lograr, gracias por ser mi guía y acompañarme en el camino para concluir esta tesis.

A la Dra. Patricia Araceli Santiago García por su asesoría en las pruebas fisicoquímicas y su acompañamiento

A mi comité tutorial M. en C. Graciela Eugenia González Pérez, Dr. Carlos Alberto Fraga Castillo y al Dr. Emilio Martínez Ramírez, por formar parte de este proyecto a través de sus sugerencias y correcciones.

RESUMEN

El Comercio Justo es una práctica de intercambio de productos que permite reconocer el trabajo de pequeños productores, mediante la participación de compradores solidarios. El apego a sus principios permite propiciar prácticas comerciales justas, como la reducción de intermediarios, un pago justo por sus productos y promover este tipo de comercio para incorporar más productores, entre otras. Diversos grupos u organizaciones locales se integran para acceder a este tipo de comercio. En esta tesis se aborda el caso del Grupo Cooperativo Flor del Valle, quienes elaboran distintos productos naturales, algunos mediante procesos ancestrales que brindan sabor y consistencia únicos. En el proceso de consolidación enfrentan retos como la mayoría de las pequeñas y medianas empresas. La principal problemática abordada se centró en la identificación de canales de distribución de sus productos, con la finalidad de fortalecer el proceso de venta. Mediante, un estudio cualitativo de tres fases del diseño de Investigación acción participativa: análisis de propiedades fisicoquímicas de los alimentos y los principios de Comercio Justo; Prácticas Comerciales Justas y Promoción del Comercio Justo. Se confirmó que el grupo se siente orgulloso de elaborar sus productos, se identificó el maíz para segueza como uno de sus productos potenciales y se identificaron cinco principales canales de distribución con 17 puntos de venta. Se concluye que el maíz amarillo es el ideal para preparar segueza y que en un empaque de bolsa Trilaminada puede permanecer hasta seis meses en anaquel, sin agregar ningún conservador; lo que permitirá acceder a los canales de distribución identificados, sin dejar de potenciar su riqueza cultural en el proceso de elaboración.

Palabras Clave: Conservación, maíz para segueza, Comercio Justo, alimento ancestral, Valles Centrales de Oaxaca.

ABSTRACT

Fair Trade is a product exchange practice that allows the work of small producers to be recognized, through the participation of supportive customers. The adherence to its principles allows to promote fair trade practices, such as the reduction of intermediaries, a fair payment for their products and promoting this kind of trade for incorporating more producers, among other Fair Trade practices. Diverse local groups or organizations are integrated to access this type of commerce. This thesis deals with Flor del Valle Cooperative Group case, which produce various natural products, some of them through ancestral processes that provide them unique flavor and consistency. On the consolidation process, producers face challenges like most of small and medium-sized companies. The main problem addressed focused on the identification of distribution channels for its products, in order to strengthen the sales process through a qualitative study of three phases of participatory action research design: analysis of physicochemical properties of food and the principles of Fair Trade; Fair Trade Practices and promotion of Fair Trade. It was confirmed that the group is proud to produce its products, maize for segueza was identified as one of its potential products, and five main distribution channels with 17 points of sale were identified. It is concluded that yellow corn is the ideal one for preparing segueza, in a trilaminate bag packaging it can remain up to six months on the shelf, without adding any preservative; This will allow to the identified distribution channels access to the products, while producers enhance its cultural richness in the production process.

Key Words: *Conservation, maize for segueza, Fair Trade, ancestral food, Central Valleys of Oaxaca.*

INDICE

RESUMEN	3
ABSTRACT	4
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I ANTECEDENTES	15
1.1. El Cooperativismo	15
1.2. Complejo Cooperativo Mondragón	16
1.3. Cooperativa Tosepan Titataniske	16
1.4. Cooperativa UCIRI	17
1.5. Grupo cooperativo Yeni Navan	17
1.6. Organizaciones Comunitarias de Producción de Alimentos Naturales.	18
1.6.1. ¡Viva el Monte!	18
1.6.2. Grupo Cooperativo Flor del Valle	18
CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
2.1. JUSTIFICACIÓN	21
2.2. OBJETIVOS	22
2.2.1. General	22
2.2.2. Específicos	22
CAPÍTULO III MARCO CONCEPTUAL	23
3.1. Economía Solidaria	23
3.2. Sociedades Cooperativas	25
3.3. Comercio Justo	25
3.3.1. Principios de Comercio Justo: Prácticas comerciales justas y Promoción del Comercio Justo	26
3.4. Alimentos Ancestrales	27
3.4.1 Maíz para Segueza.	27
3.5. La importancia de las ventas constantes para los emprendedores.	28
3.5.1. Redes Alimentarias Alternativas (RAA), Mercados Locales Alternativos. 29	
3.5.2. Estrategias de Venta	30
3.5.3. Importancia de la Calidad de los productos alimenticios.	30
3.5.3.1. Importancia de la determinación de algunos parámetros fisicoquímicos en la calidad de los alimentos.	31

3.5.3.2. Humedad	31
3.5.3.3. Granulometría	32
3.5.3.4. Empaque y Etiqueta	32
CAPÍTULO IV DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE TRABAJO	33
4.1. Clima	33
4.2. Flora	34
4.3. Organización Social	34
4.3.1 Población por sexo y su estructura quinquenal.....	34
4.3.2. Dinámica Sociodemográfica	35
4.3.3 Dinámica Económica.....	35
CAPÍTULO V METODOLOGÍA	36
5.1. Metodología	36
5.2. Investigación Acción Participativa	36
5.3. Etapas y Fases de la IAP de acuerdo con Joel Martí	37
5.3.1. Etapa de Pre-investigación.....	39
5.3.2. Primera Etapa, Diagnóstico	39
5.3.2.1. Reunión con el grupo noviembre 2021	39
5.3.2.2. Charlas con informante clave.....	39
5.3.2.3. El Cuestionario	39
5.3.2.4. Análisis FODA.....	40
5.4. Segunda Etapa, Programación	40
5.4.1. Observación participante en el proceso de elaboración y empaque del maíz para sequeza (prueba 1)	40
5.4.1.1. Proceso de elaboración	40
5.4.1.2. Evaluación de empaque.....	41
5.4.1.3. Determinación de los costos de materia prima y empaque	42
5.5. Observación participante en el proceso de elaboración de maíz para sequeza (prueba 2)	42
5.5.1. Maíz amarillo y blanco para sequeza	43
5.5.2. Análisis de las propiedades fisicoquímicas de los alimentos	44
5.5.2.1. Determinación de color	44
5.5.2.2. Determinación de la Humedad	45
5.5.2.3. Granulometría	46

5.6. Determinación de estrategias de venta que resaltan atributos de Comercio Justo.....	47
5.6.1. Prácticas comerciales justas	48
5.6.1.1. La Etiqueta.....	48
5.6.1.2. Productos con Calidad y especificaciones deseadas.....	49
5.7. Promoción del Comercio Justo.....	49
5.8. Indicadores.....	50
CAPÍTULO VI RESULTADOS.....	51
6.1. Situación actual del Grupo Flor del Valle.....	51
6.1.1. Importancia de los productos elaborados por Flor del Valle.....	52
6.1.2. Determinación del empaque para el maíz de la sequeza.....	52
6.1.3. Identificación de oportunidades en el fortalecimiento de capacidades.....	53
6.1.4. Identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas....	53
6.2. Estado actual de los canales de distribución.....	54
6.3. Proceso de elaboración y empaque (prueba 1).....	54
6.4. Proceso de elaboración y costos (prueba 2)	55
6.4.1. Costo de producción del maíz para sequeza.....	57
6.4.2. Análisis fisicoquímicos realizados al maíz para sequeza.....	58
6.4.2.1. Determinación de los parámetros de color del maíz amarillo y blanco para sequeza.	58
6.4.2.2. Determinación de la Humedad en el maíz para sequeza.....	59
6.4.2.3. Granulometría del maíz para sequeza.....	61
6.5. Estrategias de mercado del maíz para sequeza.....	62
6.5.1. La Etiqueta del maíz para sequeza	62
6.5.2. Los puntos de venta.....	63
6.5.2.1. Estrategias de venta.	63
DISCUSIÓN.....	66
RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS	71
ANEXOS.....	78

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Porcentaje de empleo generado por las MIPyMES en México.....	11
Tabla 2 Dinámica sociodemográfica de Zimatlán de Álvarez.....	35
Tabla 3 Datos económicos de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca en el año 2015.....	35
Tabla 4 Esquema IAP de acuerdo con Joel Martí	38
Tabla 5 Tipos de empaque evaluados.....	41
Tabla 6 Costos del material utilizado en la elaboración del maíz para sequeza....	42
Tabla 7 Análisis del Costo de los empaques evaluados.	42
Tabla 8 Tiempo, merma y observaciones de los procesos en la elaboración de maíz.	43
Tabla 9 Indicadores del proceso de promoción.	50
Tabla 10 Importancia de los productos del Grupo Flor del Valle de acuerdo con el volumen de elaboración y nivel de ventas.....	52
Tabla 11 Análisis FODA Grupo Flor del Valle.	53
Tabla 12 Costo de materia prima por cada 150 g de sequeza.....	54
Tabla 13 Costo de acuerdo con el tipo de empaque por cada 150 g de maíz para sequeza.....	55
Tabla 14 Procesos, tiempos y merma en la elaboración del maíz para sequeza. .	55
Tabla 15 Comparativo de tiempos (en minutos) y merma por cada proceso entre 1.5 kg de maíz blanco y 1.5 kg de maíz amarillo. Observaciones resultantes.	56
Tabla 16 Comparativo de cambios físicos entre maíz amarillo y blanco durante el proceso de tostado.....	56
Tabla 17 Resultado de las pruebas de colorimetría en maíz blanco y amarillo.....	58
Tabla 18 Comparativo de la media de los parámetros de color L, a, b entre maíz amarillo y blanco para sequeza por tipo de empaque.....	59
Tabla 19 Porcentaje de humedad de maíz blanco y amarillo.....	59
Tabla 20 Porcentaje de humedad de maíz amarillo y blanco para sequeza por tipo de empaque.....	60

Tabla 21 Porcentaje de retención en diferentes mallas del grano de maíz triturado para la elaboración de sequeza.	61
Tabla 22 Granulometría de las muestras en los diferentes empaques a los tres meses de almacenamiento.	61
Tabla 23 Puntos de venta identificados y público objetivo (target).....	63

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Macro y micro localización de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca.	33
Figura 2 Total de la población de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca 1990-2010.	34
Figura 3 Colorímetro empleado en la determinación del color de las muestras evaluadas.	45
Figura 4 Muestra de maíz triturado amarillo y blanco.	46
Figura 5 Proporciones de grano de la sequeza en los diferentes tamices.	47
Figura 6 Identificación de la situación actual del grupo.	51
Figura 7 Costo de producción, precio de venta y margen de utilidad del maíz para sequeza.	57
Figura 8 <i>Tipos de empaque llenados con maíz para sequeza amarillo y blanco.</i> .	60
Figura 9 Etiqueta del maíz para sequeza del Grupo Flor del Valle.	62
Figura 10 Menú del restaurante Taviche donde se ubica la sequeza, como mole de maíz.	64

INTRODUCCIÓN

Las características de las micro, pequeñas y medianas empresas (PyMES) son tener un número moderado de trabajadores y contar con una facturación reducida. En palabras de Sánchez (2015) este tipo de empresas representan el principal impulso de la economía ya que en muchas ocasiones las PyMES son las empresas que proporcionan la mayor cantidad de empleo; estos negocios son el pilar de la economía mexicana debido a que cubren una significativa porción del mercado ya que generan el 72% del empleo y el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país; sus actividades pueden ser comerciales, de servicio, artesanales y trabajos independientes. En la Tabla 1 se hace mención del porcentaje de empleo generado por las MIPyMES en México (Sánchez, 2015).

Tabla 1

Porcentaje de empleo generado por las MIPyMES en México.

Tamaño de la empresa	Cantidad	% Empleo total
Microempresas	+ de 4.1 millones	42
Pequeñas	174,800	15
Medianas	34,960	16

Nota. Datos tomados de <https://revistacondusef.gob.mx> (2015).

Un segmento de las PyMES se trata de cooperativas, el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR, 2018) define a las cooperativas como “Sociedades autónomas de personas que se unen voluntariamente para afrontar sus necesidades comunes por medio de una empresa conjunta que se gestiona de forma democrática”. Estas sociedades son regidas por valores como; “libre adhesión, ayuda mutua, sistema democrático, esfuerzo propio, equidad en el reparto de beneficios, igualdad, responsabilidad y promoción de valores”, Adicionalmente, son promotoras de valores éticos como la honestidad, transparencia y compromiso (ACNUR, 2018).

Puentes y Velasco (2009) plantean que la importancia de las sociedades cooperativas radica en su contribución al desarrollo sostenible, debido a que su actividad

se basa en el uso de recursos que pertenecen a la zona; por su “naturaleza” socioeconómica son generadoras de empleo y operan de manera socialmente responsable, de acuerdo con los valores y principios cooperativos.

En América Latina, las cooperativas han incrementado su número, probando que el Comercio Justo es una posibilidad que contribuye a la protección del medioambiente; el cooperativismo, representa una manera distinta de comprender y afrontar la realidad con una perspectiva más humana y solidaria (ACNUR, 2018).

Apegado al cooperativismo se encuentra el Comercio Justo, de acuerdo con Fair Trade Ibérica (2020), es un método comercial basado en la solidaridad y alternativo al convencional, este, busca el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza. La Coordinadora Estatal de Comercio Justo (2020), sienta sus bases en “los diez principios del Comercio Justo” que se clasifican en tres apartados:

- Respeto a los derechos humanos, laborales y sociales.
- Prácticas justas.
- Protección del medioambiente.

El grupo Movimiento Social Cooperativo Flor del Valle, ubicado en el municipio de Zimatlán de Álvarez en los Valles Centrales de estado de Oaxaca, es considerado como MIPYMES ya que cuenta con un número no muy grande de empleados y su facturación es moderada. Aun cuando Flor del Valle no está constituida formalmente como una cooperativa, si está integrada y funciona como tal ya que reúne las características que han sido enumeradas anteriormente. Está integrado por cinco personas: Bernardino Blas Martínez, Marcos Matías Gómez, Josefa Obdulia Ortiz Cuevas, Teresa Molina Canseco y Bertha Sánchez García. Flor del Valle elabora una gran variedad de productos que se comercializan dentro de la misma comunidad, principalmente: mermeladas de frutas de temporada, vinagreta de zarzamora, asiento de semillas, granola, pepitas, palanqueta de cacahuete, pepitorias, productos derivados de la miel, caramelos de propóleo y vaporub. El grupo cuenta con productos que poseen cierta riqueza, más allá de los ingredientes con los

que están hechos, que son naturales, producidos por ellos mismos, aportan riqueza cultural, identidad y conexión con el pasado, ya que su modo de preparación ha sido transmitido de generación en generación, convirtiéndolos en alimentos ancestrales, los alimentos considerados dentro de esta categoría son: el molido de garbanzo, molido de frijol, polvo para guiñadú y el maíz para sequeza.

Diversos productos elaborados por Flor del Valle son ofertados en los mercados locales, algunos se están dejando de elaborar, porque ya no se promueven. El ritmo de vida está transitando a procesos rápidos, donde la preparación de la comida se ve afectada por los nuevos roles de las madres de familia.

Sin embargo, en esa complejidad de contar con menos tiempo para preparar la comida, es necesario mantener viva la gastronomía local, no solo porque es herencia de nuestros ancestros, sino porque la comida rápida y moderna está acabando con nuestra salud.

La presente tesis se compone de cinco capítulos.

El primer capítulo aborda antecedentes del cooperativismo, se mencionan algunos casos exitosos de este tipo de sociedades, la cooperativa Mondragón aparece como caso de éxito a nivel mundial, enseguida se menciona a Tosepan Titataniske como caso de éxito en el ámbito nacional y finalmente como casos de éxito del Estado de Oaxaca el ejemplo de Uciri y Yeni Navan. Para enriquecer el contenido de este capítulo se hace mención del proyecto comunitario de producción de frutos orgánicos ¡Viva el Monte!

En el segundo capítulo se presenta el planteamiento del problema, la justificación y los objetivos de esta tesis.

El capítulo tres muestra el Marco Conceptual, dialoga con términos como Economía Solidaria, las Cooperativas, el Comercio Justo, Alimentos Ancestrales y la Sequeza; retrata la importancia de las ventas constantes en los emprendimientos y, finalmente, explica las pruebas de laboratorio que sirven de fundamento para esta tesis. Los conceptos anteriores provienen de autores que forman y enriquecen la teoría de este proyecto.

El cuarto capítulo describe a la zona de trabajo, por un lado, habla de los aspectos físicos, como el clima y la flora, y por otro lado habla de la organización social mediante la descripción de la población, la dinámica sociodemográfica y la dinámica económica.

El quinto capítulo contiene el referente teórico de la IAP de Joel Martí, también se habla de la metodología aplicada en esta tesis, de acuerdo con las etapas y fases contempladas por el autor.

En el sexto capítulo se presentan los resultados obtenidos en esta tesis, como son: el estado actual de los canales de distribución, las alternativas de conservación en el maíz para sequeza, el resultado de las pruebas de laboratorio, el plan de mercado para los productos del grupo y los puntos de venta.

CAPÍTULO I ANTECEDENTES

1.1. El Cooperativismo

En palabras de Parijs (1992), el cooperativismo busca una retribución igual para los trabajadores que son propietarios de las empresas cooperativas, pero también la generación de formas de interactuar de manera solidaria, colaborativa y democrática en las decisiones; plantea la creación de un ingreso mínimo universal, así como la disminución de la jornada laboral, buscando establecer un nivel de bienestar material básico, pero también contar con más tiempo para llevar a cabo actividades de carácter social, que permitan desarrollar habilidades diferentes a las requeridas por el mercado.

De acuerdo con Birchall (1997), el cooperativismo, es una práctica económica inspirada en los valores de autonomía, democracia participativa, igualdad, equidad y solidaridad; estos a su vez, forman parte de los siete principios que guían a las cooperativas alrededor del mundo desde su versión inicial enunciada por los pioneros de Rochdale, a quienes se les considera como los primeros cooperantes contemporáneos.

Según lo publicado por la Alianza Cooperativa Internacional (COOP, 2020), Los principios cooperativos son las instrucciones por las que las cooperativas ponen en práctica sus valores; dichos principios son los siguientes:

1. Afiliación voluntaria y abierta, esto quiere decir que están abiertas a cualquier persona que desee afiliarse. Sin importar género, raza, condición social e ideas políticas o religiosas.
2. Control democrático de los miembros, ya sea cooperativas primarias o de otros niveles, todos los miembros tienen el mismo derecho a voto.
3. Contribución económica de los participantes, los miembros aportan al capital la misma cantidad y administran este capital de forma democrática.
4. Independencia y autonomía en su organización, se gestionan democráticamente por sus miembros.
5. Educación, formación e información, las cooperativas buscan la capacitación continua de sus miembros, empleados, directivos y representantes, de manera que contribuyan con su trabajo y por ende se logre el desarrollo de la organización.

6. Cooperación entre cooperativas, trabajan y se apoyan, se asesoran entre este tipo de organizaciones.
7. Sentimientos de comunidad, las cooperativas buscan el desarrollo no solo de la organización, sino de la comunidad en la que está instalado.

1.2. Complejo Cooperativo Mondragón

La experiencia de modelo de economía cooperativa reconocida en todo el mundo es el complejo económico Mondragón, este se ubica en el País Vasco español, se inició en 1956 y es propiedad de sus treinta mil trabajadores (Souza y Rodríguez, 2006).

El éxito de las cooperativas del grupo Mondragón a juicio de Sousa y Rodríguez (2006), está basado principalmente en la introducción de las cooperativas en redes de apoyo y en el esfuerzo permanente para que las cooperativas sean competitivas en el mercado global; Mondragón es un referente en economía regional cooperativa ya que se conforma de varias organizaciones dedicadas a distintas actividades como son: producción, consumo, financiación y educación; de esta manera se encuentran directamente relacionadas a través de la interdependencia generada entre ella; el complejo cooperativo Mondragón debe su permanencia y vigencia en el mercado a que ha observado la economía global y con base en eso ha planeado estratégicamente su desarrollo sin desvirtuar sus valores cooperativos.

1.3. Cooperativa Tosepan Titataniske

De acuerdo con La Coperacha (2018), Tosepan Titataniske que en náhuatl quiere decir “unidos venceremos”, es un grupo que se autodenomina como movimiento cooperativo indígena, ellos habitan en las comunidades de la Sierra Nororiental de Puebla; la historia de esta cooperativa inició en 1977, ellos buscaban una solución al problema de carestía que las familias indígenas vivían, ya que no podían adquirir productos básicos.

Con base en la información del sitio web La Coperacha (2018), se puede inferir que las áreas de trabajo con las que cuenta esta cooperativa son muy diversas, ya que van

desde la producción de café orgánico de exportación hasta proyectos financieros como una caja de ahorro de nombre Tosepantomin, proyectos comunitarios en cuanto a la salud, como Tosepan Pajti, proyectos en turismo y hospedaje, como Tosepan Kali; y también producen pimienta gorda y miel melipona; esta cooperativa está altamente comprometida con el medio ambiente, la equidad de género, la educación y la formación cooperativa; la definición de estos temas busca el desarrollo integral de las comunidades indígenas. En la búsqueda de un mejor futuro basado en sus raíces, forman académicamente a los niños sobre valores comunitarios, como las lenguas originarias, el conocimiento agropecuario y la solidaridad humana. En temas ambientales, son defensores del territorio junto a otras organizaciones sociales de la región, su objetivo es cuidar el deterioro ambiental que proyectos extractivos concesionados buscan instalar en la sierra (La Coperacha, 2018).

1.4. Cooperativa UCIRI

La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI, 2016) dice que ésta es la organización cafetalera en el estado de Oaxaca con más antigüedad, fue fundada en 1982 por 17 comunidades cafetaleras que veían la necesidad de terminar con la relación de intermediario del gobierno y de la iniciativa privada, con la finalidad de mejorar las condiciones de venta del café y también las condiciones de vida de las familias campesinas; tiene su sede en la comunidad de Lachiviza, municipio de Santa María Guienagati y está compuesta por indígenas Zapotecos, Mixes, Mixtecos, Chontales y Chatinos de la Costa de Oaxaca; todos los miembros son pequeños productores, que cultivan café arábico con métodos orgánicos y apegados a las normas de producción ecológica avalada por CERTIMEX.

1.5. Grupo cooperativo Yeni Navan

MICHIZA es otro ejemplo de emprendimiento social exitoso que inició como una pequeña organización, pero que actualmente vincula a productores de café de diversos grupos étnicos del estado de Oaxaca. De acuerdo con (Michiza, 2021), el nombre MICHIZA es una abreviatura de cinco grupos indígenas: Mixtecos, Chinantecos, Chatinos, Cuicatecos y Zapotecos. Esta cooperativa fue creada para empoderar a los agricultores locales; apoyando sus formas tradicionales de autogobierno y mejorando las condiciones de vida de las familias de los integrantes, esto se logra al entrar en el mercado cafetero orgánico y

de Comercio Justo. Inicialmente, el café MICHIZA se vendía solo a los mercados locales, frecuentemente a los intermediarios, quienes eran conocidos en las regiones por aprovecharse de los agricultores individuales sin opciones de mercado; pero en 1989, la organización obtuvo el estatus legal bajo el nombre de Yeni Naván, nombre zapoteco que significa “Luz que permanece”, abriendo las puertas a la exportación internacional a América del Norte y Europa (Michiza, 2021).

1.6. Organizaciones Comunitarias de Producción de Alimentos Naturales.

1.6.1. ¡Viva el Monte!

Es una cooperativa formada por cuatro familias emprendedoras que se encuentran en Traslasierra, Córdoba, Argentina; en 2013, se unieron para lograr la producción y acopio de frutos del monte (orgánicos), ellos recuperaron formas ancestrales de recolección y preparación de alimentos mediante el respeto a la naturaleza y a la gente; ejemplo de esto son; algarroba, tuna, piquillín, chañar, mistol, maíz, ají, kitucho, amaranto, kiwicha con ellos producen harinas, torrados, arropes, jaleas, dulces, café, jugos, vinagres, alojas, turrone y patay que es una pequeña torta de harina de algarroba blanca prensada, típica de esa zona, que se está dejando de hacer (Rossi, 2017).

Este emprendimiento busca formar y afianzar una red de productores y consumidores responsables donde se considere a los alimentos orgánicos como dadores de salud; ellos también consideran que en el monte hay abundancia, diversidad y equilibrio, que proporciona alimento, medicina y materiales de construcción; buscan también, formar redes de Comercio Justo donde se reconozca el trabajo y compromiso de los productores y lograr mejores condiciones comerciales que permitan el mejoramiento de su calidad de vida (Rossi, 2017).

1.6.2. Grupo Cooperativo Flor del Valle

De manera particular, el Grupo Flor del Valle se formó en 2013 para obtener un apoyo gubernamental de talleres por parte del ICAPET (Instituto de Capacitación y

Productividad para el Trabajo de Estado de Oaxaca), al inicio, el grupo estaba formado por 22 personas, al término de estas actividades el grupo quedó formado solamente por tres personas, logrando la apropiación de una filosofía diferente en la cual ellos rigen sus actividades en todos los aspectos (Hernández, 2019).

En el 2015 el Grupo Flor del Valle seguía en busca de capacitación por lo que tomaron diversos cursos enfocados a la herbolaria y medicina alternativa. Para el año de 2016 siguen en el camino de la capacitación y también comienzan a tener ventas esporádicas con familiares y conocidos, en ese mismo año participaron en la Feria de la Salud en Santa María Coyotepec y Zimatlán. En el 2017 participaron en la Expo-feria Zimatlán 2017 (Hernández, 2019).

En el 2018 comenzaron a trabajar con el CIIDIR Oaxaca, para el 2019 el Grupo Flor del Valle junto con la estudiante de MGPDS lograron estandarizar dos de sus productos, la granola y el aciento de semillas (Hernández, 2019).

Hasta marzo del 2020, el Grupo Flor del Valle estaba formado por 5 personas, tres mujeres y dos hombres. Las edades de los integrantes del grupo oscilan entre los 45 y 65 años. El total de los integrantes son padres de familia y todos ellos tienen una actividad principal, siendo la participación en el grupo un extra (Hernández, 2019).

CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A pesar de la importancia económica que tienen, las empresas en México presentan problemas de baja productividad. Potter *et al.* (2013) mencionan que la dificultad en la productividad la mayoría de las veces se encuentra en las MyPIMES que representa el 94.4% del sector empresarial, el 41.1% de las fuentes de empleo y solo el 17.8% del valor agregado, esta aportación es más baja que el valor agregado generado por las microempresas de los países de la OCDE.

Independientemente de ciertos factores como tamaño, edad, sector y región, para explicar la baja productividad de las MIPYMES el Instituto Nacional Del Emprendedor (INADEM, 2016) identificó los siguientes agentes:

- Limitantes en el acceso a la infraestructura y al capital financiero
- Escaso personal calificado.
- Limitantes en la implementación de tecnologías para procesos productivos.
- Falta de servicios e infraestructura que mejoren la producción.

El Grupo Flor del Valle en marzo de 2020 contaba con más de diez productos de las ramas, alimenticia y medicinal, sin embargo, a pesar de la diversidad de productos y a la estandarización de dos de ellos (granola en barra y asiento de semillas) preliminarmente, se identificó la siguiente problemática que sirvió de base para el análisis e investigación:

- La necesidad de contar con infraestructura adecuada para la elaboración de sus productos de manera que mejoren la calidad y que puedan aumentar la capacidad productiva.
- Los productos secos como el maíz para sequeza y los molidos de frijol y garbanzo que son altamente demandados necesitan mejoras en su empaque de manera que logren una mayor conservación, y en consecuencia cuenten con una vida de anaquel más larga.

Para dar respuesta a la problemática identificada se plantearon las siguientes preguntas: ¿Qué estrategias de Comercio Justo se pueden aplicar en esta cooperativa?, ¿Qué implica que Flor del Valle se sostenga en el tiempo?, ¿Cuál es la importancia de la

permanencia de los productos de origen natural para la cultura oaxaqueña? Estas sirvieron de guía en el proceso de investigación.

2.1. JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con el Sistema Nacional de Capacitación y Asistencia técnica especializada (SINCA, 2020) en México la economía social fue formalmente reconocida en 1983, con la reforma al Artículo 25 Constitucional. Los Organismos del Sector Social de la Economía (OSSE) reconocidos en el Artículo 4º de la Ley de la Economía Social y Solidaria (2012) son los siguientes; “Ejididos, Comunidades, Organizaciones de trabajadores, Sociedades Cooperativas, Empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores y en general, todas las formas de organización social para la producción, distribución; y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios” (p.2).

Como se señala en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2024, “El sector público fomentará la creación de empleos mediante programas sectoriales, proyectos regionales y obras de infraestructura, pero también facilitando el acceso a los créditos a las pequeñas y medianas empresas (que constituyen el 93 por ciento y que generan la mayor parte de los empleos) reduciendo y simplificando los requisitos para la creación de empresas nuevas. El gobierno federal impulsará las modalidades de Comercio Justo y economía social y solidaria” (Secretaría de Gobernación [SEGOB], 2019).

Por otra parte, en El plan Estatal de Desarrollo Oaxaca 2016-2022 se encuentra el apartado “Impulso a la economía y zonas especiales”, este señala como objetivo: “Impulsar el desarrollo económico del estado mediante el incremento de la productividad y competitividad, fortaleciendo los sectores económicos estratégicos para una mayor inversión y generación de empleos elevando la calidad de vida de las y los oaxaqueños” (Secretaría de Finanzas Oaxaca 2016, p. 143). El Gobierno del Estado de Oaxaca establece la siguiente estrategia para cumplir con el objetivo anterior:

- Fortalecer el desarrollo empresarial de las MIPYMES
- Impulsar a emprendedores oaxaqueños.
- Fomentar la cultura emprendedora y consolidar el ecosistema emprendedor a

través de la capacitación especializada.

- Difundir a través de las tecnologías de la información las reglas de operación e información relevante enfocada al financiamiento de proyectos productivos y el emprendimiento (Secretaría de Finanzas Oaxaca 2016, p. 144).

La importancia del presente proyecto de investigación radica en la necesidad de fortalecer la creación y permanencia de las MIPYMES que como Flor del Valle han sido generadas por emprendedores pertenecientes a la comunidad, impulsoras de fuentes de ingresos y de empleos basados en el desarrollo social y solidario. También, se debe sumar la importancia que tiene el grupo al elaborar y comercializar productos que aportan ingredientes ricos nutricionalmente hablando y que al mismo tiempo conservan la riqueza cultural de los alimentos ancestrales que se han preparado y consumido de generación en generación en la región de los Valles Centrales de Oaxaca.

2.2. OBJETIVOS

2.2.1. General

Fortalecer el proceso de venta de alimentos naturales ancestrales del Grupo Flor del Valle, con la finalidad de incrementar puntos de comercio, que le permitan potencializar sus procesos y colocar sus productos, haciendo énfasis en principios de Comercio Justo.

2.2.2. Específicos

Conocer el estado actual de los canales de distribución de productos del Grupo Flor del Valle para obtener información objetiva del comportamiento y tamaño del mercado.

Proponer alternativas de conservación que coadyuven a la comercialización del producto maíz para sequeza que permita el fortalecimiento socioeconómico de esta organización.

Formular estrategias de venta para el maíz para sequeza elaborado por la Cooperativa Flor del Valle, que resalte atributos de Comercio Justo.

CAPÍTULO III MARCO CONCEPTUAL

Para la realización del presente proyecto se consideraron términos importantes sobre Cooperativismo, Economía Solidaria, Comercio Justo, mismos que conformaron el referente teórico y sirvieron de base para la identificación de estrategias de comercio.

3.1. Economía Solidaria

Esta propuesta parte de procesos productivos que se desarrollan en un ambiente de economía solidaria, razón por la que este abordaje se inicia conociendo justamente sobre el tema.

Según Razeto (2010), la economía solidaria o economía de solidaridad es una exploración teórica y práctica de enfoques económicos alternativos que se basan en la solidaridad y el trabajo. El principio o fundamento de la economía solidaria es la introducción de niveles cada vez más altos de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, a nivel empresarial, en los mercados y en las políticas públicas, provocando un aumento en la eficiencia micro y macroeconómica y generando una serie de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad.

Razeto (2010) dice que la economía de solidaridad considera un tipo de desarrollo diferente, alternativo, holístico, a escala humana, sostenible, que hace hincapié en lo local. Un nuevo desarrollo conlleva a otra economía, y esa otra economía para un nuevo desarrollo puede ser una economía solidaria, o al menos un componente que haga un aporte importante en esa dirección.

De acuerdo con las autoras Caracciolo y Foti (2013) el concepto de economía social une estos conceptos, hombres y mujeres, que ya sea en los campos o en las ciudades realizan actividades agropecuarias, industriales, comerciales, o de servicios que tengan algo en común, ellos requieren de su trabajo para vivir, sea de manera individual, familiar, asociativa o comunitaria, sin abundancia de empleados permanentes, con distintas formas jurídicas y que trabajan con sus propias herramientas y maquinarias; esta es una vasta

colección de experiencias incluidas en las unidades económicas que actualmente existen, con todas sus potencialidades y limitaciones, como una imagen ideal de economía social y solidaria.

Caracciolo y Foti (2013) plantean que las unidades de la economía social (ES) básicamente satisfacen las necesidades de sus miembros con un razonamiento de procreación extendida de la vida, se trata de obtener mejores y más equitativas condiciones de vida y pasarlas de generación en generación, con la finalidad de satisfacer sus necesidades de acuerdo con especificaciones, valoraciones y prioridades definidas democráticamente en cada sociedad. Lejos de la generación ilimitada y extendida del capital; en la que se usa una lógica económica dirigida a acrecentar un ingreso (valor agregado por el trabajo) o a ahorrar gastos; por el contrario, la economía capitalista dirige sus objetivos a la acumulación de capital con una lógica económica basada en acrecentar las ganancias, dentro de una relación salarial entre trabajadores y dueños del capital.

De acuerdo con las autoras Caracciolo y Foti (2013) se destacan tres de las características fundamentales de las unidades de la economía social:

- I. La unidad en la misma persona del/a trabajador/a y el propietario/a de los medios de producción, es decir el trabajo autogestionario.
- II. La integración en la/s misma/s persona/s del trabajo manual y el trabajo intelectual.
- III. El reparto de los beneficios principalmente según el trabajo y no el capital aportado. Es decir, son unidades económicas no capitalistas porque se basan en el trabajo familiar o asociativo y no en el trabajo asalariado.

Cabe mencionar que el Grupo Flor del Valle cumple con estas características ya que ellos mismos integran la unidad de trabajadores y propietarios, es decir, ellos deciden qué producto se va a realizar, cómo se va a realizar, son ellos los que proponen la mezcla y la receta que se va a utilizar, y, también realizan la parte del proceso de producción.

Finalmente, cumplen también con la característica de trabajo asociativo ya que cada uno aporta las ideas de los productos, así como las materias primas para los mismos.

3.2. Sociedades Cooperativas

Es importante mencionar que El Grupo Flor del Valle se reconoce como una cooperativa que, funciona y trabaja como una cooperativa aun cuando no se encuentra legalmente constituida.

La definición de cooperativas se encuentra en el Artículo 2 de La Ley General de Sociedades Cooperativas (LGSC, 1994) donde se les define como un tipo de estructura social compuesta por personas físicas con mismos intereses que se rigen en principios solidarios, propio esfuerzo y ayuda mutua, cuyo propósito es cubrir las necesidades individuales y también las del grupo, mediante la realización de actividades productivas de la generación de bienes y servicios. La misma LGSC (1994) en su Artículo 6 menciona los principios que las sociedades cooperativas deberán observar en su funcionamiento.

3.3. Comercio Justo

El comercio convencional ha generado desigualdad en el acceso al mercado, aun cuando se postula a la globalización como una estrategia de competencia, no ha sido suficiente para dar oportunidad a pequeños productores que elaboran sus productos bajo una lógica de conservación y donde el ingreso es importante pero no lo es todo. Por ello, es necesario buscar una manera diferente de intercambio, donde el Comercio Justo, representa una alternativa.

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO, 2020) dice que el Comercio Justo genera un vínculo comercial basado en el diálogo, el respeto y la transparencia, busca equidad en el comercio internacional, contribuye al desarrollo sostenible mediante mejores condiciones comerciales y procurando los derechos de los productores y trabajadores marginados, en el sur; las organizaciones de Comercio Justo se encuentran comprometidas con él y la perspectiva principal de su misión; estas organizaciones, cuentan con el respaldo

de los consumidores, y tienen un compromiso con los productores, sensibilizando y en la campaña para cambiar las reglas y la práctica del comercio.

La WFTO (2020) recalca que éste es más que sólo comercio y enumera los 10 principios internacionales del Comercio Justo;

1. Oportunidades para productores desfavorecidos.
2. Transparencia y responsabilidad.
3. Prácticas comerciales Justas.
4. Pago Justo.
5. No al trabajo infantil, no al trabajo forzoso.
6. No a la discriminación, igualdad de género, libertad de asociación.
7. Buenas condiciones de trabajo.
8. Desarrollo de capacidades.
9. Promoción del Comercio Justo.
10. Respeto al medio ambiente.

3.3.1. Principios de Comercio Justo: Prácticas comerciales justas y Promoción del Comercio Justo.

Las prácticas comerciales justas aplicadas en este proyecto están enfocadas a lo planteado por AyniBolivia (s.f.) el Comercio Justo hace un reconocimiento, promoción y protección de la identidad cultural y de las habilidades tradicionales de los pequeños productores, sus productos se venden en tiendas solidarias y de Comercio Justo, y generan información sobre los productos mediante proyectos de sensibilización.

La metodología para la promoción del Comercio Justo planteada por la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC, 2019), destaca hacer estrategias para inducir al consumo de productos de Comercio Justo en los mercados locales y regionales en la región sur, para ello cuentan con la campaña “Ciudades y pueblos Latinoamericanos por el Comercio Justo” su objetivo no es promocionar certificados de Comercio Justo, sino más bien promover

principios y valores comunes, así como las diversas prácticas y enfoques del movimiento a nivel local y regional.

3.4. Alimentos Ancestrales

Según la definición de la Real Academia Española (RAE, 2021), la palabra ancestral quiere decir que, pertenece o se relaciona con los antepasados, es antiguo, distante en el pasado, tiempos ancestrales; proviene de una tradición antigua, apartada, festejo, ideas.

En palabras de Holguín (2020), los alimentos ancestrales son los que fueron utilizados por nuestros ancestros originarios, proveyendo diversidad de alimentos que contienen, vitaminas, minerales, antioxidantes y prebióticos.

De acuerdo con Quintanilla (2017), en México hay gran variedad de alimentos ancestrales que están siendo olvidados y que actualmente son poco consumidos, según ella, es importante que sean incorporados como parte de una dieta adecuada y también para vivir y conservar nuestras raíces.

3.4.1 Maíz para Segueza.

La segueza es uno de los alimentos considerados como ancestral por la cocinera tradicional Abigail Mendoza, ella pertenece a la comunidad de Teotitlán del Valle, Oaxaca. En la preparación del platillo Segueza, también conocido como Cegueza se utiliza preferiblemente el maíz amarillo, aunque también puede ser blanco, el maíz debe ser tostado en comal y molido en seco, en metate o molino manual, el tipo de molido debe ser martajado, que de acuerdo con Zurita (2012) martajar es quebrar o moler un alimento a medias, para obtener maíz martajado se muele el grano, dejando algunas partes pequeñas o granitos sin moler.

La Segueza según Zurita (2012) “es un guiso muy caldoso, que se cocina con chiles chilcostle o guajillo, jitomate, ajo, pimienta, clavos molidos, hierba santa y algún tipo de carne. Se espesa con maíz seco y martajado. Platillo originario de los Valles Centrales de Oaxaca” (p. 534).

Según Mendoza (como se citó en Durán, 2017) la palabra Cegueza es de origen zapoteco y refiere la grasa acumulada en la orilla de la olla de barro al momento de cocer la carne.

La oaxaqueña Reyna Mendoza cuenta con una escuela de cocina en Teotitlán del Valle, poblado perteneciente a los Valles Centrales de Oaxaca. “Para mí, la segeza es un mole a base de maíz y se sirve en fiestas” (Castillo, 2018, p. 68). La palabra es de origen zapoteco, Reyna Mendoza la pronuncia como “saaeguez”, ella también menciona que sa en zapoteco significa “festejo” y se sirve en las bodas (Castillo, 2018).

La segeza es preparada con pollo o espinazo de cerdo, utiliza maíz amarillo y se aromatiza con hoja santa, el chilcostle o el guajillo son los chiles utilizados normalmente, se necesita que el maíz se tueste al comal y que el molido al metate no sea muy fino para que se tenga “el maicito” que se busca (Castillo, 2018).

“La sabiduría alimentaria de México es profunda, amplia y se saborea en platillos como la segeza: preparación cuyo color habla de su origen y su aroma expresa su temporalidad. En la segeza se comprueba la grandeza de lo sencillo” (Castillo, 2018, p.68).

3.5. La importancia de las ventas constantes para los emprendedores.

Inquiltupa (2020) menciona que aun cuando existen personas ingeniosas creando productos novedosos y de excelente calidad, a veces estos productos no cuentan con la aceptación del mercado, atribuyendo esta situación al valor del producto o a su producción; aun así, el resultado en la venta de un producto depende de la estrategia de venta implementada. Al iniciar o reestructurar algún emprendimiento conviene cuestionar el valor que el producto proporcionará al cliente final que genera valor agregado. Las elecciones que se toman durante el proceso de producción impactan de manera directa en el valor dado por el cliente, convirtiéndolo en la herramienta de trabajo más importante de la fuerza

de ventas, si los procesos de venta no se alinean con el concepto del consumidor existen probabilidades de fracasar.

3.5.1. Redes Alimentarias Alternativas (RAA), Mercados Locales Alternativos.

En algunos sectores de la sociedad existen cambios de patrones en el consumo, esto se debe a que algunos consumidores eligen productos locales, prefiriendo sistemas alimentarios alternativos en la búsqueda de la provisión de los alimentos (Mili, 2005).

Las RAA forman un sistema agroalimentario local, los espacios de comercialización que ofrecen estas redes, intentan “resocializar” los alimentos, logrando una cercanía con el cliente para que elija sus alimentos en función de su propio conocimiento y experiencia, lo que permite construir transparencia, solidaridad, compromiso y sentido de pertenencia. (Renting *et al.*, 2003).

Cuando las cadenas de producción son cortas se genera una mayor conexión entre el consumidor final y el alimento, vinculando a la alimentación con aspectos sociales y culturales. Este nuevo sistema agroalimentario permite redireccionar lo local como una política, abierta, inclusiva y de reflexión (Dupuis y Goodman, 2005)

Los mercados locales alternativos que surgieron en las últimas dos décadas en Latinoamérica tienen la característica de generar espacios aptos para quienes producen, comercializan y consumen, son locales debido a los lazos sociopolíticos y económicos que se generan en las regiones donde se ubican y por su proximidad con los proveedores, son alternativos por el tipo de relaciones, objetivos y transformaciones que plantean de acuerdo con el contexto donde se ubican (Barriga, 2016; Kay, 2016).

3.5.2. Estrategias de Venta

De acuerdo con Peiró (s.f.) las estrategias de venta son todos los planes que una empresa realiza para vender sus productos. Normalmente, en este tipo de estrategias se realiza un análisis con base en los siguientes aspectos internos de la empresa: el producto, el precio, la distribución y la promoción.

Con el fin de que las estrategias de venta implementadas sean exitosas Peiró (s.f.) realiza las siguientes recomendaciones:

- Definir el público objetivo, es decir, determinar el perfil de persona que puede estar interesada en el producto.
- Establecer cómo se distribuirá el producto.
- Determinar cómo será el lanzamiento interno y externo.
- Analizar las acciones publicitarias a realizar.
- Cumplir con las normas de calidad.

3.5.3. Importancia de la Calidad de los productos alimenticios.

Cabe mencionar que, de acuerdo con el planteamiento anterior, el presente proyecto busca implementar las estrategias de comercio más adecuadas para el Grupo Flor del Valle y sus necesidades, para, finalmente, centrar las bases y obtener ventas constantes en un mediano plazo.

Una parte muy importante del aseguramiento de la calidad en los productos es el análisis de las propiedades fisicoquímicas de los alimentos, de acuerdo con lo publicado por el Laboratorio y consultoría Agroalimentaria Química Baza (2020) este análisis determina el valor nutricional de los alimentos en función de los parámetros exigidos por los organismos de salud, adicionalmente, es de suma importancia realizar los análisis pertinentes a los alimentos, con la finalidad de asegurar que son aptos para el consumo humano y para garantizar que, tanto las características, manejo y la composición son las esperadas en ellos.

3.5.3.1. Importancia de la determinación de algunos parámetros fisicoquímicos en la calidad de los alimentos.

Los alimentos en su estado natural tienen un color brillante, los pigmentos grises naturales no existen, se dice que, lo grisáceo en el alimento se debe a algún grado de descomposición. Si los alimentos cuentan con una apariencia gris y opaca significa que han cambiado sus valores alimenticios (Desrosier, 1998).

El color del alimento es una propiedad de la luz más que del objeto. Desrosier (1998) plantea que los alimentos que han sido alterados ya sean por medio del calor, el frío, a través del secado, salándolos o fermentándolos, tienen altas probabilidades de que sufran cambios en su capacidad para reflejar, dispersar y transmitir la luz; la demanda de alimentos se basa en que los sabores y la apariencia sean de la calidad esperada; el color ayuda en la distinción de los alimentos que satisfacen esas necesidades.

3.5.3.2. Humedad

La determinación de humedad en los alimentos es un indicador de estabilidad del producto, el porcentaje de humedad en los alimentos se determina calculando el número de la masa de moléculas de agua presentes en una masa conocida. Al realizar este cálculo en los alimentos se pueden determinar los factores de calidad como el sabor, la textura, consistencia y apariencia, el estado de conservación. También tiene implicaciones en el almacenamiento de los alimentos o vida de anaquel, ya que realizando este análisis se puede conocer y controlar el desarrollo de microorganismos, así como algunas otras reacciones químicas (Cromtek, 2020).

Rosas *et al.* (2007) exponen que los granos deben almacenarse lo más secos posible, para que su índice de deterioro sea el menor, aun cuando otros factores físicos sean desfavorables.

3.5.3.3. Granulometría

Otro análisis determinante en la calidad de esta materia prima es la determinación de la granulometría, así como la determinación de las propiedades físicas y funcionales de los granos, facilita la estandarización y proceso de productos, ayuda a identificar también los requisitos de la materia prima y a determinar los requisitos del empaque (Bezerra *et al.*, 2018)

Para la correcta consistencia en la preparación de ciertos alimentos, entre ellos la sequeza una característica muy importante es la determinación de la granulometría, por lo cual se utilizan técnicas como el análisis granulométrico para conocer el tamaño ideal de las partículas (Morataya, 2015).

3.5.3.4. Empaque y Etiqueta

El empaque se vuelve un elemento muy importante en el manejo y transporte de mercancías, asegurándose de la buena conservación de los productos y de que estos lleguen en las mejores condiciones al consumidor.

De acuerdo con Beetrack (s.f.) El empaque es un envoltorio que tiene la función principal de reunir unidades de un mismo producto en una misma unidad (paquete). Este, puede tener imágenes y texto impresos dirigidos al consumidor, por lo que forma parte de la promoción y marketing, también facilita el manejo del producto y hace más fácil que el consumidor lo identifique, y que a su vez identifique sus características.

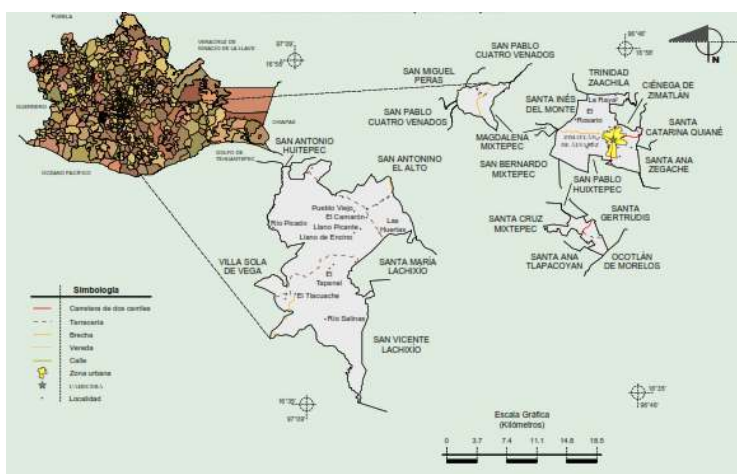
Para Roger *et al.* (2009) la etiqueta forma parte del empaque, puede identificar al producto o marca, quién lo hizo, dónde y cuándo se hizo, como debe usarse, el contenido y los ingredientes del paquete. La etiqueta según Fischer y Espejo (2004) forma parte del producto y contiene información escrita sobre este; la etiqueta puede ser impresa en el empaque o puede ser una hoja pegada al producto.

CAPÍTULO IV DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE TRABAJO

El municipio de Zimatlán de Álvarez está ubicado en la región de Valles Centrales del estado de Oaxaca, en el distrito judicial de Zimatlán, entre las coordenadas 16° 34' y 16° 57' latitud norte y 96° 45' hasta los 97° 13' longitud oeste; su altura va de los 1,400 hasta los 3,100 m.s.n.m. (Instituto para el Federalismo y el Desarrollo Municipal [INAFED], 2001) La Figura 1 muestra el mapa de localización de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca.

Figura 1

Macro y micro localización de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca.



Nota. Información obtenida del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2010).

El territorio de Zimatlán se divide geográficamente en: cabecera municipal, área suburbana y territorio que lo rodea. “Colinda al norte con los municipios de Santa Inés del Monte y Trinidad Zaachila, al este con los municipios de La Ciénega de Zimatlán, Santa Catarina Quiané y Santa Ana Zegache; al sur con el municipio de San Pablo Huixtepec; al Oeste con los municipios de San Bernardo Mixtepec, Magdalena Mixtepec y Santa Inés del Monte” (INAFED, 2001).

4.1. Clima

La mayor parte del del municipio de Zimatlán de Álvarez, cuenta con clima templado, subhúmedo, cuya temperatura media anual se encuentra entre los 12°C y 18°C, la

precipitación en el mes más seco es menor a 40 mm, con lluvias en verano (SAGARPA, 2015).

4.2. Flora

En Zimatlán existen flores silvestres como geranio, jazmín, rosa, crisantemo, poleo, cempaxúchitl, nardo, buganvilia, alhelí. También plantas comestibles como girasol, chepil, flor de calabaza, verdolagas, quintonil, hierba de conejo, hierba santa y pitona. Frutos como toronja, papaya, mango, durazno, manzana, tejocote, plátano, rábano y betabel. Plantas curativas, hierbabuena, manzanilla, hierba de alcancer, hierba tinta (genera glóbulos rojos) y nogal (INAFED, 2001).

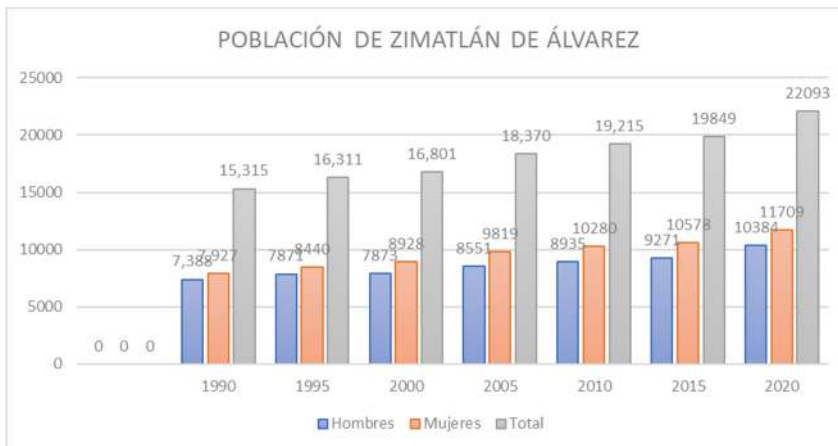
4.3. Organización Social

4.3.1 Población por sexo y su estructura quinquenal.

Para el desarrollo del presente tema, se consideran las cifras del censo poblacional del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2020). La población total del municipio fue de 22,093 habitantes, 10,384 pertenecen al género masculino y 11,709 al género femenino para el quinquenio 2010-2015.

Figura 2

Total de la población de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca 1990-2010.



Nota. La figura muestra el crecimiento poblacional de mujeres y hombres de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca de 1990 al 2020. Datos obtenidos del Censo poblacional 2020 (INEGI, 2020).

4.3.2. Dinámica Sociodemográfica

En la Tabla 2 se muestran los datos de este rubro obtenidos a partir de la encuesta intercensal INEGI (2020).

Tabla 2
Dinámica sociodemográfica de Zimatlán de Álvarez.

SOCIODEMOGRAFÍA DE ZIMATLÁN DE ÁLVAREZ	
a) Población en hogares familiares	22,093
b) Viviendas particulares habitadas	5,864
c) Población económicamente activa	14,537
d) Tasa de alfabetización	15 a 24 años 99.2% 25 años y más 91.8%
e) Afiliación a servicios de salud	45.9% de la población
f) Población que habla lengua indígena	4.06% de la población
g) Lenguas indígenas más frecuentes	Zapoteco 79.6% Mixteco 10%

Nota. Datos obtenidos del Censo poblacional 2020 (INEGI, 2020).

4.3.3 Dinámica Económica

La información sobre la dinámica económica del municipio de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca, se encuentra en la Tabla 3:

Tabla 3
Datos económicos de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca en el año 2015.

a) Población económicamente activa ocupada	96.11%
b) Población ocupada por sectores económicos	
Sector primario	27.18%
Sector secundario	18.82%
Comercio	14.58%
Servicios	37.96%
c) Población ocupada por nivel de ingresos	
Hasta 1 salario mínimo	23.92%
Más de 1 a 2 salarios mínimos	25.54%
Más de 2 salarios mínimos	38.05%
d) Participación de las actividades económicas o potencialidades productivas	
Funcionarios, profesionistas, técnicos y administrativos	21.07%
Trabajadores agropecuarios	25.85%
Trabajadores en la industria	18.40%
Comerciantes y trabajadores en servicios diversos	33.58%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta intercensal (INEGI, 2015).

CAPÍTULO V METODOLOGÍA

5.1. Metodología

Este proyecto de tesis se realizó con un enfoque cualitativo bajo el diseño de la Investigación Acción Participativa (IAP). “La investigación desde la ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural en relación con el contexto” (Hernández-Sampieri *et al.* 2018, p. 358).

Por su parte en el diseño de la IAP, participan y coexisten dos procesos: conocer y actuar. De acuerdo con Hernández-Sampieri *et al.* (2018) en la IAP se presentan fases cíclicas en forma de espiral en las que, se realiza el diagnóstico de la problemática, después, se elabora un plan, posteriormente se implementa, se evalúa y se genera la retroalimentación.

5.2. Investigación Acción Participativa

De acuerdo con Martí (2002) con ayuda de técnicas ampliamente utilizadas y aprobadas en las áreas de la investigación e intervención social, la IAP ofrece una estructura metodológica cuyo objetivo es cambiar las relaciones entre la base social, asociaciones y la administración local a ejemplos que estén más enfocados en los ciudadanos que en la administración; esta estructura metodológica se genera debido a que el contexto induce a consumir y a producir para otros, pero sin permitir decidir y producir lo que nos permita desarrollar las potencialidades humanas de cada individuo.

5.3. Etapas y Fases de la IAP de acuerdo con Joel Martí

Martí (2002) divide a la IAP en etapas y fases, menciona que el diseño y duración de estas últimas variará de acuerdo con cada contexto, no obstante, dentro del desarrollo identifica ejes centrales que constituyen la estructura básica de la IAP.

- Etapa de pre-investigación:
 - a) Descubrimiento de síntomas determinados y atención a una solicitud de intervención.
 - b) Planteamiento de la investigación (negociación, delimitación del alcance, elaboración del proyecto).
- Primera etapa Diagnóstico. Después de la etapa de precisar, sigue el conocimiento contextual del territorio con el correspondiente acercamiento a la problemática y la consecuente elaboración de un diagnóstico mediante la reunión de las propuestas arrojadas por la propia práctica participativa, estas se debaten y se negocian entre todos los sectores sociales involucrados.
- Segunda etapa Programación, las propuestas se convierten en líneas de acción y los sectores involucrados asumen el protagonismo del desarrollo del proceso. El conocimiento y los diferentes puntos de vista se toman en cuenta mediante el uso de métodos cualitativos y participativos.
- Finalmente, con la puesta en marcha se abre otro ciclo, en el que se detectarán nuevos síntomas y problemas que deberán tener nuevos objetivos a definir.
- Para la integración del trabajo de tesis, se apegó a la metodología mencionada en sus fases 1, 2 y 3.

Tabla 4

Esquema IAP de acuerdo con Joel Martí

Etapas IAP Martí	Fases IAP Martí	Lo que se hizo para este proceso de investigación		
Pre-investigación	Descubrimiento de síntomas Planteamiento de la investigación	Revisión de trabajos anteriores sobre el grupo y su actividad. Se enfatizó en los procesos de estandarización de sus productos y en las recomendaciones.		
1ra. Etapa (diagnóstico)	Acercamiento a la problemática	Visita al grupo Charlas con informante clave	DIAGNÓSTICO	Estado actual de: Puntos de venta Productos + importantes Procesos administrativos Integración del análisis FODA
2da. Etapa Programación	Líneas de acción Uso de métodos cualitativos y participativos	Definición de OBJETIVOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer el estado actual de los canales de mercado. 2. Alternativas de conservación. 3. Formular estrategias de ventas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Investigación, charlas con el informante clave 2.1. Análisis fisicoquímicos del maíz para sequeza y de conservación en los empaques. 3.1. Identificación del público objetivo, definición de canales de comercialización

5.3.1. Etapa de Pre-investigación

La etapa de pre-investigación se llevó a cabo mediante conversatorios con la Maestra Cecilia Hernández quien participó previamente con el grupo, de su trabajo realizado se desprende la necesidad de seguir colaborando con el grupo en diversos ámbitos como la estandarización de sus productos, mejoramiento de sus procesos contables, administrativos y productivos. Principalmente aquellos que tiene relación directa con las ventas y su implicación.

5.3.2. Primera Etapa, Diagnóstico

Esta etapa se relacionó con descubrir un problema, determinar una carencia o una necesidad del Grupo Flor del Valle, esto se llevó a cabo mediante:

5.3.2.1. Reunión con el grupo noviembre 2021

En esta reunión, el grupo habló de su historia y vivencias al formar parte del grupo, mediante esta intervención hablaron de la cantidad de productos con los que cuentan, de la materia prima que utilizan en sus productos, de la manera en que realizan sus productos y de los utensilios y herramientas que utilizan para la producción.

5.3.2.2. Charlas con informante clave

Mediante esta actividad se identificaron los productos más importantes para el crecimiento del mercado, se detectó la necesidad de mejorar el empaque de los productos secos.

5.3.2.3. El Cuestionario

Con la aplicación del cuestionario, se obtuvo información en puntos específicos que el grupo manifestó como importantes. Las categorías que se consideraron fueron: puntos de venta, productos más importantes, procesos administrativos, contables y productivos.

5.3.2.4. Análisis FODA

Este análisis se realizó considerando las opiniones proporcionadas por el informante clave, comparando las ventajas e inconvenientes y tratando de prever posibles riesgos, entre ellos, los factores externos que podían influir en el éxito de la alternativa.

5.4. Segunda Etapa, Programación

La etapa de programación comenzó con elegir un producto y en función de éste se plantean los objetivos y alcance del trabajo.

5.4.1. Observación participante en el proceso de elaboración y empaque del maíz para sequeza (prueba 1)

El día 09 de noviembre de 2021 se visitó la comunidad de Zimatlán de Álvarez con la finalidad de conocer el proceso productivo del maíz para sequeza y realizar pruebas de conservación con los distintos empaques.

5.4.1.1. Proceso de elaboración

La prueba se realizó en la casa de la Sra. Gómez, ella es habitante de la comunidad y manifestó conocer el platillo sequeza, sabe prepararlo de la forma en que se ha realizado generación tras generación.

La primera parte de esta prueba consistió en tostar y moler el maíz tipo sequeza, se llevó a cabo con 1 kg de maíz amarillo y ½ kg de carbón. Los utensilios que se utilizaron son: anafre, báscula alimenticia, comal, molino de granos manual y recipientes para contener el maíz caliente y a temperatura ambiente.

Descripción del proceso:

- Se escogió y se limpió el maíz, el proceso se realizó en 10 minutos.
- El maíz se colocó en la balanza, pesó 1 kg.

- Posteriormente se preparó el comal con ½ kg de carbón y se encendió a fuego medio.
- Se colocó el comal y se dejó calentar por unos minutos hasta que el calor resultó parejo en todo el comal.
- Cuando el calor estuvo a la temperatura ideal (de acuerdo con el conocimiento empírico, no se utilizan instrumentos para su medición) se colocaron los granos de maíz y se movieron constantemente con una hoja de totemoxtle.
- El proceso de tostado se realizó en 15 minutos.
- Se sacó el maíz del fuego y se pesó nuevamente, después del tostado el maíz pesó 975 g.
- Se preparó el molino de granos con una abertura media y se fueron colocando los granos de maíz, este proceso duró 14 minutos en la 1ra pasada y 8 minutos en la 2da pasada. En total 22 minutos.
- Después del molido se volvió a pesar el maíz, resultaron 925 g.

5.4.1.2. Evaluación de empaque

Se llenaron los distintos envases con la misma cantidad de maíz para sequeza, esto se realizó para determinar cuál de ellos es el más adecuado en la conservación y comercialización. En la Tabla 5, se muestran los empaques utilizados.

Tabla 5

Tipos de empaque evaluados.

Tipo de empaque	Capacidad en g
Bolsa de polipropileno con sello	250
Bolsa de polipropileno sin sello	500
Bolsa de plástico sin sello	200
Bolsa Trilaminada cierre hermético	150
Bote de PET con tapa	150

5.4.1.3. Determinación de los costos de materia prima y empaque

La tercera parte de esta prueba se llevó a cabo a través de la determinación de costos de la materia prima de la producción del maíz para sequeza como se presenta en la Tabla 6; en la Tabla 7 se muestran los envases evaluados y su costo.

Tabla 6

Costos del material utilizado en la elaboración del maíz para sequeza.

Materia prima	Cantidad kg	Costo \$
Maíz	1	15.00
Carbón	1/2	8.00

Tabla 7

Análisis del Costo de los empaques evaluados.

Tipo de empaque	Capacidad en g	Cantidad en piezas	Costo en pesos \$	Costo unitario \$
Trilaminada c/ cierre	250	25	95.00	3.80
Polipropileno c/ sello	250	100	59.00	0.59
Polipropileno s/ sello	500	100	40.00	0.40
Bolsa plástico s/sello	200	200	38.90	0.19
Bote de pet	150	1	9.56	9.56

5.5. Observación participante en el proceso de elaboración de maíz para sequeza (prueba 2)

El día 9 de febrero de 2022 se realizó una segunda evaluación en la comunidad de Zimatlán de Álvarez, nuevamente visitamos la casa de la Sra. Gómez, con el objetivo de realizar pruebas de producción para complementar y comparar información obtenida durante la primera visita.

5.5.1. Maíz amarillo y blanco para sequeza

La prueba se realizó con 1.5 kg de maíz amarillo y 1.5 kg de maíz blanco con la finalidad de analizar el proceso de producción y costos de lotes de 3 kg. Así como para comparar los procesos productivos de ambos tipos de maíz. En esta ocasión se tomaron en cuenta los cambios en las características físicas del maíz durante los distintos procesos, estos cambios fueron mencionados y explicados por la Sra. Gómez. También se agregan los descansos necesarios durante la realización de cada proceso, especialmente en el molido y también entre cada cambio de proceso. En la Tabla 8 se observa el proceso productivo con tiempos, observaciones, cambios en el maíz y la merma en cada proceso.

Tabla 8

Tiempo, merma y observaciones de los procesos en la elaboración de maíz.

Proceso	Tiempo	Observaciones	Cambios en el maíz	Merma
Tostado de 1.5 kg de maíz amarillo	43 min	40 min de proceso 3 min entre descanso y colocación de más carbón.	Cambio de color evidente. Cambios en el olor que resultan agradables. El cambio en el olor del maíz amarillo tostado es más intenso que el del maíz blanco.	Después del tostado son 1.460 kg 40 g son merma
Tostado de 1.5 kg de maíz blanco	33 min	33 min de proceso En 3 min se quita el maíz amarillo del comal para su enfriamiento, Se coloca el maíz blanco en el comal.	Cambio de color evidente. Cambios en el olor que resultan agradables. El olor del maíz blanco tostado es menos intenso que el olor del maíz amarillo.	Después del tostado son 1.440 kg 60 g son merma

El calor del comal es parejo en todo el comal.			
--	--	--	--

Molido de 1.460 Kg de maíz amarillo	16 min	Receso de 2 min	Después del molido 1.440 kg, merma de 20 g
-------------------------------------	--------	-----------------	--

Molido de 1.440 kg de maíz blanco	18 min	Receso de 3 min	Después del molido 1.360 kg, merma de 80 g
-----------------------------------	--------	-----------------	--

Envasado en paquetes de 150 g	35 min	Maíz amarillo, 9.6 paquetes de 150 g Maíz blanco, 9 paquetes de 150 g	
-------------------------------	--------	--	--

Limpieza de herramientas y materiales	30 min	Lavado de comal, molino, recipientes. Apagado de carbón	
---------------------------------------	--------	--	--

5.5.2. Análisis de las propiedades fisicoquímicas de los alimentos

Este análisis es uno de los aspectos principales en el cumplimiento de la calidad, por lo que a las muestras de maíz tostado y molido obtenidas durante las visitas a la comunidad se le aplicaron las siguientes pruebas de laboratorio.

5.5.2.1. Determinación de color

La medida del color se obtuvo mediante el uso de un colorímetro marca Hunter Lab, que de acuerdo con Phillips (2020) está diseñado para realizar en las muestras una serie de análisis psicofísicos, es decir, sus lecturas se asocian con la percepción que tiene el ser humano. Sus resultados son directos y realiza lecturas con valores triestímulo, identificando

un color con literales que representan distintas dimensiones de su apariencia visual. Las literales representan:

- En el eje L (luminosidad), el 0 es negro, 100 es blanco y 50 es gris.
- En el eje a (rojo-verde), los valores positivos son rojos, los valores negativos son los verdes y el 0 es neutral.
- En el eje b (azul-amarillo), los valores positivos son amarillos, los valores negativos son azules y el 0 es neutral.

Se calibró el colorímetro 100% oscuro y 100% blanco (estándares) y se colocó directamente sobre tres muestras de maíz tostado y molido amarillo y tres muestras de maíz tostado y molido blanco como se muestra en la Figura 3.

Figura 3

Colorímetro empleado en la determinación del color de las muestras evaluadas.



5.5.2.2. Determinación de la Humedad

De acuerdo con la Norma mexicana Maíz- medición del contenido de humedad (en granos molidos y en granos enteros) NMX-FF-119-SCFI-2015 Secretaría de Economía (2015), el contenido de humedad es la fracción de masa de agua que se encuentra en una muestra de grano, esta se expresa como porcentaje. La Norma Mexicana Productos alimenticios no industrializados para consumo humano-cereales-Partel: Maíz blanco para

proceso alcalino para tortillas de maíz y productos de maíz nixtamalizado – especificaciones y métodos de prueba NMX-FF-034-1SCFI-2002 Secretaría de Economía (2002) menciona que para que el maíz tenga un manejo, conservación y almacenamiento correctos se debe considerar un contenido de humedad del 14 %

Por lo general, la humedad en alimentos se determina mediante un método termogravimétrico (AOAC, 2016). Para obtener el porcentaje de humedad de las muestras de maíz para sequeza amarillo y blanco se utilizó el método de secado por estufa, mediante una balanza analítica se determinó el peso de tres muestras de maíz amarillo y tres muestras de maíz blanco antes del secado como aparece en la Figura 4, posteriormente, se colocaron las seis muestras en estufa eléctrica de cultivo con termostato hidráulico a una temperatura de 60 grados por un periodo de 24 horas.

Figura 4

Muestra de maíz triturado amarillo y blanco.



Nota. Imagen tomada en el laboratorio del CIIDIR durante las pruebas de secado.

El último paso de esta prueba consistió en colocar cada muestra en la balanza analítica para pesar nuevamente y realizar un comparativo entre el peso antes del secado y el peso de cada muestra después del secado.

5.5.2.3. Granulometría

Para realizar la prueba de granulometría se utilizaron tres muestras de 50 g de maíz amarillo y tres muestras de 50 g de maíz blanco, se utilizó un tamizador cuyas mallas se

colocaron de forma descendente en cuanto a la medida de su diámetro, en la parte superior la malla No. 4 que tiene 5 mm de diámetro, en medio la malla no. 5 con 4 mm, seguida de la malla no. 10 cuyo diámetro es de 2 mm, finalmente, cada muestra se colocó en la primera malla, se agitó el tamizador por 10 minutos. Posteriormente, se recogió la muestra restante en cada malla y se volvió a pesar, finalmente estos datos se registraron para su análisis.

Figura 5

Proporciones de grano de la sequeza en los diferentes tamices.



Nota. imágenes obtenidas en el laboratorio del CIIDIR durante las pruebas de granulometría.

5.6. Determinación de estrategias de venta que resaltan atributos de Comercio Justo.

Pérez (s.f.) dice que los mercados locales son espacios donde naturalmente se crean reuniones entre la comunidad y los productores, generando experiencias comunitarias, esto hace que el gran desafío de encontrar productos e iniciativas convierta a toda la comunidad en estimulantes locales de la economía y la promoción del Comercio Justo. La identificación de canales de distribución y puntos de venta del maíz para sequeza se apegó a los siguientes principios de Comercio Justo:

- Prácticas comerciales justas
- Promoción del Comercio Justo

5.6.1. Prácticas comerciales justas

El trabajo realizado en este principio de Comercio Justo tomó en cuenta el reconocimiento, promoción y protección de la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores que se ven reflejados en sus productos alimentarios, esto se logró, mediante la evaluación y elección del empaque y el diseño de la etiqueta del maíz para sequeza.

5.6.1.1. La Etiqueta

La etiqueta se diseñó bajo el enfoque del Comercio Justo, de tal manera que se muestra parte del proceso de elaboración del producto, indicando que se realiza de forma artesanal con la ayuda del molino de granos manual, adicionalmente, se reconoce que el maíz es una materia prima a cuyo valor cultural también se le suma un aporte nutricional y energético, también proporciona información del grupo, en ella se menciona que es una Cooperativa formada por personas que pertenecen a la comunidad de Zimatlán de Álvarez.

También se consideró la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria. Según esta norma el maíz para sequeza es un alimento preenvasado por lo que la etiqueta debe tener definidos los siguientes parámetros:

- Superficie de información
- Superficie principal de exhibición
- Unidad de medida
- Valores nutrimentales de referencia (VNR)
- Nombre o denominación (Secretaría de Economía, 2010)

La superficie principal de exhibición se calculó de acuerdo con el apartado 4.3 de la Norma Oficial Mexicana NOM-030-SCFI-2006. La altura del dato cuantitativo y de la unidad de magnitud de la etiqueta de la sequeza tiene una altura mínima de 2 mm. Adicionalmente, en la tabla 3, Magnitudes, unidades y símbolos a utilizar en la declaración de cantidad de la mencionada norma, se determina que el estado físico del maíz para sequeza es un semisólido, la magnitud es masa y su unidad de medida es Kg con submúltiplo gramo (g) (Secretaría de Economía, 2010).

La modificación a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010 dice que en la etiqueta del producto preenvasado cuya comercialización se haga en forma individual debe figurar una lista de ingredientes, salvo cuando se trate de alimentos de un único ingrediente y no incluya algún aditivo. En otro apartado de la misma norma se menciona la excepción de incluir la declaración nutrimental de los productos que incluyan un solo ingrediente, siempre y cuando no incluyan alguna declaración de propiedades nutrimentales o saludables (Secretaría de Economía, 2010). Lo mencionado en esta norma aplica en la etiqueta del maíz para sequeza, por lo que se encuentra exenta de llevar la lista de ingredientes y de contener la declaración nutrimental.

5.6.1.2. Productos con Calidad y especificaciones deseadas.

El principio de Prácticas comerciales justas se trata de entregar los productos con la calidad y las características deseadas. Se realizaron pruebas de conservación y manejo del maíz para sequeza en distintos empaques, esta información se encuentra en el punto 5.4.1.2. Evaluación del empaque de este mismo capítulo.

5.7. Promoción del Comercio Justo

En el principio de Promoción del Comercio Justo los actores involucrados en las relaciones resultantes de este proceso también promueven activamente los principios y valores del Comercio Justo a nivel local, regional e internacional.

5.8. Indicadores

Se utilizan indicadores de proceso y de resultados para evaluar las acciones que se llevan a cabo durante el avance del proyecto. De acuerdo con lo señalado por Contreras *et al.* (2017) un indicador es una herramienta proveedora de evidencia acerca de si una determinada situación se ha dado o si ciertos resultados se lograron. Si no han sido logrados hace una evaluación sobre el progreso realizado. En la Tabla 9 se encuentran los indicadores que sirven como evaluación del desarrollo del proyecto.

Tabla 9

Indicadores del proceso de promoción.

Nombre del indicador	Medición	Tipo de Indicador	Operacionalización
Puntos de venta identificados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cantidad de puntos de venta, mercados, etc. que venden los productos. ▪ Volumen de producto por punto de venta. 	Cuantitativo	Suspendieron la venta debido a la pandemia de covid-19
Puntos de venta elegidos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cantidad de puntos de venta, mercados, etc. que podrían vender los productos 	Cuantitativo	6 mercados gastronómicos de valles Centrales. 4 mercados gastronómicos y artesanales. 5 restaurantes con sequeza en su menú. 2 tiendas locales de granos y semillas. 1 mercado de la nostalgia

Nota. La propuesta se construyó en una situación particular en la que el grupo dejó de reunirse, sin embargo, sus productos cuentan con mercado potencial.

CAPÍTULO VI RESULTADOS

En este capítulo se muestran los resultados más relevantes identificados durante el proceso de elaboración de la presente tesis.

6.1. Situación actual del Grupo Flor del Valle.

El grupo cumple 9 años de operación, se han colocado en un proceso de consolidación que les conduce hacia retos en diversos ámbitos. Se destacan los de tipo administrativo y sobre la venta de sus productos. En la Figura 6 se muestran los resultados más significativos de la situación actual del grupo.

Figura 6

Identificación de la situación actual del grupo.

Reunión con el grupo	Informante clave	Cuestionario
<ul style="list-style-type: none">• Se identificaron diversos productos y se empezó a evaluar la posibilidad de reducir la cantidad de ellos.• Se identifica la necesidad de mejorar la infraestructura, utensilios y herramientas.	<ul style="list-style-type: none">• Identificación de los productos más importantes para el crecimiento del mercado.• Necesidad de mejorar el empaque de los productos secos.• Por la pandemia dejó de comercializarse y producirse la granola.	<ul style="list-style-type: none">• Necesidad de capacitación en la parte administrativa, productiva y ventas.• Actualización del estatus de la producción y venta.• Actividades que se pueden mejorar en los procesos.

Nota. Cuadro realizado a partir de los resultados del diagnóstico participativo.

Adicionalmente, y como resultado de la observación participativa, en esta reunión se reconoció que son personas que se identifican con el trabajo cooperativo y la ayuda mutua, así como con el cuidado del medio ambiente. Están muy orgullosos del grupo y de

sus productos, se encuentran cómodos con la idea de innovar, mediante la presentación de productos que simplifican la preparación de alimentos ancestrales que son conocidos por la comunidad como los molidos de maíz para sequeza y garbanzo.

6.1.1. Importancia de los productos elaborados por Flor del Valle.

Se determinó la importancia que tienen los productos en el crecimiento del mercado del Grupo, esta importancia recae en la granola y el aciento de semillas se fundamenta en el volumen de elaboración y ventas. La Tabla 10, enumera por orden y motivo de importancia en el crecimiento del mercado los productos del grupo.

Tabla 10

Importancia de los productos del Grupo Flor del Valle de acuerdo con el volumen de elaboración y nivel de ventas.

Producto	Motivo de importancia
1. Granola	Ambos productos se encuentran estandarizados, tienen difusión y cuentan con buen nivel de comercialización
2. Aciento vegetal	
3. Maíz para sequeza	Representan un consumo medio en la población, son buscados al interior de la comunidad, el grupo es reconocido por producir y venderlos.
4. Molido garbanzo	
5. Molido frijol	Representan un consumo moderado en la población.
6. Polvo guiñadú	

Nota. Datos proporcionados por el informante clave.

6.1.2. Determinación del empaque para el maíz de la sequeza

Al identificar la importancia de los productos secos (maíz para sequeza y molido de garbanzo) en el crecimiento del mercado, también se identificó que el empaque con el que cuentan no es el adecuado para la conservación de los productos, el empaque debe ser mejorado con la finalidad de lograr una mayor vida de anaquel y en consecuencia que se pueda distribuir a más puntos de venta.

6.1.3. Identificación de oportunidades en el fortalecimiento de capacidades.

Los miembros del grupo manifestaron la necesidad de acudir a cursos o talleres de capacitación y actualización, el último taller al que acudieron fue hace dos años. Adicionalmente algunos miembros del grupo ofrecen cierta resistencia al cambio y no siguen los modelos planteados con anterioridad. Se determinó la necesidad en primer lugar de recibir capacitación en el área contable, después en el proceso productivo y finalmente en el proceso de ventas.

6.1.4. Identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

La Tabla 11 muestra los resultados obtenidos del Análisis FODA.

Tabla 11

Análisis FODA Grupo Flor del Valle.

<p><u>FORTALEZAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabajan bajo principios de economía solidaria. - Dos productos estandarizados. - Producen alimentos ancestrales. - Producen alimentos que forman parte de la cultura alimentaria local. - Formado por mujeres y hombres que conocen el proceso y trabajan para mejorar. - Materias primas al alcance, algunas las producen ellos. 	<p><u>DEBILIDADES:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - En algunos aspectos tienen resistencia al cambio. - Empaque poco adecuado para la conservación de los productos secos: maíz para sequeza, garbanzo molido y de frijol. - Infraestructura insuficiente. - Bajos ingresos por venta. - Desintegración del grupo.
<p><u>OPORTUNIDADES:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Próximo regreso a clases presenciales. - Identificación de productos potenciales. - La comunidad demanda sus productos. - Es posible continuar con la mejora de sus productos. - Comercio en línea. 	<p><u>AMENAZAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pandemia generada por covid-19. - Obsolescencia de herramientas y utensilios. - Falta de infraestructura y local adecuado para la producción.

Nota. Datos obtenidos mediante análisis de la información obtenida por charlas con informante clave.

6.2. Estado actual de los canales de distribución.

Como consecuencia de la pandemia y sus restricciones sanitarias en combinación con situaciones personales, el grupo tomó la decisión de ya no reunirse, por lo tanto, dejaron de producir, dando como resultado que los canales de distribución están detenidos.

En septiembre de 2021, el grupo manifestó que, volverían a reunirse en diciembre de ese mismo año, pero únicamente producirían jarabes para la tos o productos que tuvieran a la miel como materia prima, en ese momento apostaron a que sus productos se comercializarían como remedio para las enfermedades respiratorias derivadas o no del coronavirus. En consideración a la importancia que representan los productos del Grupo Flor del Valle, se trabajó con el maíz para sequeza.

6.3. Proceso de elaboración y empaque (prueba 1)

Durante la prueba 1, se obtuvo el costo de la materia prima necesaria para producir 150 g de maíz para sequeza.

Tabla 12

Costo de materia prima por cada 150 g de sequeza.

Materia Prima	Cantidad g	Costo \$	Costo de 150 g
Maíz	1000	15.00	2.25
Carbón	500	8.00	1.20
TOTAL		23.00	3.45

Durante esta prueba también se obtuvo el costo de cuatro distintos empaques, en la Tabla 13 se observan estos datos.

Tabla 13

Costo de acuerdo con el tipo de empaque por cada 150 g de maíz para sequeza.

Tipo de empaque	Costo materia prima (\$)	Costo empaque (\$)	Costo total (\$)
Bolsa Trilaminada c/ cierre	3.45	3.80	7.25
Bolsa de Polipropileno c/ sello	3.45	0.59	4.04
Bolsa de Polipropileno s/ sello	3.45	0.40	3.85
Bolsa plástico s/sello	3.45	0.19	3.64
Bote de pet	3.45	9.56	13.01

Los pasos del proceso productivo, así como los tiempos y la merma en cada uno de ellos. también se obtuvieron en esta prueba. En la Tabla 14 se presentan estos resultados.

Tabla 14 *Procesos, tiempos y merma en la elaboración del maíz para sequeza.*

Proceso	Minutos	Merma (g)
Limpieza	10	
Tostado	15	25
Molido	22	50
Empacado	10	
Total	57	75

6.4. Proceso de elaboración y costos (prueba 2)

En una segunda prueba, se determinaron los costos y los procesos. Se realizó un comparativo entre los tiempos de producción y la merma de ambos tipos de maíz. Se muestran los resultados en la Tabla 15.

Tabla 15

Comparativo de tiempos (en minutos) y merma por cada proceso entre 1.5 kg de maíz blanco y 1.5 kg de maíz amarillo. Observaciones resultantes.

Maíz			
Proceso	Blanco	Amarillo	Observaciones
Limpieza de maíz	7.5	7.5	El tiempo de este proceso se divide en partes iguales
Prender anafre	7.5	7.5	
Tostado	33	43	Merma: Blanco 60 g Amarillo 40 g
Molido	18	16	Merma: Blanco 80 g Amarillo 20 g
Envasado	17	17	9 paquetes de 150 g
Limpieza	15	15	Lavado de comal, molino y recipientes; apagado de carbón.
Descansos entre procesos	6	6	El proceso con más descansos es el molido
Total	104 minutos	112 minutos	

Nota. Datos obtenidos durante la segunda observación participante.

En la Tabla 16 se muestran los cambios físicos que cada maíz mostró durante el proceso de tostado, así como los comentarios finales sobre el momento de finalizar el proceso.

Tabla 16

Comparativo de cambios físicos entre maíz amarillo y blanco durante el proceso de tostado.

Tostado de maíz	Amarillo	Blanco
Cambios físicos	El olor a maíz cocido es muy evidente y agradable, el olor más intenso que el del maíz blanco.	El olor a maíz cocido evidente y agradable, olor menos intenso que el del maíz amarillo
Momento de retirar del comal	El color debe cambiar de amarillo a café, algunos granos deben reventar y volverse palomitas.	El color debe cambiar de blanco a amarillo, algunos granos deben reventar y volverse palomitas.

6.4.1. Costo de producción del maíz para sequeza

Se complementó el costo de producción, con un cálculo por lote de 3 kg de maíz molido el costo es de \$221.72 (doscientos veintiún pesos 72/100 m.n.) a este cálculo se agrega el costo del empaque de bolsa Trilaminada \$3.80, más el costo de la etiqueta \$4.62 y se obtienen 18 piezas de 150 g cuyo costo unitario es de \$16.94, el precio de venta se coloca en \$30 obteniendo un margen de utilidad de \$13 que representa el 44% en la Figura 7 se muestran estos resultados.

Figura 7

Costo de producción, precio de venta y margen de utilidad del maíz para sequeza.

COSTO DE PRODUCCIÓN DE 1 LOTE DE 3 KG					
			Importe	Costo unitario	
Ingredientes	Unidades	Cantidad			
Maíz	Kg	3	15	45	
Carbón	Kg	0.75	18	13.5	
Herramientas y accesorios					
Báscula capacidad 3 kg	pza	0	0.014	0.014	
Molino manual	pza	0	0.037	0.037	
Comal	pza	0	0.023	0.023	
Recipiente para limpiar y almacenar maíz	pza	0	0.114	0.114	
Escobetilla para mover el maíz	pza	0	0.009	0.009	
Cucharón para envasar	pza	0	0.023	0.023	
Anafre mediano de lámina	pza	0	3.500	3.500	
M. Obra	hrs de trabajo por lote	1.875	85.07	159.50	
Total costo de producción				221.72	
piezas por lote de 3 kg:					
presentación sequeza 150g		18 piezas por lote		Costo unitario	12.32
Bolsa trilaminado de 250 gr 25 pza	pz	25	95	3.8	
Etiqueta 8x5 con especificaciones		1000	823	0.823	
Total costo empaque 150g				4.623	
Total costo de producción + costo empaque 150g				Costo unitario 150g	
				16.94	
				Precio de venta	
				30	
				Margen de utilidad	
				13	
				% de margen de utilidad	
				44%	

6.4.2. Análisis fisicoquímicos realizados al maíz para sequeza.

Con las muestras de maíz obtenidas en la segunda determinación se realizaron análisis fisicoquímicos establecidos para el control de calidad parcial del maíz para sequeza.

6.4.2.1. Determinación de los parámetros de color del maíz amarillo y blanco para sequeza.

En la Tabla 17 se observan los parámetros de color obtenidos del promedio de lectura L, a, b, de 4 muestras, así como la desviación estándar de cada muestra. Encontramos que, debido a su color, el maíz blanco resulta con mayor luminosidad que el maíz amarillo, por el contrario, tanto el parámetro a (verdes a rojos) como el b (azules a amarillos) resultan más altos para el maíz amarillo.

Tabla 17

Resultado de las pruebas de colorimetría en maíz blanco y amarillo.

Parámetro	Media de Maíz	
	Blanco	Amarillo
L	72.08 ± 0.73	66.32 ± 4.41
a	4.97 ± 0.07	5.55 ± 0.22
b	22.20 ± 0.18	27.89 ± 1.67

Nota. Promedio de la evaluación de los parámetros por triplicado.

En la Tabla 18 se muestran los resultados de la prueba control realizada a los tres meses de la primera, en esta tabla, se aprecia la media de tres muestras de los parámetros L, a, b, por cada tipo de empaque. Se aprecia que la Luminosidad es mayor en el maíz blanco que en el maíz amarillo no importando el tipo de empaque, resultado consistente con lo apreciado en la primera prueba. La bolsa Trilaminada tiene los valores más altos en luminosidad en ambos maíces mientras que el bote tiene los valores más bajos también en ambos maíces. En el parámetro “a” el maíz amarillo refiere mayor valor que el maíz blanco en todos los empaques. Este resultado es consistente con la prueba anterior. El valor más

alto del parámetro “a” lo obtiene la bolsa de celofán en ambos maíces y el valor más bajo lo obtiene la bolsa de plástico en el maíz amarillo y la bolsa Trilaminada en el maíz blanco. En el parámetro “b”, el maíz amarillo presentó valores mayores que el maíz blanco, resultado consistente con el resultado de la prueba anterior. El valor más alto del parámetro “b” lo tiene la bolsa de celofán en ambos maíces, los valores más bajos en el maíz amarillo los tuvo el bote y en el maíz blanco la bolsa Trilaminada.

Tabla 18

Comparativo de la media de los parámetros de color L, a, b entre maíz amarillo y blanco para sequeza por tipo de empaque.

Empaque	L		a		b	
	Amarillo	Blanco	Amarillo	Blanco	Amarillo	Blanco
Bote	58.45 ± 0.28	70.16 ± 0.31	5.46 ± 1.63	3.45 ± 0.14	23.65 ± 0.32	19.00 ± 0.10
Celofán	62.07 ± 0.43	73.25 ± 0.35	6.96 ± 0.04	4.06 ± 0.09	30.54 ± 0.02	22.14 ± 0.10
Trilaminada	70.28 ± 0.45	74.78 ± 0.30	4.88 ± 0.13	2.92 ± 0.01	25.08 ± 0.36	18.59 ± 0.24
Plástico	69.32 ± 1.30	74.43 ± 1.33	4.75 ± 0.05	3.81 ± 0.32	25.09 ± 0.53	20.29 ± 0.08

Nota. Promedio de la evaluación de los parámetros por triplicado.

6.4.2.2. Determinación de la Humedad en el maíz para sequeza

En la Tabla 19 se observa el promedio de los porcentajes de humedad obtenidos de tres muestras de maíz blanco y tres de maíz amarillo, ambos recién procesados. El porcentaje de humedad del maíz amarillo es menor al porcentaje del maíz blanco. La desviación estándar del maíz amarillo es menor que la del maíz blanco por lo que se infiere que el maíz amarillo tiene mayor estabilidad.

Tabla 19

Porcentaje de humedad de maíz blanco y amarillo.

Maíz	Amarillo	Blanco
% Humedad	2.95 ± 0.10	3.49 ± 0.73

Nota. Promedio de tres muestras evaluadas.

La prueba de control se llevó a cabo a los tres meses, en esta ocasión se tomaron tres muestras de maíz amarillo y tres de maíz blanco por cada tipo de empaque. El porcentaje de humedad del maíz amarillo fue menor que el porcentaje del maíz blanco en todos los empaques, resultado consistente con el resultado de la primera prueba. El maíz amarillo en la bolsa Trilaminada tuvo el menor porcentaje de humedad mientras que, el maíz blanco en el bote tuvo el menor porcentaje de humedad. Los resultados se muestran en la Tabla 20.

Tabla 20

Porcentaje de humedad de maíz amarillo y blanco para sequeza por tipo de empaque.

Empaque	% Humedad		Diferencia en % Humedad
	Amarillo	Blanco	
Bote	3.07 ± 0.15	3.49 ± 0.19	0.42
Celofán	3.14 ± 0.48	3.74 ± 0.07	0.60
Trilaminada	2.93 ± 0.14	3.77 ± 0.17	0.84
Plástico	3.63 ± 0.20	3.87 ± 0.14	0.24

Nota. Promedio de tres muestras evaluadas por cada tipo de empaque.

Figura 8

Tipos de empaque llenados con maíz para sequeza amarillo y blanco.



6.4.2.3. Granulometría del maíz para sequeza

En la Tabla 21 se muestran los resultados de la granulometría, por lo que observamos, el 50% del maíz amarillo queda en la malla número 10 que corresponde al molido grueso, mientras que el maíz blanco tiene un 70% de grano grueso, ambos maíces tienen el molido mediana malla número 18 como segundo lugar, seguido del fino malla número 85 y el polvo que se queda en el fondo. La Señora Gómez menciona que el maíz debe mantener esa proporción para lograr la consistencia ideal en la preparación de la sequeza, ella dice que “si hay más fino que grueso la consistencia será la de un atole”.

Tabla 21

Porcentaje de retención en diferentes mallas del grano de maíz triturado para la elaboración de sequeza.

	% Retención en malla					
	No. de malla	10	18	85	Fondo	Total
Amarillo		47	27	11	15	100
Blanco		70	17	6	6	100

Nota. Datos obtenidos de aplicación por triplicado en pruebas de laboratorio.

En los resultados de la prueba de control que se muestran en la Tabla 22 y que se realizó a los tres meses de la primera, se observa que en el bote y en la bolsa Trilaminada el maíz amarillo conserva casi la proporción mencionada en la primera prueba como idónea, si bien el celofán y la bolsa de plástico tienen valores fuera de rango, también conservaron en buenas condiciones al maíz amarillo. El maíz blanco sigue conservando más de la mitad de grano grueso en cada empaque.

Tabla 22

Granulometría de las muestras en los diferentes empaques a los tres meses de almacenamiento.

Empaque	Maíz	% Retención en malla				
		10	18	85	Fondo	Total
Bote	Amarillo	47	28	12	14	100
	Blanco	66	20	10	5	100

Celofán	Amarillo	51	25	14	10	100
	Blanco	62	22	10	5	100
Trilaminada	Amarillo	49	27	16	7	100
	Blanco	67	19	8	6	100
Plástico	Amarillo	50	27	15	8	100
	Blanco	63	22	11	4	100

Nota. Datos obtenidos de aplicación por triplicado en pruebas de laboratorio.

6.5. Estrategias de mercado del maíz para segeza

6.5.1. La Etiqueta del maíz para segeza

Cabe mencionar que el Grupo Flor del Valle cuenta con un logotipo que está presente en las etiquetas de los productos que están estandarizados, este se consideró en la etiqueta del maíz para segeza.

Figura 9

Etiqueta del maíz para segeza del Grupo Flor del Valle.



6.5.2. Los puntos de venta.

6.5.2.1. Estrategias de venta.

El primer punto que se consideró en la implementación de las estrategias de venta fue la definición del público objetivo (target), ¿Quién comprará el maíz para sequeza? En esta definición, se tomó en cuenta que la sequeza es un alimento ancestral, originario de los Valles Centrales de Oaxaca, el maíz ofertado es el principal ingrediente de este platillo y ya se ofrece tostado y molido de manera tradicional. En la Tabla 22 se muestran los cinco diferentes puntos de venta desde donde se puede llegar al target o público objetivo.

Tabla 23

Puntos de venta identificados y público objetivo (target).

Punto de venta	Nombre	Público objetivo (target)
Mercados gastronómicos	20 de noviembre (Oaxaca de Juárez)	En los mercados de alimentos de estas localidades la sequeza es conocida y se vende como platillo. En algunas de estas comunidades la sequeza se considera como mole, algunos la nombran “mole de maíz”.
	Tlacolula	Las personas que la ofrecen saben que el proceso más complicado durante la elaboración es tostar y moler el maíz de manera tradicional.
	Etla	A estos mercados asisten personas que conocen la sequeza y saben lo complicado que puede ser tostar el maíz en anafre y comal para después molerlo en metate o molino manual.
	Cuilapam	Finalmente, en estos mercados, existen turistas nacionales e internacionales interesados en la gastronomía oaxaqueña y la manera tradicional en que se realizan algunos platillos.
	Zaachila	
	Zimatlán	
Mercados orgánicos y artesanales	El Pochote	En este tipo de mercados se combinan los alimentos con productos naturales y orgánicos, la sequeza es conocida y en algunos lugares se vende como platillo. Las personas que la ofrecen saben que el proceso más difícil puede llegar a ser el tostado y molido del maíz de manera tradicional.
	La Cosecha	Algunas de las personas que acuden a este tipo de mercados buscan alimentos con los que se identifican culturalmente, también buscan los ingredientes y valoran la manera tradicional en la que se realizan.
	Mercado agroalimentario de Cuilapam	Otras personas buscan alimentos naturales, orgánicos y locales.
	Casa del artesano	
Restaurantes con Sequeza dentro de su menú	En Oaxaca de Juárez: Las quince letras Taviche La catedral Levadura de olla	Los restaurantes con sequeza dentro de su menú conocen el grado de dificultad que tienen el tostado y molido del maíz, aprecian la manera tradicional de realizarlo y valoran que el maíz sea de origen local ya que pueden encontrarlo durante todo el año.
	En Teotitlán del Valle: Tlamanalli	Estos restaurantes reconocen la riqueza e importancia que la sequeza aporta a la cultura oaxaqueña y tratan de conservarlas al mantenerla dentro de su menú.

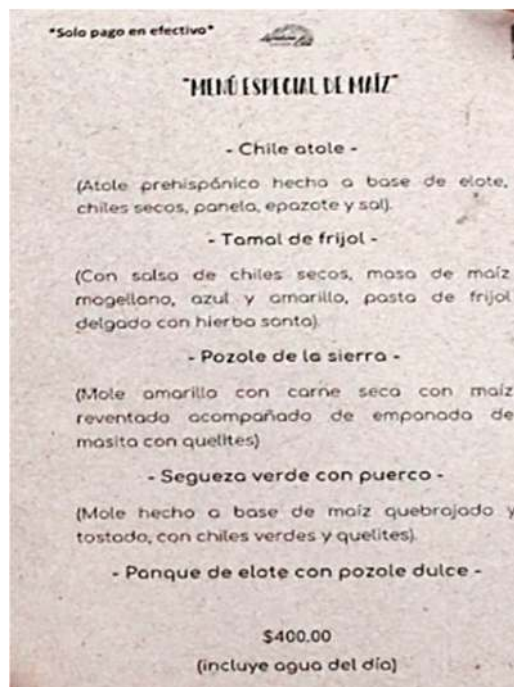
Tiendas locales de granos y semillas	La tienda de la sazón La tienda del pueblo	En estas tiendas se ofertan entre otras cosas: granos, semillas, frutos secos, así como molidos de, garbanzo, frijol, avena, todos ellos forman parte de la gastronomía oaxaqueña, por lo que resulta natural para estas tiendas integrar al maíz para sequeza diversificando el surtido de su anaquel. Los compradores de estas tiendas saben que encuentran ingredientes de origen vegetal para muchos platillos oaxaqueños.
Mercado de la nostalgia	Oaxaqueños viviendo en otro estado o en el extranjero	Personas que, debido a la distancia, desean y valoran este tipo de alimentos tanto por el origen local del maíz como por la manera artesanal en la que es preparado el maíz y la sequeza.

Nota. Target es el término utilizado en mercadotecnia para identificar al cliente potencial.

En la Figura 10 se observa el “menú especial de maíz” del restaurante Taviche que se encuentra en el centro de la ciudad de Oaxaca de Juárez, se puede apreciar que describen a la sequeza como un mole hecho a base de maíz quebrado y tostado, también se aprecia que el precio por platillo es de \$400.00

Figura 10

Menú del restaurante Taviche donde se ubica la sequeza, como mole de maíz.



Durante la búsqueda de información acerca de los puntos de venta se encontraron restaurantes que si bien no tienen en su menú a la sequeza, si ofrecen comida oaxaqueña, platillos oaxaqueños, comida artesanal, botana oaxaqueña, o comida local, por sus características, estos restaurantes podrían ser considerados como parte del público objetivo del maíz para sequeza, se encontraron al menos diez opciones que se mencionan a continuación: Ancestral Cocina Tradicional, Hierba Dulce, La Olla, Hostería de Alcalá, Restaurante el Andariego, Restaurant Catedral, Casa Mayordomo, Los Cuiles, Restaurant Criollo, Expendio Tradición.

En esta búsqueda también se encontraron restaurantes de “cocina fusión oaxaqueña” o “cocina de autor con ingredientes oaxaqueños preparados al gusto del chef”, por tener la característica de utilizar ingredientes oaxaqueños a continuación, se mencionan Casa Oaxaca, La Pitona, Tierra del sol, Los Danzantes, estos restaurantes podrían ser considerados como público objetivo.

DISCUSIÓN

La integración de la presente tesis se realizó con la participación del Grupo Flor del Valle, la fase diagnóstica facilitó la definición del alcance de esta y el logro de resultados.

Uno de los primeros hallazgos muestra que el grupo valora su integración y lo que han logrado a lo largo de 9 años de trabajo. La situación de dificultad que enfrentaron en el año 2020 vino a mover su estructura y a mostrar que las debilidades pueden ser vulnerables ante las amenazas que se fueron presentando por la suspensión de clases y el cierre del mercado local que eran sus principales puntos de colocación de sus productos.

La identificación de canales de distribución se convierte en uno de los componentes primordiales en los procesos de venta de un grupo de productores, empresas pequeñas o medianas. Dupuis & Goodman (2005) mencionan que si las cadenas de producción son cortas se genera una mayor conexión entre el consumidor final y el alimento, vinculando a la alimentación con aspectos sociales y culturales. Estos autores coinciden con la definición del público objetivo que se realizó como parte de las estrategias de venta ya que se tomaron en cuenta los mercados gastronómicos de los Valles Centrales donde se conoce a la segeza como un platillo que pertenece a la comunidad, en algunas de estas localidades lo nombran “mole de maíz”, este público objetivo sabe que la segeza se prepara tradicionalmente con maíz tostado y molido “quebrajado” y que esta preparación si bien tiene pocos procesos, tiene un alto grado de complejidad.

La identificación de los mercados gastronómicos locales, donde se encontró posibilidad de venta, coincide con lo planteado por Renting *et al.* (2003) quienes dicen que las Redes Alimentarias Alternativas forman un sistema agroalimentario local que intenta “resocializar” los alimentos mediante la cercanía del productor con el consumidor, para que este tenga un juicio de valor distinto hacia los alimentos, en función de su conocimiento y experiencia, permitiendo la construcción de transparencia, solidaridad, compromiso y sentido de pertenencia.

En la comunidad se Zimatlán de Álvarez, por costumbre el maíz amarillo es el propuesto para la elaboración de sequeza, el blanco se usa cuando no hay amarillo. Mediante resultados de análisis fisicoquímicos, el porcentaje de humedad del maíz para sequeza blanco es de 3.49%, mientras que el porcentaje de humedad del maíz amarillo es de 2.95%, el maíz amarillo tostado y molido resulta más conveniente para ser comercializado como maíz para sequeza, esto coincide con lo mencionado por Rosas *et al.* (2007), que sostienen que entre más secos se almacenen los granos el índice de deterioro será menor.

En un comparativo del porcentaje de humedad reportado por tipo de empaque y por tipo de maíz, ya sea blanco o amarillo, con tres meses de permanecer cerrado y de haber tenido movilidad, el porcentaje de humedad del maíz amarillo en bolsa Trilaminada, fue el menor, en este sentido se coincide con lo expuesto por Cromtek (2020) que menciona que con el cálculo de la humedad en los alimentos se determinan el sabor, la textura, consistencia y apariencia y el estado de conservación, siendo los anteriores, importantes factores de calidad.

Las pruebas de color realizadas a los tres meses de permanecer cerrados los empaques, muestran que en ambos tipos de maíz la luminosidad se encuentra lejos del 50 que significa gris, el maíz blanco tiene lecturas más altas que las del maíz amarillo, esto se debe al color blanco del maíz, por el contrario las lecturas a y b son más altas en el maíz amarillo, lo que se traduce en un buen resultado de acuerdo con lo mencionado por Desrosier (1998) quien dice que lo grisáceo en el alimento se debe a algún grado de descomposición y ambos maíces está lejos de esa descripción. La bolsa Trilaminada tiene mejores parámetros de calidad en lo que se refiere al contenido de humedad, color y distribución del tamaño del grano, esto coincide con Desrosier (1998) quien plantea una demanda mayor de cualquier alimento basada en los sabores, apariencia y calidad en general.

Las pruebas de granulometría mostraron que al abrir los empaques después de tres meses cerrados, tanto el bote como la bolsa Trilaminada conservaron casi la misma proporción del tamaño de los granos del maíz amarillo que el que tuvieron en la primera

prueba. Estos datos coinciden con lo mencionado por Bezerra *et al.* (2018) que dicen que el análisis granulométrico y la determinación de las propiedades físicas y funcionales de los granos, hace más fácil la estandarización y el proceso productivo, también ayuda a identificar los requisitos de la materia prima y a determinar los requisitos del empaque. Morataya (2015) menciona que el análisis granulométrico es una técnica que se utiliza para conocer el tamaño ideal de las partículas, esta información coincide con lo mencionado por la Señora Gómez, ella dice que: “el maíz debe mantener esa proporción para lograr la consistencia ideal de la sequeza, ya que si hay más fino que grueso repercute en la calidad del guisado o comida y permite tener la consistencia adecuada y no de un atole”.

Con relación al apego del Comercio Justo; las prácticas y manera de producir del Grupo Flor del Valle se apega a la posibilidad de acceder a un precio justo por sus productos, brindando información a sus compradores sobre el proceso de elaboración, si bien es complejo por los utensilios y materiales que son necesarios, al mismo tiempo se convierte en ventaja para los compradores potenciales al poder disponer del maíz para preparar la sequeza.

El proceso de promoción se ve reflejado en la información de la etiqueta, además de socializar con los compradores potenciales las ventajas de comprar un producto natural. Se abre la posibilidad de que la sequeza a través de la venta de la principal materia prima para su elaboración, permanezca en la gastronomía local.

Con relación a lo anterior, Maya (2015) plantea que parte de las prácticas comerciales justas es reconocer, promover y proteger tanto la identidad cultural como las habilidades tradicionales de los pequeños productores que se reflejan en sus productos alimenticios entre otras cosas, este planteamiento, sin duda coincide con el diseño de la etiqueta del maíz para sequeza, que se realizó bajo el enfoque del Comercio Justo, en ella se muestra parte del proceso de elaboración, indicando que se realiza de forma artesanal, mediante el molino de granos manual, en la etiqueta también se reconoce que el maíz representa una materia prima que contiene valor cultural y un aporte nutricional, adicionalmente, proporciona información sobre el enfoque de cooperativismo del Grupo Flor del valle y de la pertenencia a la comunidad de Zimatlán de Álvarez.

CONCLUSIONES

Se logró el fortalecimiento del proceso de venta de los alimentos del grupo mediante el reconocimiento de la importancia de los atributos de calidad con los que cuentan sus productos. Se reconoció la importancia del maíz para sequeza ya que está hecho de manera tradicional y facilita su uso para el consumidor final.

El empaque propuesto permitirá tener una mayor vida de anaquel, misma que puede ser de hasta seis meses. Según las pruebas fisicoquímicas realizadas se concluye:

- El maíz amarillo cuenta con mejores atributos de color, humedad y granulometría para ser comercializado como maíz para sequeza.
- El bote de plástico es buen conservador de los granos.
- La bolsa Trilaminada conserva mejor los atributos de color, humedad y el tamaño de los granos.
- Las estrategias de venta resaltan los dos principios de Comercio Justo que se abordaron durante el trabajo, prácticas comerciales justas y promoción del Comercio Justo, el proceso de elaboración ancestral y la facilidad que representará para los compradores confirman que el maíz para sequeza, es un producto potencial para el Grupo Flor de Valle, a la par de la granola y el asiento de semillas.
- El continuar con la elaboración y venta del maíz para sequeza y colocarlo con los compradores potenciales, permitirá que el Grupo Flor del Valle continúe con el proceso de consolidación.
- El colocar el maíz para sequeza en los puntos de venta propuestos permitirá que se siga fomentando su preparación y consumo como uno de los platillos reconocidos como de fiesta en los Valles Centrales del estado de Oaxaca.
- El trabajo multidisciplinario que se conjugó en esta tesis al potenciar la organización social, abordar problemáticas de mercado y acompañar de pruebas técnicas de laboratorio permitió un mejor abordaje de la problemática del proceso de venta de productos naturales y aporta la necesidad de colaborar con los grupos o pequeñas empresas para fortalecer sus procesos.

RECOMENDACIONES

La primera recomendación es para el Grupo Flor del Valle, cuentan con potencial que han acumulado durante 9 años de trabajo conjunto. Tienen posibilidades de continuar, no olvidar su filosofía y la misión con la que se formaron. Se recomienda retomar su organización, poner en marcha lo propuesto en esta tesis y continuar fortaleciendo sus procesos.

Por otra parte, es conveniente realizar la estandarización de los productos maíz para sequeza y polvo para guiñadú, en la priorización de los productos se encontró que estos se encuentran en el 3er y 6to lugar respectivamente ya que son conocidos y consumidos por la comunidad, además de que son productos ancestrales y resulta de suma importancia conservarlos dentro de la cultura gastronómica oaxaqueña.

Se recomienda ampliamente buscar la apertura de los canales de distribución sugeridos, en particular la del mercado de la nostalgia, este sector está en condiciones de pagar el precio sugerido, así como también pagar el gasto del envío. Esto coadyuvará a que los productos del Grupo Flor del Valle continúen apegando sus procesos a más principios de Comercio Justo.

REFERENCIAS

- Alianza Cooperativa Internacional [COOP]. (2020, 10 de abril). *El Cooperativismo*. <https://www.ica.coop/es/cooperativas/identidad-alianza-cooperativa-internacional>
- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados [ACNUR]. (2018, 1 de diciembre). *Ventajas y características del cooperativismo*. https://eacnur.org/blog/ventajas-y-caracteristicas-del-cooperativismo-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst/
- AOAC International. (2016). *Official Methods of Analysis*. AOAC International. https://www.eoma.aoac.org/app_f.pdf
- Ayni Bolivia (s.f.). El Comercio justo en Ayni Bolivia. Ayni Bolivia. <https://aynibolivia.com/shop/blog/el-comercio-justo-el-latir-de-nuestro-corazon/>
- Barriga, L. (2016). *Redes alimentarias alternativas, contribuciones a la reconexión del consumidor con la alimentación*. *Desarrollo Rural*. IPDRS, (30).
- Beetrack. (s.f.). Embalaje y Empaque. <https://www.beetrack.com/es/blog/embalaje-y-empaque-tipos-ejemplos-funciones-diferencias>
- Bezerra, M.J., Damasceno-Silva, K.J., Dos Reis, R. A., Teixeira, E.A., De Moura, M., Minoru, J. *Chemical, Granulometric and Technological Characteristics of Whole Flours from Commercial Cultivars of Cowpea*, *Revista Caatinga* 31(01), 217- 224. <https://doi.org/10.1590/1983-21252018v31n125rc>
- Birchall, J. (1997). *The international Co-operative Movement*. Manchester University Press.
- Caracciolo, M., Foti, M. d. (2013). *Economía social y Solidaria Aportes para una visión alternativa*. Programa de estudios avanzados en Economía Solidaria. IDAES-UNSAM. <https://base.socioeco.org/docs/ess-una-vision-alternativa.pdf>

- Castillo, M. (2018, 5 de febrero). Conoce la sequeza, el mole de maíz de Oaxaca. *El Universal Oaxaca*. <https://oaxaca.eluniversal.com.mx/sociedad/05-02-2018/conoce-la-sequeza-el-mole-de-maiz-de-oaxaca>
- Contreras, F. C., Guerrero, J. C., y Uribe, F. F. (29 de Octubre de 2017). Gestión por procesos, indicadores y estándares para unidades de información. Lima: Biblioteca Nacional del Perú. Obtenido de Instituto de Altos Estudios Nacionales: <https://www.cepal.org>
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2020, 5 de junio). *¿Qué es el comercio Justo?* <https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/>
- Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños productores y trabajadores de Comercio Justo [CLAC]. (2019). Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo Latinoamerica y el Caribe. <https://clac-comerciojusto.org/>
- Cromtek. (2020, 16 de noviembre). *¿Qué es la determinación de humedad de los alimentos y para qué sirve?* <https://www.cromtek.cl/2020/11/16/que-es-la-determinacion-de-humedad-en-alimentos/>
- Desrosier, N.W. (1998). *Conservación de alimentos*. (2da ed.) Grupo editorial Patria.
- DuPuis, E. M., Goodman, D. (2005). Should we go “home” to eat?: toward a reflexive politics of localism. *Journal of Rural Studies*, 21(3), 359 –371. <http://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2005.05.011>
- Fair Trade Ibérica. (2020, 5 de junio). Comercio justo. <https://www.fairtrade.es/fairtrade/>
- Fischer, L., Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. McGraw-Hill Interamericana
- Hernández, C. (2019). Consolidación de un grupo socio-productivo de alimentos naturales en la comunidad de Zimatlán de Álvarez, Oaxaca, México. [Tesis de maestría, Instituto Politécnico Nacional].
- Hernández-Sampieri, R. (2018). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill educación.

- Holguín, A. M. (2020). Todo lo que debes saber sobre los alimentos ancestrales. La Barra. (123). <https://www.revistalabarra.com/todo-lo-que-debe-saber-sobre-los-alimentos-ancestrales/>
- Inquiltupa, J. (2020, 29 de enero) La importancia de las ventas en la empresa. <https://blog.khipu.edu.pe/contabilidad/2020/01/29/la-importancia-de-las-ventas-en-la-empresa/>
- Instituto Nacional de Estadística, G. e. (2020). Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos. Zimatlán de Álvarez, Oaxaca, México: INEGI. Obtenido de INEGI: <https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825293093>
- Instituto Nacional del Emprendedor. (2016). *Diagnóstico 2016 del Fondo Nacional del Emprendedor*. https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2017/02/Diagno%CC%81stico_FNE-2016.pdf
- Instituto para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED). (2001). Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. Oaxaca. <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM20oaxaca/index.html>
- Kay, S. (2016). Vinculación de los productores a pequeña escala con los mercados. Mecanismo de la Sociedad Civil (MSC). https://www.fao.org/fileadmin/templates/cfs/Docs1516/cfs43/CSM_Connecting_Smallholder_to_Markets_SP.pdf
- Laboratorio y consultoría agroalimentaria Química Baza (2020, 31 de octubre). *Análisis de alimentos*. Química Baza. <https://www.quimicabaza.com/servicios/analisis-alimentos/>
- La Coperacha (2018, 29 de noviembre). *Cooperativa Tosepan Titataniske*. <https://lacoperacha.org.mx/cooperativa-tosepan-titataniske-sierra-norte-puebla/>
- Ley de la Economía social y solidaria, reglamentaria del párrafo octavo del Artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en lo referente al sector social de la economía. 23 de mayo del 2012. DOF 12-04-2019. <https://www.gob.mx/inaes/documentos/ley-de-la-economia-social-y-solidaria-36064#>
- Ley General de Sociedades Cooperativas (1994, 3 de agosto). Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Artículo 2. <https://catalogonacional.gob.mx/FichaRegulacion?regulacionId=5718>

Ley General de Sociedades Cooperativas (1994, 3 de agosto). Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Artículo 6. <https://catalogonacional.gob.mx/FichaRegulacion?regulacionId=5718>

Martí, J (2002). La Investigación – Accion participativa. Estrcutura y Fases. En Martí, J., Montañes, M., Rodríguez-Villasante, T. (Ed. El Viejo Topo), La investigación social participativa (pp. 79-123)

Mendoza, A. (2017, 16 de noviembre). Cegueza, un platillo de fiesta en Oaxaca. Historia y sabor de la gastronomía mexicana. <https://www.historiaysabor.mx/2017/11/cegueza-un-platillo-de-fiesta-en-oaxaca.html>

Michizá café orgánico. (2021, 1 de abril). Michiza historia. <http://michiza.org/historia>

Mili, S. (2005). Transformaciones del consumo alimentario y su repercusión en el sistema agroalimentario. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, (205), 221-250. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1183974>

Morataya, L.F. 2015. Evaluación del proceso de molienda en la producción de harinas y elaboración de atoles a partir del maíz en grano, por medio de análisis granulométrico [Tesis de Ingeniería Química, Universidad de San Carlos de Guatemala] Universidad de San Carlos de Guatemala – Repositorio. <http://www.repositorio.usac.edu.gt/3215/1/Leonel%20Fernando%20Morataya%20Velez.pdf>

Organización para la Cooperación el Desarrollo Económico [OCDE]. (2013). *Studies on SMEs and entrepreneurship-Mexico: Key issues and policies*, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264187030-en>

Peiró, E. (s.f.). *Estrategias de venta. Qué son y cuales utilizar en tu negocio*. Bloo.media. <https://bloo.media/blog/estrategias-de-venta/>

Pérez, M. (s.f.). *Ciudades y pueblos por el Comercio justo Latinoamérica y El Caribe*. <https://ciudades-comerciojusto.org/quienes-somos/>

- Phillips, K. (2020, 6 de agosto). *Espectrofotómetro vs colorímetro: ¿cuál es la diferencia?*
<https://blog.hunterlab.com/blog/color-and-appearance-theory/spectrophotometer-vs-colorimeter-whats-the-difference/>
- Potter, J., Marchese, M., Feldman, M., Kemeny, T., Lawton-Smith, H., Pike, A. (2013), The Local Dimension of SME and Entrepreneurship Issues and Policies in Mexico. *OECD Local Economic and Employment Development*, 2013(14), 1-120.
<https://doi.org/10.1787/5k3xn24zbqr4-es>
- Puentes, R., Velasco, M.M. (2009). Importancia de las sociedades cooperativas como medio para contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental, de forma sostenible y responsable. *Revista de estudios cooperativos*. (99), 104-129. <https://www.redalyc.org/pdf/367/36711903005.pdf>
- Quintanilla, P. (2017, 28 de enero). Alimentos ancestrales que debemos seguir consumiendo.
<https://consumidoresorganicos.org/2017/01/28/alimentos-ancestrales-que-debemos-seguir-comiando/>
- Razeto, L. (2010). ¿Qué es la economía solidaria? *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, (110) 47-52. https://www.fuhem.es/papeles_articulo/que-es-la-economia-solidaria/
- Real Academia Española [RAE]. (2020, 1 de abril) *Diccionario de la lengua española 23ª. Ed.*
<https://dle.rae.es/ancestral>
- Renting, H., Marsden, T. K., & Banks, J. (2003). Understanding alternative food networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A*, 35(3), 393–411.
doi:10.1068/a3510
- Roger, K., Hartley, S. William, R. (2009) *Marketing*. McGraw-Hill Interamericana
- Rosas, I.M., Muñoz, A.G., Ramírez, B., Hernández, J. H., Bellon, M. (2007). Calidad Física y fisiológica de semilla de maíz criollo almacenada en silo metálico y con métodos tradicionales en Oaxaca, México. *Revista Fitotecnia Mexicana*, 30(1), 69-78.
- Rossi, L., (2017). “Viva el monte”, el alimento nativo como esencia de otro horizonte de vida. *Redacción La tinta*. <https://latinta.com.ar/2017/09/viva-monte-alimento-nativo/>

SAGARPA. (2015). Plan Municipal de Desarrollo, Zimatlán de Álvarez, Oaxaca. Oaxaca.

Sánchez, J. (2015). Cuentos de cuentas. *Proteja su dinero*, (180). https://revista.condusef.gob.mx/PDF-s/2015/180/psd_180.pdf

Secretaría de Economía (2002). NMX-FF-034/1-SCFI-2002 Productos Alimenticios no industrializados para consumo humano – cereales_ Parte I: Maíz blanco para proceso alcalino para tortillas de maíz y productos de maíz nixtamalizado- especificaciones y metodos de prueba. http://sitios1.dif.gob.mx/alimentacion/docs/NMX-FF-034-1-SCFI-2002_MAIZ_blanco.pdf

Secretaría de Economía. (2006). NOM-030-SCFI-2006 Información comercial- declaración de cantidad en la etiqueta- especificaciones. https://intranet.dif.cdmx.gob.mx/transparencia/new/art_121/52/_anexos/normaoficialmexicanainformacioncomercialdeclaracionetiqueta.pdf

Secretaría de Economía. (2010). Modificación a la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados- Información comercial y sanitaria. https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/4010/seeco11_C/seeco11_C.htm

Secretaría de Economía (2015). NMX-FF119-SCFI-2015 Maíz- medición del contenido de humedad (en granos molidos y en granos enteros). <https://static1.squarespace.com/static/5bedc3a370e8029edfe29f03/t/5bfc7839c2241bdb2c6ffcab/1543272508260/NMX-FF-119-SCFI-2015.pdf>

Secretaria de Finanzas Oaxaca. (2016). Plan estatal de desarrollo. https://www.finanzasoaxaca.gob.mx/pdf/planes/Plan_Estatal_de_Developmento_2016-2022.pdf

Secretaría de Finanzas. (2017). Plan Municipal de Desarrollo Zimatlán de Álvarez, Oaxaca 2017-2018. https://91994bf7-80bf-4c05-acf3-72592c73a4cf.filesusr.com/ugd/b6379c_e1c118dd6f8b46c78c4350224ef52b5c.pdf

Secretaría de Gobernación. (2019). Diario Oficial de la Federación (DOF). Plan Nacional de Desarrollo. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5638883&fecha=21/12/2021#gsc.tab=0

Sistema Nacional de Capacitación y Asistencia técnica especializada SINCA, S. N. (2020). Nociones básicas de la Economía Social.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/102199/Nociones_Basicas_de_Economia_Social.pdf

Sousa, B., y Rodríguez, C. (2006). Para ampliar el canon de la producción. En R. Iturriza. (Ed.). *Desarrollo, Eurocentrismo y Economía Popular* (pp.130-201). Ministerio para la Economía Popular (MINEP)

Union de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo [UCIRI]. (2016, 7 de agosto). *UCIRI*.
<https://www.uciri.com/careers.html>

Parijs, P. (Ed.). (1992). *Arguing for basic income*. Verso. <https://doi.org/10.1080/00213624.1995.11505666>

WFTO. (2020). World Fair Trade Organization Latin America. Obtenido de World Fair Trade Organization Latin America: <http://www.wfto-la.org/comerciojusto/>

Zurita, R., (2012) *Diccionario enciclopédico de la Gastronomía Mexicana*. (1ra ed.). Larousse

ANEXOS

Cuestionario realizado a informante clave con la finalidad de obtener información específica en puntos manifestados importantes por el grupo.



Zimatlán de Álvarez, Oaxaca 12 de marzo 2021

¿Cuántos productos tiene en existencia el Grupo Flor del Valle?

¿Puede enunciar la importancia de los productos de mayor a menor?

¿Cuántas tiendas venden los productos?

¿En cuantas escuelas venden sus productos?

¿Cuál es el volumen de venta en tiendas y en escuelas?

¿Cuál es el precio de los productos?

¿Cuál es el costo de los productos?

¿Cuáles son las herramientas y utensilios que utilizan?

¿Puede proporcionar una lista de ellos?

¿Qué herramientas les hacen falta?

¿Llevan contabilidad?

¿Quién la hace?

¿Necesitan capacitación?

¿Si se necesita capacitación, En que áreas?

¿Qué actividades cree usted que Flor del Valle puede mejorar?

¿Cuáles son las necesidades que deberían de cubrirse para mejorar la productividad del grupo?

¿Qué considera usted que le hace falta a Flor del Valle para vender más volumen y más productos?