

# Análisis del perfil del agroturista. El caso de los cunicultores de Villa del Carbón, Estado de México

Raúl Gómez Vázquez<sup>1</sup>

Celia Guzmán Hernández<sup>2</sup>

## Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo realizar un acercamiento al perfil del agroturista y su relación con la cunicultura en Villa del Carbón, Estado de México. Para ello se hizo un muestreo aleatorio no intencionado, obteniendo un total de 72 personas en función del flujo total de turistas en la zona de estudio. Para la recopilación de datos se realizó una encuesta semi-estructurada entre el periodo de junio - septiembre de 2019. La construcción del perfil se obtuvo mediante el análisis de indicadores sociales, demográficos, económicos, así como el grado de interés por realizar actividades turísticas relacionados con la cunicultura. Como parte de los resultados se tuvo una media porcentual del 36.75% asociada a los turistas interesados en conocer: la crianza del conejo; los procesos para la elaboración de platillos gastronómicos; así como el proceso del curtido y su transformación de artículos de piel de conejo.

**Palabras clave:** Agroturismo, turismo rural, desarrollo local

## Introducción

El turismo es una de las actividades que ha sido objeto de análisis y discusión debido a los diversos impactos que ha generado a través de su implementación como estrategia económica, permitiendo el desarrollo local como parte de la intervención gubernamental (Chávez, Maldonado y Calistro, 2017). Para el caso específico de México, el sector turístico inició y se desarrolló en las áreas costeras, no obstante, con el paso de los años se han ido modificando las tendencias en el sector terciario debido a las necesidades del consumidor. Hoey (2015), menciona que existe un nuevo consumidor, categorizado como una persona del cuidado que surge mediante la fuerza de la evolución de los gustos de los consumidores, los cuales toman como referencia la producción de bienes simbólicos, y, que a su vez modifican valores, necesidades, y representaciones, que van más allá de la producción de bienes y servicios materiales. Bajo dicha perspectiva en el sector turístico emerge un nuevo turista que desea conocer lo intangible y lo heterogéneo, lo que lleva el retorno a lo tradicional, donde la revalorización de los saberes tradicionales ha diversificado las formas de hacer turismo.

Saarinen (2007) plantea que las áreas y comunidades rurales están cada vez más abiertas a nuevas economías y actividades, dicha transición refleja consecuencias de una interconexión cada vez más profunda entre los diferentes sectores productivos. Es por ello, que la lógica en la cual emerge el turismo en las áreas rurales, es bajo la creación de sinergias entre los diferentes sectores, asimismo, es concebido como una estrategia para revitalizar la economía local y a su vez como actor para aminorar las problemáticas existentes en territorios rurales, algunos ejes centrales con los que emerge son la territorialidad y la pluriactividad. Esto debido a la diversidad territorial y

---

<sup>1</sup> Doctor, Universidad Intercultural del Estado de Puebla, [r.g.vazquez91@gmail.com](mailto:r.g.vazquez91@gmail.com)

<sup>2</sup> Maestra, Universidad Autónoma del Estado de México, [cgh131060@yahoo.com.mx](mailto:cgh131060@yahoo.com.mx)

sociocultural presente en las comunidades receptoras. De acuerdo con Blanco y Riveros (2010), existen diferentes modalidades de turismo, entre ellas el, agroturismo, en el que se establecen encadenamientos productivos que involucran a fincas, agroindustrias, transportes, gastronomía, y muchos otros más, convirtiendo el turismo en un agente impulsor del crecimiento para las zonas rurales donde se practica.

### **Nueva Ruralidad como alternativa de desarrollo para las áreas rurales**

Los cambios sociales en el medio rural a través de lo largo de la historia se han contextualizado por las disyuntivas de poder y repartición, el cual ha pasado de ser concebido como proveedor de materias primas a un área estratégica para propiciar el desarrollo. Asimismo, se tiene que a lo largo la última mitad del siglo XX con la expansión de la industrialización se masificaron las producciones provocando el desplazamiento de las formas y saberes de producción. Los cambios políticos, económicos y sociales en el medio se han contrastado por un latifundismo moderno, consolidándose bajo la premisa de desarrollo expandida por los ideales del capitalismo y de modernización en todas las escalas territoriales.

Barkin (1972) menciona que el desarrollo es un cambio estructural que lleva a la transformación de una economía de origen principalmente agrícola y de subsistencia a una estructura más diversificada, la cual puede considerarse como una alternativa, que sí se encuentra bien direccionada hacia el consumo, tenga una finalidad diferente, como puede ser el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, así como su puesta en valor para mitigar las emigraciones del campo hacia la ciudad.

Paralelo a ello, Pérez (2011) menciona que la nueva ruralidad es expresada como un territorio, el cual contiene fuentes de recursos naturales, así como de materias primas, cuya población (el recurso humano) lleva a cabo actividades económicas diversas en distintos sectores: la agricultura, la artesanía, las pequeñas industrias, el comercio, la pesca, la minería, la extracción de recursos naturales, el turismo, etc. Es de dicha manera que se propicia con ello nuevas formas de desarrollo en las áreas rurales, aprovechando todo aquello relacionado con la tradicionalidad inmersa en las actividades agropecuarias.

Asimismo, se tiene que la NR posee dos ideas de importancia fundamental. Por un lado, está la relativa al manejo de los recursos naturales y culturales; por otro, la relacionada con la centralidad de los actores, a los que supone son el centro de todo proyecto de desarrollo rural sostenible. Con base en ellas se sostiene que para que la población rural pueda hacerle frente a la pobreza debe buscar alternativas que le ayuden a solucionar problemas, lo cual lograrán sólo si van más allá de las actividades agrícolas tradicionales. Si bien entre las alternativas que se les proponen a los campesinos se encuentra el desarrollo de actividades no agrícolas en el ámbito rural, para impulsarlo como espacio de esparcimiento y recreación; a esta propuesta corresponden los actuales esfuerzos para desarrollar el turismo rural (Monterroso y Zizumbo, 2014).

La nueva ruralidad emerge en éste contexto como un enfoque que pretende rendir cuenta de las nuevas realidades presentes en el agro, reconociendo que el medio rural debe abordarse desde una perspectiva que reconozca el surgimiento de nuevas actividades, nuevos agentes sociales y entes regulatorios en espacios que con anterioridad estaban dedicados exclusivamente a la producción agrícola, considerando la heterogeneidad del medio rural y la diversidad de respuestas y estrategias elaboradas por los actores locales (Hernández, 2012).

Como se ha mencionado previamente la nueva ruralidad plantea la creación de estrategias de desarrollo en las áreas rurales, las cuales deben generar nuevas fuentes de empleo haciendo uso de sus recursos tanto naturales (paisajísticos) como culturales (gastronomía, cultivos, actividades pecuarias, artesanías, elaboración de alimentos en talleres artesanales, entre otras); una de las estrategias es el turismo, que funge como actor para aminorar la crisis del propio medio rural, además de poner énfasis en la actividad productiva agropecuaria, admitiendo la trascendental importancia del manejo, uso y conservación de los recursos naturales, asimismo reconoce a los servicios ambientales como una forma de dinamizar la economía de las áreas rurales y construir un proyecto de desarrollo más tendiente a la sostenibilidad (Noriero, Torres, Almanza y Ramírez, 2009).

Es así entonces, que la nueva ruralidad desde la perspectiva comunitaria constituye una opción que puede proveer oportunidades de desarrollo para los pobladores rurales, incrementando sus capacidades de gestión y participación económica y social, además de mejorar su calidad de vida mediante la diversificación productiva, particularmente mediante las actividades turísticas y recreativas (IICA, 2000). Destacando que el turismo dentro de los espacios rurales incorpora nuevos cimientos dentro de su constitución ya que se realizan actividades de acuerdo a la disponibilidad de recursos con los que cuenta el territorio integrando como eje transversal a la sustentabilidad.

### **Aproximación conceptual del Turismo Rural**

El turismo rural conceptualizado desde lo humano guarda la esencia con el descanso, el desarrollo personal y la diversión; que requiere el hombre para lograr la satisfacción física y mental, generando un equilibrio entre su tiempo no libre. En razón de lo social implica una nueva manera de contacto de las personas de las grandes urbes con los parajes que guardan armonía con la naturaleza, además de descubrir las formas de convivencia campesina, las que actualmente constituyen al sector productivo de servicios turísticos.

Bajo una perspectiva economicista relacionada en función de los bienes naturales Wamsley (2003), define al turismo rural como una actividad a pequeña escala, con impactos no tan imprescindibles como de otras modalidades turísticas más masificadas, la importancia económica del turismo para el desarrollo de áreas rurales es relevante debido a los efectos multiplicadores que presenta. Lo anterior se fortalece con los autores Sosa y Salido (2013), cuando presentan el binomio, territorio rural y producción de servicios, es decir, el turismo rural es lo que ocurre en el campo e incluye una gama de actividades, productos y servicios turísticos proporcionadas por agricultores y campesinos.

De esta manera es necesario reconocer que [...] el turismo ha servido y sirve, para poner en valor el patrimonio natural, que, aunque quede reflejado básicamente en estética ambiental, es decir aquello que perciben realmente los visitantes, este se basa también en el estado de salud del ecosistema y por tanto incide en su conservación. Asimismo se tiene que el turismo tiene una estructura compleja que recurre a la teoría de sistemas desde la dimensión económica y geográfica, ya que el turismo a diferencia de otras actividades económicas, el propio espacio de destino juega un papel fundamental para todos y cada uno de los agentes que intervienen en el proceso, existiendo una nueva variante denominada sociedad de la ilusión (*dream society*) que es un modelo social que crea un nuevo consumidor, que ya no busca servicios, sino que desea experiencias, que satisfagan su sistema emocional (Crosby, 2009; Pulido y Cárdenas, 2011; Bordas, 2003).

Asimismo se tiene a Thomé (2008) quien menciona que el turismo rural es pensado como una actividad desde las ciudades, en la que los habitantes urbanos no buscan satisfacer sus necesidades con modelos turísticos masivos, sino más bien buscan la autenticidad y el interés por lo étnico, planteando que es necesario articular nuevos elementos (proceso turístico, aprovechamiento de recursos, motivaciones de viaje, necesidades del desarrollo local en comunidades rurales y la definición de los impactos en la actividad turística) todo ello para ir superando la esfera turística y proponer un equilibrio entre desarrollo rural y turismo, integrando las sociedades campesinas, donde la actividad turística llevada a cabo por campesinos estará más inclinada hacia la vida rural como discurso holístico.

El turismo rural es una actividad heterogénea de producción de servicios, en la que la intangibilidad del producto así como la simultaneidad de producción y consumo son atributos inmateriales, refiriendo que el turismo es un fenómeno económico y social que se concibe como un medio efectivo para el desarrollo, al mismo tiempo como estrategia de transferencia de riqueza e inversión desde las áreas más desarrolladas hacia las más pobres, generando beneficios económicos, donde los impactos sociales y medioambientales sean mínimos (Sáez, 2008).

Se tiene que el turismo rural requiere de un análisis multidimensional que; en primer lugar se debe considerar como un espacio vital para la población rural manifestándose como soporte físico; en segundo lugar como espacio económico; y por último como espacio recreativo, donde el turismo es un medio más para el desarrollo rural, involucrando prácticas sustentables y socialmente justas, donde el papel del campesino frente a la actividad turística esté dado por el carácter de la relación que se establece con el mundo exterior que en términos productivos se expresa como la transferencia de sus excedentes hacia los polos urbanos por medios de estrategias de dominación.

Por consiguiente el turismo rural se plantea como un desarrollo alternativo centrado en la sostenibilidad a pequeña escala con valores comunitarios, sociales y naturales, valorizando el patrimonio cultural y natural, donde el territorio es un recurso activo en el cual el paisaje funge como factor de desarrollo local, favoreciendo la conservación de los elementos visibles así como los modos de vida, estableciendo vínculos verticales y horizontales, contribuyendo a la amortización de los efectos de reestructuración económica en las áreas rurales, siendo una solución a los problemas de baja renta, desarrollo, desigualdad de género, escasez de empleo y migración.

Es de esta manera que el turismo rural como actividad económica y social se incorpora en función de atender a las problemáticas que abaten a los habitantes de las áreas rurales, surgiendo con un enfoque solidario en donde el factor dinamizador de las actividades turísticas es la comunidad local. Asimismo se tiene que la heterogeneidad de los territorios ha llevado a la incorporación de nuevas modalidades que puedan atender al segmento de turistas interesados en reencontrarse con sus raíces así como con las actividades propias del medio, logrando con ello una revalorización y revitalización de los espacios.

### **Agroturismo**

El agroturismo es considerado como una actividad enfocada al aprovechamiento turístico en explotaciones agropecuarias combinando recreación tradicional y contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones agrícolas (Constabel, Oyarzun y Szmulewicz, 2008; Andrade y Ullauri, 2015). Asimismo, es considerado como una alternativa económica viable al estar inserto en los principios del turismo sustentable, integrando de manera coherente y

armónica aspectos como: la conservación de los recursos naturales, la participación de las comunidades rurales y el fortalecimiento de su identidad cultural (Pérez, 2011; Gómez, Rodríguez y Acosta, 2012).

Para el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2000), define al agroturismo como una modalidad del turismo en el espacio rural que además de los atractivos propios del territorio (paisaje, cultura, arquitectura, arqueología), pone en valor otros recursos allí presentes, como la cultura rural (gastronomía, producción artesanal, especies agrícolas, productos agroindustriales y actividades conexas), convirtiéndolos en una motivación adicional de viaje y permanencia de turistas que se movilizan con múltiples propósitos. Agregando que los turistas participar en actividades agrícolas o pecuarias en la granja, como la alimentación de los animales, siembra y cosecha de los cultivos, procesamiento de los productos, etc.; en muchos casos, los agricultores ofrecen además servicios de alojamiento en la granja.

Blanco y Riveros (2010), lo categorizan como una modalidad del turismo rural, caracterizada por la visita a emprendimientos rurales para conocer de actividades agropecuarias, involucrándose directamente en las mismas. Esto puede dar origen un conjunto de actividades asociadas, tales como hacienda-hotel, pesque-pague (pesca y paga), posada, restaurante típico, ventas directas del productor, artesanía, industrialización y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo.

El agroturismo es un fenómeno de carácter social en donde se pueden articular una o varias de las fases relacionadas con la producción agropecuaria, además de la agroindustria rural, la artesanía y la gastronomía donde se valoriza el paisaje agropecuario, las prácticas agrícolas tradicionales y la elaboración artesanal junto con la capacidad instalada en la propiedad, para diseñar y ofertar productos turísticos tales como recorridos por la finca, observación y participación en labores agropecuarias (Vessuri, 2004).

La especificidad de los territorios rurales juega un papel importante en la demanda del consumidor, es por ello por lo que las actividades y los productos deben estar orientados a ser activos diferenciados. Al realizar este tipo de actividades turísticas es necesario que las personas locales mantengan y promuevan la diversificación del patrimonio rural-local y los paisajes culturales que oferten para los turistas. Para realizar el agroturismo existen dos situaciones que deben ser tomadas en cuenta para su puesta en marcha: la primera, que exista una contribución/remuneración para las personas locales y la segunda que dichas actividades no ejerzan demasiada presión sobre los recursos naturales o los valores sociales y comunitarios (Anthopoulou, 2000; Gousiou, Spilanis y Kizos, 2001).

El agroturismo se define como la actividad sustentada en usufructos agropecuarios; en donde se involucra el modo de vida rural y las tradiciones agrícolas del territorio, las cuales son puestas en valor por parte del turista. Asimismo, se tiene las actividades agrícolas y pecuarias de las comunidades rurales tienden a ser constituidas en un nuevo orden respecto a la prestación de servicios y la protección de su entorno natural y cultural, no sólo en lo que se refiere a las actividades turísticas sino también en sus labores agropecuarias, mismas que deberán descansar en buenas prácticas. Cabe mencionar que el agroturismo como actividad inserta en producciones agropecuarias; se plantea bajo nuevos cimientos respecto a su concepción y desarrollo; enfocado a un nicho de mercado no masificado quienes muchas veces tienen nostalgia por el retorno a lo tradicional y desean encontrar aire, agua, cantos de aves entre otros recursos con grado de

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL AGROTURISTA. EL CASO DE LOS CUNICULTORES DE VILLA DEL CARBÓN,  
ESTADO DE MÉXICO

conservación que evoquen el antagonismo de una urbe, es por ello que el agroturismo como parte conceptual comprende una conjunción entre lo rural y lo urbano.

Para poder ofertar el agroturismo es necesario tomar en cuenta algunos criterios y características para que su desarrollo no comprometa la producción agropecuaria ni la capacidad propia del entorno natural y cultural (cuadro 1).

Cuadro 1. Criterios y características para el desarrollo de actividades agroturísticas

El contacto con la naturaleza que ofrezca: calidad de aire y agua.	Se privilegie el respeto por el entorno natural y cultural, a través de buenas prácticas agrícolas y pecuarias.
Los campesinos decidan voluntariamente su interés de participar e incursionar en nuevas formas productivas como es el agroturismo y sus servicios.	No alterar los ciclos productivos e informar a los consumidores los cambios propicios de la temporalidad de los cultivos o reproducción animal.
Los habitantes que ofrecen el servicio de las labores agropecuarias realmente sean trabajadores de la granja	Sus labores campesinas sean parte de la experiencia y autenticidad de los territorios.
Que existan accesos, sin distorsionar el paisaje, es decir acorde al entorno	Se desarrolle con características de aplicación de bajo impacto, que no se masifique.
Ofrezca tranquilidad y se resguarde plenamente de la vida acelerada y de tumultos de las urbes	Se vivan experiencias vinculadas con la cultura de los productores agropecuarios, sin alterar la realidad.
Desarrollar habilidades de atención turística	Usar medidas de preservación y cuidado del ambiente
Que su agricultura o sistema pecuario contemple buenas prácticas	Crear y fortalecer con el tiempo algunos servicios como hospedaje y alimentos y bebidas

Fuente: Elaboración propia con base en: (Blanco y Riveros, 2010; Pérez, 2011; Gómez, *et al*, 2012).

La relación entre la oferta y la demanda de dicha modalidad de turismo tiene la finalidad de que los productores locales hagan uso de su saber-hacer inmerso en las actividades tradicionales, y puedan transferirlas al sector servicios, generando con ello un anclaje territorial a través del reconocimiento de sus actividades, siendo estas valorizadas por los turistas y con ello se generen un ingreso complementario.

Samir (2001) que el agroturismo, por su naturaleza, es una actividad que se sustenta en la agricultura apuntando algunas razones para su desarrollo, como lo son:

- Su presencia, en cuanto a actividad económica, constituye un factor de supervivencia (o resistencia a la marginalidad en algunas zonas rurales) y desarrollo, tanto de la agricultura, de la ganadería como de la actividad forestal, cinegética, pesca, etc.
- El mantenimiento de las actividades agrarias permite que se conserve el paisaje, considerado actualmente como recurso económico y cuya demanda crece paulatinamente, así como todo el patrimonio histórico y cultural de las zonas rurales cuya diversidad

merece ser conservada: tipos de cultivos y explotaciones, hábitats y arquitecturas (pueblos, viviendas y edificios rurales, setos, terrazas, tapia, etc.).

- El agroturismo contribuye a la revalorización de los productos locales, ya que la mayoría de los aficionados al mismo demandan productos agrarios naturales o fabricados de forma artesanal, típicos de la región.
- La agricultura ha proporcionado también un rico patrimonio etnológico (herramientas, maquinaria agrícola, oficios y talleres artesanales, forja, cantería, así como una variada gastronomía popular, etc.) que puede tener un cierto uso turístico.
- El agroturismo contribuye a armonizar los intereses agrarios y la protección del medio ambiente, a través de una gestión integrada del territorio en la que los agricultores han tenido y deben seguir manteniendo un protagonismo destacado.

De igual modo, es necesario considerar factores como la cercanía a poblados o rutas de paso, la ubicación en zonas que cuenten con una belleza paisajística, la obtención de productos agrícolas, agropecuarios o agroalimentarios por medio de procedimientos tradicionales o de producción orgánica, el uso de energías renovables, y otros más propios del espacio rural, que puedan ayudar en la implementación de actividades de agroturismo en las granjas, ranchos o fincas. Finalmente, se trata de valorizar recursos ociosos que hacen parte de la cultura agropecuaria y, a partir de ellos, diseñar productos turísticos en atención a una demanda (Riveros, 2014).

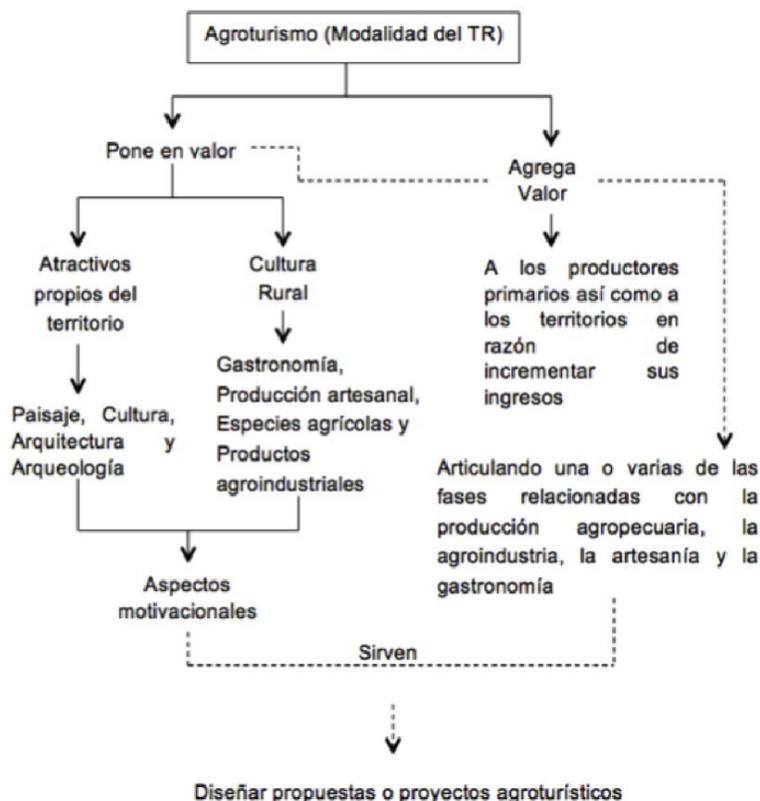
En síntesis, la producción agrícola y ganadera local, son revalorizados en un nuevo contexto dentro de los servicios turísticos, de manera tal que se convierten en productos de alto valor en el ámbito local en que se producen, en comparación con las otras producciones (Arzeno y Troncoso, 2012). El producto agroturístico aprovecha el patrimonio agropecuario y agroindustrial de un determinado lugar para ofrecer visitas que resulten de interés para un cierto segmento de turistas. Para su disfrute, se ofrecen también servicios de alojamiento, alimentación y venta de productos frescos y procesados en las fincas o en las comunidades aledañas y se crea la infraestructura necesaria para su acceso, la suma de todos estos elementos define el producto agroturístico (Blanco y Riveros, 2010).

La agregación de valor a productos de origen agropecuario está relacionada con el interés en que los productores primarios y los territorios incrementen sus ingresos y su participación en la formación de los precios finales de bienes y servicios. Algunas de las estrategias para la agregación de valor en la cadena productiva en la unidad agropecuaria son aquellas que resultan en la diversificación de las actividades agropecuarias y en la generación de ingresos adicionales a la actividad agropecuaria principal, disminuyendo así la vulnerabilidad (Riveros, 2014).

Por lo tanto, la consolidación del desarrollo endógeno implica recuperar a las pequeñas producciones, definiendo como estrategia su incorporación a las cadenas productivas. Teniendo como finalidad impulsarlas como motor orientado el desarrollo económico hacia una sociedad justa, equitativa, e igualitaria, función que le ha sido arrebatada por la privatización, por el mercado, y por el neoliberalismo.

A continuación, se presentarán algunos aspectos que se deben de tener en cuenta para una propuesta agroturística (Figura 1).

Figura 1. Esquema de características para una propuesta agroturística



Fuente: Elaboración propia a partir de Vessuri, 2004; Blanco y Riveros, 2010; Szmulewicz y Gutierrez, 2012 y Arzeno y Troncoso, 2012.

El agroturismo puede funcionar como un instrumento para el desarrollo económico regional ya que al implementarlo genera beneficios positivos convirtiéndolo en un generador de ingresos, para ello se requiere una adecuada capacitación dentro de los territorios en los que se desea implementar. Es una modalidad del turismo en espacios rurales, esto incluye la participación y observación activa por parte del turista dentro de las actividades agrícolas y/o prestación de los servicios de alojamiento, diversión, aprendizaje, gastronomía y comercialización de agroalimentos ya sean productos frescos o procesados (Morales, Cabral, Aguilar, Velasco y Holguín, 2015).

Se entiende que el agroturismo desde el enfoque de desarrollo rural territorial, es una iniciativa que debe surgir por parte de las familias propietarias de las parcelas, para que el valor agregado permanezca en el lugar a fin de conservar las tradiciones agrícolas, gastronómicas y culturales, para con ello lograr un arraigo territorial aminorando las crisis del medio rural.

Andrade y Ullauri (2015) explican que en el agroturismo es una propuesta que debe ser trabajada con ideas orientadas y desarrolladas en relación del agricultor o campesino; para que no exista la posibilidad de reemplazo o desaparición de sus labores agrícolas, asimismo dice que dicho concepto es nuevo, por lo tanto, no ha sido trabajado a profundidad, al igual que en los textos académicos ya que no es tan común ver el concepto, creando una confusión entre los conceptos en

relación al agroturismo y turismo rural; en primer lugar el agroturismo es un segmento del turismo rural, por lo que se concluye que el agroturismo es la practica desarrollada en el área rural.

Es fundamental que los servicios que brinden sean realizados por los mismos productores en compañía de sus familias, en cuanto al desarrollo local es una actividad beneficiosa generadora de ingresos y empleos para recuperar el medio rural, requiere de acciones que incluyan la particularidad de cada una de las diferentes localidades; políticas sectoriales y regiones que promueva el gobierno.

### Metodología

Para la aplicación de encuestas y obtención de datos se requirió obtener un tamaño de muestra, sobre el número de turistas que asisten al municipio con un total de 26, 400 anuales. Las cuales fueron aplicadas de Junio-Septiembre de 2019.

La fórmula que se utilizó para estimar el tamaño de la muestra fue la de Sheaffer, Mendenhall y Ott (2007).

$$n = \frac{Z_a^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + Z_a^2 \cdot p \cdot q}$$

#### Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z= Valor correspondiente a la distribución de Gauss de acuerdo al nivel de confianza, para convivencia del trabajo se tomará un 95% de nivel de confianza, Z= 1.96

q = 1-p

N = Tamaño de la población de turistas mensuales

p = Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerlo, p= 0.05, que hace mayor el tamaño muestral

i = 5%

$$= \frac{1.96^2 \cdot 26,400 \cdot 0.05 \cdot 0.95}{0.5^2(26,400 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.05 \cdot 0.95}$$

$$n = \frac{4804}{0.0025(26,399) + 0.182}$$

$$n = \frac{4804}{66}$$

$$n = 72$$

Las encuestas fueron estructuradas para conocer el perfil del agroturista, identificado el lugar de procedencia, rango de edades, género, período de estadía, el motivo del viaje, así como

## ANÁLISIS DEL PERFIL DEL AGROTURISTA. EL CASO DE LOS CUNICULTORES DE VILLA DEL CARBÓN, ESTADO DE MÉXICO

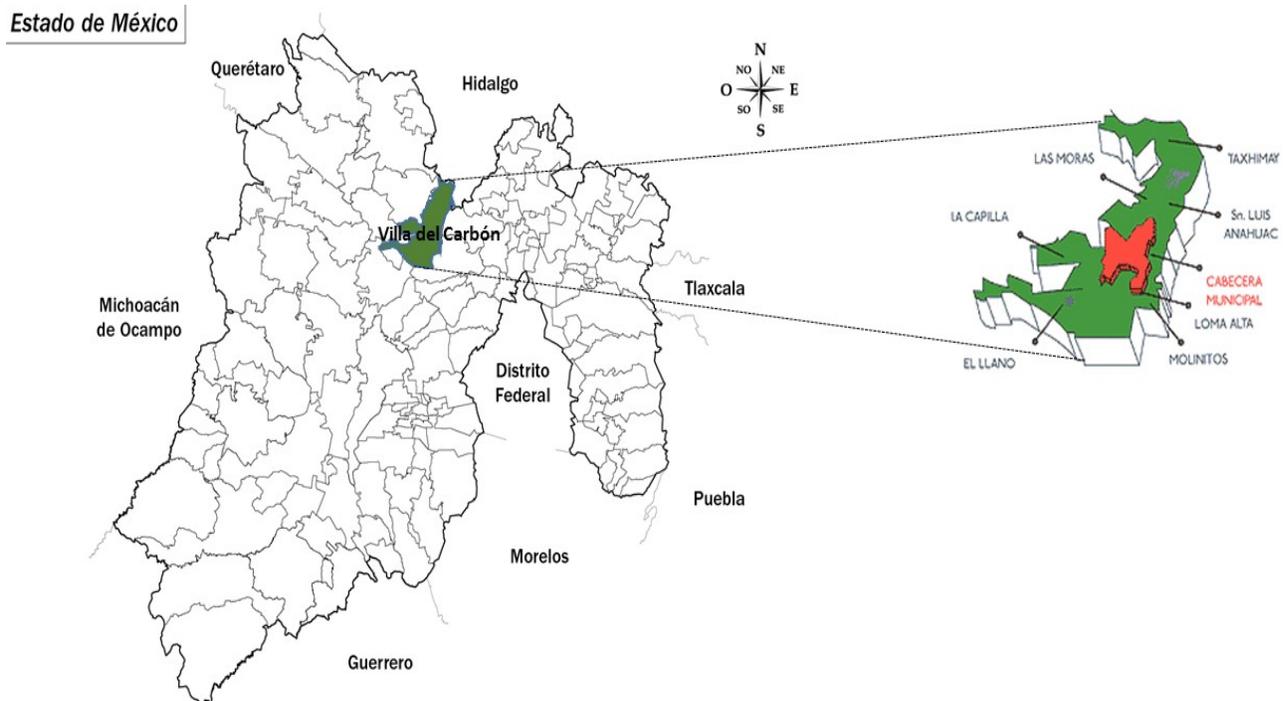
relacionar la frecuencia con la que los turistas visitan Villa del Carbón. Por otra parte, se identificó el grado de interés de los turistas hacia la cunicultura y las posibles actividades que se pueden realizar en las granjas.

### Área de estudio

El trabajo se realizó en el Municipio de Villa del Carbón. Se ubica al noreste del estado de México, en las coordenadas 19°54'24" N y 99°39'07" O. Colinda al norte con el estado de Hidalgo y Jilotepec; al sur con Jiquipilco y Nicolás Romero; al este con el estado de Hidalgo, Tepetzotlán y Nicolás Romero y al oeste con Morelos y Chapa de Mota. Se localiza a 2,600 msnm, con una precipitación de 800 mm y temperatura media anual de 20°C. El clima varía de semifrío a subhúmedo con lluvias en verano C (E) (w) y de templado subhúmedo con lluvias en verano C (w), por las diferencias de altura. Tiene una superficie territorial de 32,051 hectáreas o bien 320.51 km<sup>2</sup> (Figura 2).

Villa del Carbón es uno de los 125 municipios del Estado de México, está situado en la parte norte del Estado, justo al noroeste de la Ciudad de México, la cual tiene dos principales accesos: uno de ellos es el que es parte desde la ciudad de Toluca y el segundo desde la Ciudad de México. Con estas vías de comunicación, dicha infraestructura de comunicación ha permitido su consolidación como destino turístico.

Figura 2. Ubicación de Villa del Carbón



Fuente: Elaboración propia, 2019

## Resultados

La literatura existente en torno al agroturismo es basta debido al interés académico, institucional y social que prevalece en relación con su implementación y evaluación. Cabe destacar que la presente investigación es de los primeros acercamientos a la elaboración de un perfil de un agroturista, interesado en conocer las actividades relacionadas con la cunicultura, actividad agropecuaria identitaria de Villa del Carbón, Estado de México.

Con base en el análisis del instrumento de investigación, se encontró que el principal lugar de procedencia de los turistas que visitan Villa del Carbón, son del Estado de México (20%) debido a la cercanía del lugar. Hay turistas que acuden desde Nicolás Romero (15%) y de Jilotepec (8%), ambos son pueblos cercanos a la comunidad. Cabe destacar que existe una conexión de infraestructura vial que conecta Atizapán de Zaragoza con Atlacomulco, la cual atraviesa por el municipio, lo que motiva a los turistas a visitar el lugar quienes provienen de la zona conurbada como: Atizapán de Zaragoza (10%), Atlacomulco (6%), Chimalhuacán (2%), Cuautitlán (6%), Ciudad de México (10%), Naucalpan (10%) y Tepetzotlán (5%). Se encontró que un (3%) proviene de otros Estados de la República Mexicana como lo son Chiapas y Sonora, en Villa del Carbón existe un acuerdo de ciudad hermana con Texas, E.U.A, debido a ello y por la cercanía que concurre con Oklahoma en dicho país, un 5% de los turistas es extranjero.

Dando continuidad, se tiene que un 54% son hombres y un 46 % mujeres, el 54% de ellos se encuentran en un rango de edad de 16 a 25 años representando un segmento joven dentro de Villa del Carbón, quienes representan un segmento de la población interesado en invertir dinero en actividades recreativas, un 19% corresponde de 26 años a 35 años. El 20% tiene de 36 a 45, disminuyendo con sólo un 5% de 46 a 55, siguiendo un 1% de 56 a 65 es el grupo de personas de la quinta y sexta década. Sus miembros están en la cúspide de su poder de compra ya que no tienen responsabilidades financieras con sus hijos y finalmente el 1 % es mayor de 65, traduciéndose como prospectos lógicos para casa pequeña, de bajo costo, cruceros, viajes al extranjero, productos para la salud y cosméticos preparados especialmente para personas de edad avanzada.

Un 45% de los turistas son estudiantes, por lo que se puede asociar a que tienen un mayor grado de disponibilidad de hacer uso de su tiempo libre en actividades de ocio o recreativas, el 25% son empleados, lo que se traduce a que visitan el lugar para descansar o pasar el día en familia, el 16% son profesionistas, el 10% son personas que se dedican al cuidado del hogar, el 2% son comerciantes que van a realizar algún tipo de actividad de intercambio de mercancía y al mismo tiempo aprovechan para visitar los lugares turísticos de Villa del Carbón, el 2% restante representa al sector campesino.

Con respecto al nivel de estudios de los turistas, se tiene que el 21% tiene estudios básicos quienes son obreros o amas de casa, un 37% tiene estudios superiores de los cuales el 54% se encuentran estudiando actualmente, el 33% son empleados, continuando con un 7% son comerciantes. Los turistas que tienen estudios superiores representan un 39% de los cuales el 55% son estudiantes, el 19% se encuentran laborando como profesionistas quienes se encuentran económicamente activos representando una oportunidad para visitar los espacios de agroturismo, así como 16% que son empleados, el 10% restante son amas de casa quienes por lo general viajan acompañadas de la familia. El 9% de los turistas restantes tiene posgrado, de los cuales el 86% son profesionistas quienes de acuerdo con su poder adquisitivo pueden realizar gastos dentro de las actividades turísticas en Villa del Carbón el 14% restante son estudiantes.

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL AGROTURISTA. EL CASO DE LOS CUNICULTORES DE VILLA DEL CARBÓN, ESTADO DE MÉXICO

Para poder llevar a cabo la propuesta de agroturismo se realizaron preguntas enfocadas en conocer el período de estadía de los turistas, ante ello se tiene el 21% de los encuestados es la primera vez que visita Villa del Carbón, del 79% restante el 48% de la totalidad señala que ha visitado el lugar más de 5 veces, lo que indica que Villa del Carbón posee un segmento consolidado de turistas así como también cuenta tanto con los recursos naturales como culturales para atraer a los turistas, un 20% de los turistas ha visitado el lugar de 3 a 5 veces, por consiguiente el 32% restante ha visitado el lugar de 1 a 2 veces.

Villa del Carbón cuenta con una demanda de turistas ya consolidada en su mayoría, indicando que el 75% no pernocta en el lugar, solamente viaja por un día, un 19% se queda de 2 a 3 días en el territorio, de 4 a 7 días el 5% y el 1% más de 7 días. El 64% de los turistas viajan acompañado principalmente de familia ya sean sus padres o pareja y niños, infiriendo que sí visitan los espacios agroturísticos acudirán acompañados, representando cierta viabilidad de la propuesta. De la misma manera se puede decir que se tienen que realizar actividades dentro de los espacios que estén enfocadas a atender las necesidades del segmento de mercado. Se encontró que un 20% del total de los turistas visita el lugar por las tradiciones y eventos culturales que existen, ello facilita la posibilidad de incluir la oferta y observación del curtido de las pieles de conejo, ya que es una tradición que caracteriza al municipio.

Posteriormente se incluyó un apartado para identificar si los turistas consideraban la cunicultura como una actividad relevante dentro del municipio y en dado caso de no conocerla, si estarían interesados en conocer los procesos que se realizan tanto en la granja como en el taller artesanal, obteniendo que el 64% de los turistas reconocen que la cunicultura es una actividad relevante, lo que indica la factibilidad de la propuesta. La mayoría de los visitantes ya reconocen la actividad, la relacionan principalmente con los criadores de conejo 19%, ya que previamente fungió como una actividad económica representativa, la oferta de platillos gastronómicos los fines de semana 14%, por las pieles de conejo 12%, como actividad turística 6% o bien por los platillos elaborados con la carne de los mamíferos 5%.

Dando continuidad, se tiene a los Turistas que No Identifican la Cunicultura (TINC) y los Turistas que Identifican la Cunicultura (TIC), para poder conocer el grado de interés se realizó un aparatado dividido en tres temas de interés los cuales son: La crianza de conejo (grupo 1), los procesos de producción (grupo 2) y el curtido de pieles (grupo 3) manejando una escala (Muy Interesante, Algo Interesante, Indiferente, Poco Interesante y Nada Interesante) (Cuadro 2).

Cuadro 2. Grado de interés del agroturista por la cunicultura

Grupo Turistas	1		2		3	
	TNIC	TIC	TCIN	TIC	TNIC	TIC
Nada interesante	14%	2%	17%	2%	17%	2%
Poco interesante	14%	2%	11%	4%	4%	2%
Indiferente	10%	7%	10%	14%	17%	10%
Algo interesante	41%	69%	48%	51%	41%	35%
Muy interesante	21%	20%	14%	29%	21%	51%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo, 2015.

TIC = Turistas que identifican la cunicultura (63%)

TNIC = Turistas que no identifican la cunicultura (37%)

Como se puede observar en el cuadro 2, el mayor porcentaje de turistas es para los que identifican la cunicultura (63%). De los tres temas y la relación del grado de interés tanto para los TNIC y los TIC se encuentran posicionados en algo interesados y muy interesados en conocer la cunicultura. Dichos resultados sirven para trazar una ruta con los diferentes criadores de conejo así como con los curtidores de piel, el porcentaje de mayor interés es para el curtido de pieles en donde al turista podría participar en el diseño o elaboración de algún artículo de piel, asimismo por parte de los curtidores compartir con los turistas el proceso llevado a cabo para elaborar chalecos, chamarras, cobijas, almohadas, atrapa sueños, bolsas, gorras, tapetes, bufandas y las tradicionales patas de conejo.

Posterior a ello, se tiene que tanto los TIC como los TNIC están interesados en conocer la crianza del conejo y en la degustación de platillos gastronómicos, lo que se puede implementar en las granjas cunícolas donde el turista alimente a los conejos y conozcan los ciclos reproductivos, especies, cuidados, así como la dieta de los mamíferos. Posterior a ello dentro de las mismas granjas comercializar platillos típicos del municipio con carne de conejo.

## **Conclusiones**

La actividad turística en áreas rurales para el caso de México se encuentra en una fase de gestación, por ello, es necesario diseñar e implementar estrategias en beneficio de los habitantes de las comunidades receptoras aprovechando de manera integral tanto los recursos naturales como culturales, por lo que han existido diferentes iniciativas por parte de instituciones, productores, gobiernos y en conjunto para lograr el desarrollo local. Los resultados de la investigación son una aproximación al perfil del agroturista, con base en ello se pueden realizar estrategias de mercadotecnia para promover no sólo la actividad cunícola, sino también de otros activos locales debido a la pluriactividad que presenta Villa del Carbón. Por lo que se debe realizar un seguimiento para lograr el crecimiento de los pequeños, medianos y grandes productores del sector agropecuario.

Villa del Carbón cuenta con una demanda de turistas ya consolidada en su mayoría, un área de oportunidad dentro de la propuesta de agroturismo es que, se puede realizar en un día el recorrido tanto en la granja cunicultora como en el lugar donde se elaboran las artesanías con las pieles de los conejos. Aunado a ello se tiene que el turista se encuentra interesado en degustar de la gastronomía local lo que indica que los platillos elaborados con la carne de conejo serían viables. Los agroturistas viajan acompañados principalmente de familia ya sean sus padres o pareja y niños, lo que se puede aunar que si visitan los espacios de agroturismo acudirán acompañados, representando cierta factibilidad de la propuesta. De la misma manera se puede decir que se tienen que realizar actividades dentro de los espacios que estén enfocadas a atender las necesidades del segmento de mercado.

El estudio es un primer acercamiento a la elaboración de un perfil de un agroturista por lo que aún queda trabajo por delante tanto para la AC como para futuras investigaciones. Es necesario aunar sinergias entre los diferentes sectores para lograr mejores resultados para las áreas rurales interesada en insertar al turismo como actividad complementaria en sus territorios, investigaciones

recientes apuntan a que fusionar dos o más métodos puede prescindir en resultados favorables en el turismo rural.

### **Bibliografía**

- Andrade, M.A. y N. Ullauri, (2015) “Historia del Agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador” en *PASOS* [En línea] Vol. 13, No. 5, disponible en: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.081>. [Accesado el 20 de enero 2019]
- Anthopoulou, T., (2000) “Agrotourism and the Rural Environment: Constraints and Opportunities in the Mediterranean Less-Favoured Areas” en *Tourism and the Environment*. [En línea] No. 6, disponible en: [https://doi.org/10.1007/978-94-015-9584-1\\_22](https://doi.org/10.1007/978-94-015-9584-1_22). [Accesado el 23 de enero 2019]
- Arzeno, M. y C.A. Troncoso, (2012) “Alimentos tradicionales andinos, turismo y lugar: definiendo la nueva geografía de la Quebrada de Humahuaca (Argentina)” en *Revista de Geografía Norte Grande* [En línea] No 52, disponible en <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022012000200005>. [Accesado el 30 de enero 2019]
- Barquín, D., (1972) *¿Quiénes son los beneficiarios del desarrollo regional?* Ciudad de México, SEP.
- Bordas. E., (2003) “Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado” conferencia celebrada en el acto de inauguración de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, primer semestre del curso 2002- 2003), Bellaterra el 14 de septiembre de 2002.
- Blanco, M. y H. Riveros, (2010) “El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial” en *Revista estudios agrarios* [En línea] disponible en: [http://www.pa.gob.mx/publica/rev\\_49/Análisis/el\\_agroturismo\\_como\\_-\\_Marvin\\_Blanco\\_M.pdf](http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/Análisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M.pdf). [Accesado el 4 de febrero 2019].
- Chávez, R.M., Maldonado, Ó. y S. Calisto, (2017) *Limitantes para el desarrollo local a través del turismo en Latinoamérica*. Toluca, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Constabel, S., Oyarzun, E., y P. Szmulewicz, (2008) *Agroturismo en Chile: Caracterización y perspectivas*. Santiago de Chile, Universidad Austral de Chile
- Crosby, A., (ed.), (2009) *Re-inventando el turismo rural: Gestión y Desarrollo*. Barcelona, LAERTES
- Gousiou A. Spilanis, I. y T. Kizos, (2001) “Is Agrotourism ‘Agro’ or ‘Tourism’? Evidence from Agrotourist Holdings” en *Anatolia* [En línea] disponible en: doi: 10.1080/13032917.2001.9686995. [Accesado el 4 de febrero 2019].
- Gómez, A., Rodríguez., y Y. Acosta, (2012) “El agroturismo como opción de diversificación económica en la comunidad de Yaracal, Estado Falcón” en *Multiciencias* [En línea], vol. 12, disponible en: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/multiciencias/article/view/19290>. [Accesado el 6 de febrero 2019].

- Hoey, B., (2015) "Postindustrial Societies" en *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* [En línea], vol. 18, no.2, disponible en: <https://10.1016/B978-0-08-097086-8.12217-2>. [Accesado el 10 de febrero 2019].
- Hernández, J.A., (2012) "¿Nueva ruralidad o nuevas identidades rurales? El papel de la agricultura en la región conurbada de Puebla" [En línea]. Septiembre, Cuernavaca, disponible en: <http://colmex.academia.edu/AlvaroFlores/Papers> Asociacion Latinoamericana de Sociología Rural [Accesado el 10 de abril de 2019].
- IICA. (2000) *El desarrollo rural sostenible en el marco de una nueva lectura de la ruralidad: nueva ruralidad*, Panamá: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - Pontificia Universidad Javeriana, CLACSO.
- Morales, L.A., Cabral, A., Aguilar, A., Velasco, L. y O. Holguín, (2015) Agroturismo y competitividad, como oferta diferenciadora: el caso de la ruta agrícola de San Quintín, Baja California en *Revista Mexicana de Agronegocios* [En línea], vol. 37, disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/141/14143037004.pdf>. [Accesado el 14 de febrero 2019].
- Noriero, L., Torres, G., Almanza, G, y M. Ramírez, (2009) "Nueva Ruralidad: enfoques y sinergias. Emergencia de un modelo alternativo de desarrollo" en *Políticas públicas y economía* [En línea], disponible en: <https://biblat.unam.mx/pt/revista/textual-chapingo/articulo/nueva-ruralidad-enfoques-y-sinergias-emergencia-de-un-modelo-alternativo-de-desarrollo>. [Accesado el 20 de febrero 2019].
- Pérez, S., (2011) "El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural" en *Agronomía Colombiana* [En línea], vol. 28, núm. 3, disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a18.pdf>. [Accesado el 22 de febrero 2019].
- Pulido, J.I., y P. Cárdenas, (2011) "El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo" en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* [En línea], núm. 56, disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3722434>. [Accesado el 20 de febrero 2019].
- Riveros, H. (2014) *Valor agregado en los productos de origen agropecuario: Aspectos conceptuales y operativos*. San José, Costa Rica, IICA.
- Riveros, H., M. Blanco, (2003) *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo rural*. Lima, IICA: PRODER.
- Saéz, A. (2008) El turismo rural como factor de desarrollo. In I. Pulido, El turismo rural (pp. 51-73). Madrid, España: Síntesis.
- Santucci, F. (2013) "Agritourism for Rural Development in Italy, Evolution, Situation and Perspectives" en *British Journal of Economics, Management & Trade* [En línea], vol 3, disponible en: [https:// DOI: 10.9734/BJEMT/2013/3558](https://doi.org/10.9734/BJEMT/2013/3558). [Accesado el 24 de febrero 2019].
- Sosa, M. y P. Salido, (2013) "La conformación de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo turístico rural para el municipio de Ures, Sonora, México" en *Estudios Sociales* [En línea] núm.42, disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-45572013000200007](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572013000200007). [Accesado el 26 de febrero 2019].

ANÁLISIS DEL PERFIL DEL AGROTURISTA. EL CASO DE LOS CUNICULTORES DE VILLA DEL CARBÓN,  
ESTADO DE MÉXICO

- Samir, S., (2001) “Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del Sureste español” en *Cuadernos de Turismo* [En línea] núm. 7, disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22091>. [Accesado el 01 de febrero 2019].
- Saarinen, J., (2007) “Contradictions of Rural Tourism Initiatives in Rural Development Contexts: Finnish Rural Tourism Strategy Case Study” en *Current Issues in Tourism* [En línea]. vol. 10, disponible en <https://doi: 10.2167/cit287.0>. [Accesado el 01 de febrero 2019].
- Sheaffer, R., Mendenhall, W., y R. Ott, (2007) *Elementos de muestreo*. Madrid, España. Editorial Paraninfo.
- Szmulewicz, E. y P. Gutiérrez, (2012) “Asociatividad y agroturismo. Evaluación de las habilidades asociativas en redes de Agroturismo del sur de Chile” en *Estudios y Perspectivas en Turismo* [En línea], no. 4, disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180724056012>. [Accesado el 15 de febrero 2019].
- Thomé, H., (2008) “Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía” en *Convergencia* [En línea], vol. 15, núm. 47, disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-14352008000200009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352008000200009). [Accesado el 01 de marzo 2019].
- Vessuri, H., (2004) “La Hibridización del Conocimiento. La Tecnociencia y los Conocimientos Locales a la Búsqueda del Desarrollo Sustentable” en *Revista de Ciencias Sociales* [En línea], vol. 11, no. 35, disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/26418633\\_La\\_Hibridizacion\\_del\\_Conocimiento\\_La\\_Tecnociencia\\_y\\_los\\_Conocimientos\\_Locales\\_a\\_la\\_Busqueda\\_del Desarrallo\\_Sustentable](https://www.researchgate.net/publication/26418633_La_Hibridizacion_del_Conocimiento_La_Tecnociencia_y_los_Conocimientos_Locales_a_la_Busqueda_del Desarrallo_Sustentable). [Accesado el 05 de marzo 2019].
- Wamsley, D.J., (2003) “Rural tourism: a case of lifestyle-led opportunities” en *Australian Geographer* [En línea], vol. 34, disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/248999700\\_Rural\\_Tourism\\_A\\_case\\_of\\_lifestyle-led\\_opportunities](https://www.researchgate.net/publication/248999700_Rural_Tourism_A_case_of_lifestyle-led_opportunities). [Accesado el 05 de marzo 2019].