



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

MAESTRÍA EN AGROINDUSTRIA RURAL, DESARROLLO
TERRITORIAL Y TURISMO AGROALIMENTARIO

PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA ASOCIACIÓN
DE CUNICULTORES DE VILLA DEL CARBÓN, ESTADO
DE MÉXICO

TRABAJO TERMINAL DE GRADO

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN
AGROINDUSTRIA RURAL DESARROLLO TERRITORIAL
Y TURISMO AGROALIMENTARIO

PRESENTA:

L. en T. RAÚL GÓMEZ VÁZQUEZ

COMITÉ DE TUTORES:

MTRA. CELIA GUZMÁN HERNÁNDEZ
MTRA. MAGDALENA MUNGUÍA REYES
DR. ANASTASIO GARCÍA MARTÍNEZ

UNIDAD SAN CAYETANO, TOLUCA, ESTADO DE
MÉXICO MAYO 2016

RESUMEN

PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA ASOCIACIÓN DE CUNICULTORES DE VILLA DEL CARBÓN, ESTADO DE MÉXICO

Para el diseño de la presente propuesta se trabajó con la Asociación de Cunicultores (AC) de Villa del Carbón, Estado de México, donde se planteó como objetivo generar una propuesta de agroturismo dentro la asociación de cunicultores en Villa del Carbón; con base en un diagnóstico sobre las características turísticas (recursos, infraestructura y demanda), para lograrlo se trabajó con la metodología establecida en la *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales* la cual fue elaborada con base en las experiencias del proyecto “Validación de un instrumento o modelo para la elaboración de programas de desarrollo turístico en territorios rurales de América Latina”.

En donde se obtuvo que las características productivas y asociativas de la AC resultan propicias para el desarrollo de la actividad agroturística aunado a ello los entornos socioeconómico y geográfico-ambiental de Villa del Carbón se encuentran enmarcados en un contexto en donde se puede visualizar la incorporación del turismo en los sectores productivos bajo un orden de respeto y preservación por sus recursos así como de su identidad colectiva, observando a la pluriactividad como actor clave en el desarrollo del territorio. Asimismo se tiene que el diagnóstico de la situación turística por una parte muestra signos positivos en lo que respecta a infraestructura y servicios complementarios, en lo referente a la participación del sector público, existe una intención clara de proyectarlo turísticamente, mostrando un trabajo integral (de niveles del gobierno) que contempla los atractivos culturales y naturales de uso turístico; agregando las actividad comerciales y turísticas; al servicio de su población local y visitantes, aunado a ello los resultados positivos obtenidos mediante la aplicación de encuestas a turistas donde se identificó el interés por conocer la cunicultura como actividad de recreo. De acuerdo con lo expresado se concluye que es una propuesta diseñada por los socios y asesorías de un servidor, considerando su saber-hacer inmerso en la cunicultura, su infraestructura así como de su capacidad asociativa.

SUMMARY
PROPOSAL FOR AGRITOURISM IN THE ASSOCIATION OF VILLA DEL
CARBON, STATE OF MEXICO

For the design of this proposal, work was made along the Association of Rabbit Breeders (ARB) of Villa del Carbon, State of Mexico, setting out as an objective to create a proposal of agrotourism together within the association of rabbit breeders in Villa del Carbon based on an assessment of touristic characteristics (resources, infrastructure and demand), to achieve it, the work was based in the methodology set out in the *Guide for the formulation of plans for tourism development in rural areas* which was developed based on the experiences of the project "Validation of an instrument or model for the production of tourism development programs in rural areas of Latin America. "

Through this work it was found that the production and associative characteristics of the ARB are conducive to the development of agritourism activity, alongside this, the socio-economic and geographical-environmental surroundings of Villa del Carbon are framed in a context where you can visualize the incorporation of tourism in the productive sectors under a respect and preservation order for their resources and their collective identity, watching multiactivity as a key player in the development of the territory. As well we have that the diagnosis of the tourism situation on one hand shows positive signs in terms of infrastructure and ancillary services in relation to the participation of the public sector, there is a clear intention to project it in terms of tourism, showing an integral work (of levels of government) covering cultural and natural attractions for tourist use; adding trade and tourism activity to the service of the local population and visitors, alongside this, the positive results achieved by applying tourist surveys where the interest of learning about the rabbit breeding as recreational activity was identified. Accordingly to what's being expressed, it ends with a proposal where the Rabbit Breeders designed by the partners and my consultation considering their know how inside the rabbit breeding, their infrastructure as well as their associative capacity.

CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN GENERAL.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	4
2.1. Conceptualización de la nueva ruralidad	7
2.1.1 Nueva Ruralidad y Turismo.....	11
2.2 Turismo rural.....	13
2.3 Agroturismo	21
III. JUSTIFICACIÓN.....	34
IV. OBJETIVOS	39
V. MATERIAL Y MÉTODO	40
VI. Resultados.....	48
6.1 Características de los procesos productivos de la Cunicultura.....	48
6.1.1. Análisis FODA en la Asociación de Cunicultores.....	52
6.1.2 Ubicación y descripción de la granja cunicultora para la actividad agroturística	60
6.1.3 Ubicación y descripción del taller artesanal de pieles de conejo para la actividad agroturística	62
6.2. Análisis previo del territorio	64
6.2.1 Dimensión geográfico-ambiental.....	64
6.2.2. Dimensión socioeconómica	72
6.3. Diagnóstico de la situación turística	79
6.3.1. Ámbito turístico	79
6.3.2. Oferta turística.....	81
6.3.3. Viabilidad de la propuesta de agroturismo.....	83
6.4. Propuesta de agroturismo en la Asociación de Cunicultores	104
VII. Discusión general	119
VIII. Conclusión general.....	123
IX. Referencias bibliográficas	125

X. ANEXOS	131
------------------------	------------

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Esquema de características para una propuesta agroturística.....	28
Figura 2. Metodología del IICA: Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales.....	41
Figura 3. Ubicación de la granja cunícola desde el centro de Villa del Carbón	60
Figura 4. Ubicación desde el entronque de la carretera D.F- Atlacomulco.....	60
Figura 5. Trayecto para la granja cunícola.....	61
Figura 6. Dimensiones de la granja Cunícola	61
Figura 7. Ubicación del taller artesanal del curtido de pieles	62
Figura 8. Superficie del Taller artesanal de pieles	62
Figura 9. Ubicación de Villa del Carbón	64
Figura 10. Presa molinitos.....	68
Figura 11. Presa Juárez	69
Figura 12. Cerro de la Bufa	69
Figura 13. Presa del Llano	70
Figura 14. Llano de lobos.....	71
Figura 15. Espacio para la crianza del conejo	110
Figura 16. Nidales de los conejos dentro de la granja cunícola.....	111
Figura 17. Horno de tabique para la elaboración de platillos	112
Figura 18. Composta con eses y orina de conejo combinados con hojas y ramas de árboles	112
Figura 19. Familia que se integrará en las actividad agroturística	113
Figura 20. Paisaje de la granja cunícola	113
Figura 21. Taller artesanal	115
Figura 22. Área de recibimiento y almacenamiento de pieles.....	116
Figura 23. Tendido de las pieles de conejo.....	116
Figura 24. Herramientas para quitar los excesos de carne y pelos de las pieles de conejo.....	117
Figura 25. Confección y elaboración de los artículos de piel de conejo	118

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Usos del suelo en Villa del Carbón.....	66
Gráfica 2. Lugar de procedencia de los turistas.....	84
Gráfica 3. Edad de los turistas	85
Gráfica 4. Grado de estudios de los turistas	86
Gráfica 5. Número de veces que ha visitado Villa del Carbón.....	87
Gráfica 6. Motivo de viaje de los turistas que visitan por primera vez Villa del Carbón	88
Gráfica 7. Motivo de viaje de los turistas que visitan más de 5 veces Villa del Carbón	89
Gráfica 8. Con quién viajan los turistas.....	90
Gráfica 9. La cunicultura como actividad identitaria por parte del turista.....	91
Gráfica 10. Forma de percepción de la cunicultura por parte del turista.....	92
Gráfica 11. Grado de interés por parte de los turistas en conocer la crianza del conejo que no conoce la cunicultura.....	93
Gráfica 12. Grado de interés por parte de los turistas en conocer los procesos de producción de carne de conejo que no conoce la cunicultura	94
Gráfica 13. Grado de interés por parte del turista en conocer el curtido de pieles que no conoce la cunicultura	95
Gráfica 14. Grado de interés en la crianza del conejo por parte del turista que ya conoce la cunicultura	96
Gráfica 15. Grado de interés en los procesos de producción por parte del turista que ya conoce la cunicultura.....	97
Gráfica 16. Grado de interés en el curtido de pieles por parte del turista que ya conoce la cunicultura	98
Gráfica 17. Turistas que hayan visitado las granjas productivas o el taller artesanal	100
Gráfica 18. Grado de interés por parte de los turistas en conocer la cunicultura	100

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Relación entre fase, herramienta metodológica, propósito y objetivo de la investigación.....	42
Cuadro 2. Parámetros productivos del conejo en la AC	49
Cuadro 3. Proceso del curtido de pieles	50
Cuadro 4. FODA de la AC.....	52
Cuadro 5. Determinación de estrategias a emplear en la AC	54
Cuadro 6. Principales paisajes en Villa del Carbón	68
Cuadro 7. Estructura demográfica de Villa del Carbón	74
Cuadro 8. PEA de Villa del Carbón	75
Cuadro 9. Tradiciones y actividades culturales en Villa del Carbón	75
Cuadro 10. Número de hoteles y posadas en Villa del Carbón	81
Cuadro 11. Identificación de los turistas que no conocen la cunicultura y los que la conocen.....	99
Cuadro 12. Posibles actividades a realizar dentro de la granja de conejos.....	101
Cuadro 13. Posibles actividades a realizar dentro de la granja de conejos.....	102
Cuadro 14. Posibles actividades a realizar en el taller artesanal.....	103
Cuadro 15. Los principios de organización social de la economía	106

I. INTRODUCCIÓN GENERAL

De acuerdo a las nuevas necesidades del medio rural ante el modelo capitalista neoliberal, las personas de este ámbito han diversificado las actividades económicas, con la finalidad de subsistencia y prevalecer dentro de sus territorios implementando nuevos modelos económicos haciendo uso de sus recursos naturales, culturales y materiales tangibles e intangibles.

Es de esta manera que el turismo se ha incorporado y adaptado a las necesidades propias de los diferentes territorios rurales creando y consolidando nuevas modalidades, aunado a ello se tiene la presencia de un nuevo segmento de turistas interesados en conocer el medio rural así como las actividades que se realizan dentro del mismo, lográndose con ello una revalorización y revitalización los espacios rurales.

Del mismo modo, se tiene que sus particularidades del turismo en los espacios rurales es fortalecer, conservar y preservar; tradiciones, gastronomía, cultura y el saber-hacer. Estos elementos culturales de los pueblos campiranos de orden generacional, actualmente implican un atractivo que se convierte en un recurso turístico (las faenas agrícolas o pecuarias que obedecen a su modo de vida de los campesinos), mismo que se posiciona en un nuevo contexto social y económico, donde los turistas con residencia en las urbes; son atraídos por la idea nostálgica de la tranquilidad, lo ajeno a su vida cotidiana.

Y es de esta manera que los turistas o excursionistas viajan a estos sitios, provistos de servicios de entretenimiento, establecimientos de hospedaje y alimentación; participando en diferentes actividades propias del sector agropecuario, cabalgando, haciendo paseos en carreta, ordeñando vacas, realizando artesanías entre otras más; estas acciones implican servicios que representan un ingreso para las familias que pertenecen a las diferentes comunidades rurales.

Por lo anteriormente expuesto el turismo, en las áreas vernáculas, es una alternativa en producción de servicios, que favorece el empoderamiento de la gente local, y de alguna forma mitiga las problemáticas recrudescencia de competencia social, económica y demográfica que ha presentado el medio rural en las 3 últimas décadas; donde ha disminuido la población por la migración a las ciudades; debido al abandono del sector agrícola en función de subsidios reales; lo cual se ha derivado por la incapacidad de llegar al mercado en condiciones paritarias a las de los acaparadores nacionales e internacionales tienen y que les condena a veces hasta trabajar sin obtener el fruto de su trabajo, la privatización del sector.

La insostenibilidad de las estructuras agrícolas de los pequeños propietarios en México, y con el ánimo de sumar condiciones más al alcance de los pequeños propietarios campesinos, es que presento en el Trabajo Terminal de Grado (TTG); una propuesta de agroturismo dentro de la AC de Villa del Carbón. En esta agrupación sus socios, en el año de 2014 comenzaron a dejar el oficio de cunicultores al no encontrar mercado para la venta de sus productos por lo que disminuye el número de integrantes en la Asociación, provocando la ausencia de criadores de conejo; así como la falta de pieles de este mamífero para curtirlas y transformarlas en productos artesanales; de la misma manera las reuniones sólo se han tornado en el establecimiento de precio y la creación de la feria del conejo como una alternativa de difusión.

Es por ello que para llegar al diseño de la propuesta de agroturismo en el presente el TTG se realizó una revisión de literatura referente a los conceptos de Nueva Ruralidad (NR), Turismo Rural (TR) y Agroturismo. Mismos que enmarcan la explicación de la reconversión productiva del agro al modificarse el uso del territorio al introducirse la tercerización en este; donde la actividad pecuaria se configura en una nueva relación con el turismo. Del mismo modo se tiene que planteó como objetivo generar una propuesta de agroturismo dentro la Asociación de Cunicultores en Villa del Carbón; con base en un diagnóstico sobre las

características turísticas (recursos, infraestructura y demanda), para lograrlo se trabajó con la metodología establecida en la Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales.

En donde se obtuvo que las características productivas y asociativas de la AC resultan propicias para el desarrollo de la actividad agroturística aunado a ello los entornos socioeconómico y geográfico-ambiental de Villa del Carbón se encuentran enmarcados en un contexto en donde se puede visualizar la incorporación del turismo es los sectores productivos bajo un orden de respeto y preservación por sus recursos así como de su identidad colectiva, observando a la pluriactividad como actor clave en el desarrollo del territorio. Asimismo se tiene que el diagnóstico de la situación turística por una parte muestra signos positivos en lo que respecta a infraestructura y servicios complementarios, en lo referente a la participación del sector público, existe una intención clara de proyectarlo turísticamente, mostrando un trabajo integral (de niveles del gobierno) que contempla los atractivos culturales y naturales de uso turístico; agregando las actividad comerciales y turísticas; al servicio de su población local y visitantes, aunado a ello los resultados positivos obtenidos mediante la aplicación de encuestas a turistas donde se identifico el interés por conocer la cunicultura como actividad de recreo. De acuerdo con lo expresado se concluye que es una propuesta diseñada por los socios y asesorías de un servidor, considerando su saber-hacer inmerso en la cunicultura, su infraestructura así como de su capacidad asociativa.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

A manera de introducción la presente revisión bibliográfica del Trabajo Terminal de Grado que lleva por nombre Propuesta de agroturismo en la Asociación de Cunicultores de Villa del Carbón, Estado de México se presentan los conceptos de Nueva Ruralidad (NR), Turismo Rural (TR) y Agroturismo. Mismos que enmarcan la explicación de la reconversión productiva del agro al modificarse el uso del territorio al introducirse la tercerización en este; que para el caso de la presentación de una propuesta de agroturismo en Villa del Carbón, deriva en los servicios de corte turístico mismos que caben en las nuevas formas de producción donde la actividad pecuaria se configura en una nueva relación con el turismo.

Por lo que, se comenzará por referir a la Nueva Ruralidad (NR), de manera conceptual solo para explicar; el porqué del turismo en el ámbito rural; lo expresado será guardando sólo un aspecto de funcionalidad en la estructura de la exposición del TTG; además es importante señalar que la NR en los últimos 20 años ha sido una constante en diferentes espacios de esta nación; como alternativa de generación de ingresos. Por lo que la NR, tal como conceptualización de análisis se ha ido modificando de manera constante tanto en América Latina como en Europa, lo que ha dado pie a adoptar diferentes posturas al abordarla. No obstante, en ambos continentes la NR es recurrente, este concepto que se ha evolucionado en atención a las nuevas vocaciones productivas; para el aprovechamiento del uso del suelo, que responde a una capacidad de supervivencia de las actividades misoneístas con un énfasis esnobista- economicista que es dictada desde las lides internacionales.

Por lo que Monterroso y Zizumbo mencionan que la NR es [...] “La estrategia, impulsada a nivel internacional por la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés) y en la región latinoamericana por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), el Instituto Interamericano para la Cooperación Agrícola (IICA) y el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE). En México, la mayor parte de las políticas,

estrategias y proyectos de desarrollo en espacios rurales que se llevan a cabo actualmente se encuentran dentro de este paradigma” (2014, 4).

Por lo que esta estrategia de 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 está el desarrollo de una agricultura estratégica que tenga repercusiones en las zonas urbanas adyacentes, la que reviste un carácter fundamental en el planteamiento, es 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: 5).

Es así como se observa que en la multifuncionalidad es donde el turismo aparece con un mote de apellido rural y que se complejiza en una constante al perpetrar entre lo tradicional y la producción de bienes y servicios; la profesionalización de esta actividad muchas veces dentro del territorio nacional se ha improvisado o en el caso de grandes firmas muestran el modelo industrial. El turismo rural es una de tantas expresiones en el uso del suelo agro, que parece romper la brecha del imaginario entre la relación campo y ciudad.

Sin embargo, para los profesionales del turismo es una forma de generar empleos e inversiones mostrando las cualidades propias de una área rural, por ejemplo; el agroturismo destaca y define la esencia de las faenas propias de los habitantes cuya labor está en el cuidado de los bienes agrícolas o pecuarios, que son retomados como atractivos culturales que están envueltos en una atmosfera distinta a la de ciudades o los diseños asfálticos y de vida nocturna del modelo de sol y playa.

Es precisamente en este espacio rural donde el agroturismo surge aprovechando las ocupaciones agropecuarias como atractivo, asimismo abandona el discurso de complementariedad, por lo que es y debe ser concebido como otra actividad que se agrega y la cual contiene aspectos técnicos y profesionales vinculados a la producción de servicios, es decir inyectar inversión, generar empleo y profesionalización en lo turístico.

A lo anterior se debe agregar que el agroturismo (Guzmán,2013:101) “refiere territorios cuyas particularidades, puedan llegar a constituirse en áreas de oportunidades; de futuras organizaciones de producción de servicios turísticos vinculados al campo pecuario haciendo una traza noble sobre naturaleza que favorezca y dé mayor fortalecimiento al turismo y a la gastronomía con la idea de preservación” Del mismo modo la autora explica que “los consumidores, excursionistas y turistas están cada vez más interesados en los atributos de los productos alimenticios rurales; asimismo en la cultura y modos sostenibles de producción, debido a que contribuyen a la conservación de los ecosistemas y biodiversidad” (2013:112). Lo anterior lleva a considerar que el agroturismo debe ser un servicio profesional de bajo impacto en los entornos naturales que realmente lo coloquen como un turismo alternativo, es decir una vía de buenas prácticas en lo agropecuario y las estructuras de la oferta turística.

La NR, se ha estudiado y enfocado a las realidades de los territorios rurales, y es por ello que; para poder conceptualizarla se tiene que partir de la integración de los actores locales, las políticas implementadas en los espacios, los aspectos socioeconómicos de la población y los cambios históricos que se tienen entre lo rural y lo urbano. De ahí que el debate sobre las viejas y nuevas ruralidades, pues en todas las épocas ha habido transformaciones, de distinta índole. Para ello es importante aclarar que este concepto surge como una necesidad de abordaje de los distintos fenómenos relacionados con lo rural (CEDRSSA, 2006).

Por lo que es muy usual encontrar el surgimiento de las nociones de multifuncionalidad¹ de la agricultura (MFA) en Europa y de NR en América Latina. Elaboradas en contextos socioeconómicos diferentes, ambas se desarrollaron progresivamente durante los años 1990 como reacción a los mismos procesos relacionados con la globalización. Asimismo se observa que la conformación de la nueva ruralidad; es resultado de las tensiones generadas por el nuevo régimen de acumulación capitalista en el cual se visualiza; a una población que teme perder sus propiedades; y un incipiente sector que pretende constituirla en propiedad privada a través del despojo.

2.1. Conceptualización de la nueva ruralidad

Pérez (2011) menciona que la nueva ruralidad es expresada como un territorio el cual contiene fuentes de recursos materiales, naturales y materias primas, cuya población (el recurso humano) lleva a cabo actividades económicas diversas en distintos sectores como la agricultura, la artesanía, las pequeñas industrias, el comercio, la pesca, la minería, la extracción de recursos naturales y el turismo, entre otros. Implica con ello que la pluriactividad en el contexto rural no sólo es mediada por características del entorno físico natural, sino también por la cultura y por las tradiciones que aún se comparten con la población urbana, por el intercambio y por la percepción de necesidad de satisfacción de demandas, propias y ajenas, porque la convivencia hoy cercana, se expresa de forma más nítida y hasta cierto punto co-dependiente con el entorno. Agrega el autor que es pertinente tratar de ver la estrecha interdependencia del mundo rural con el resto de la economía y con el medio urbano en particular, ya que establecen relaciones económicas a través de flujos comerciales de bienes agrarios y manufacturados,

¹ El término de multifuncionalidad se utiliza por primera vez en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo celebrada en Río de Janeiro en 1992. A partir de este momento se multiplican los estudios y las aproximaciones teóricas a dicho concepto, al mismo tiempo que su uso es cada vez más frecuente como sucede en los casos de la celebración del cincuenta aniversario de la creación de la FAO (Declaración de Quebec, 1995) y de la Declaración de Ministros de la OCDE en 1998. Incluso la Unión Europea (UE) asume enseguida los conceptos de multifuncionalidad rural y de pluriactividad campesina como bandera de su reforma de la Política Agrícola Común (PAC) en 1992, consolidándose y dila denominada Agenda 2000 (1997), documento que establece las bases económico-financieras de la UE para el periodo 2000-2006.

flujos financieros y de recursos naturales y humanos. Concluyendo que la nueva ruralidad no es planteada como un concepto aislado sino más bien desde una visión integradora en la cual se deben de incorporar las diferentes ciencias para poder comprender la realidad que existe entre la sociedad rural y urbana.

Kay (2009) en “Estudios rurales en América Latina en el periodo de globalización neoliberal: ¿una nueva ruralidad?” menciona que el concepto de nueva ruralidad surge a mediados de la década de 1990, presentando énfasis en la interpretación de las transformaciones socioeconómicas que se generaron en los ámbitos rurales, a partir del proceso de globalización y la adopción del modelo económico neoliberal.

Por consiguiente se tiene que la nueva ruralidad surgió como un concepto emergente para definir y oficializar una descentralización de actividades institucionales hacia el campo, y el anuncio de la colaboración, integración y la operacionalización de actividades institucionales con actores que desde su propia perspectiva canalizan acciones de desarrollo hacia la población rural (Zizumbo, 2010).

La nueva ruralidad emerge en este contexto como un enfoque que pretende rendir cuenta de las nuevas realidades presentes en el agro, partiendo del reconocimiento de 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, donde se debe de considerar la heterogeneidad del medio rural y la diversidad de respuestas y estrategias elaboradas por los actores locales para hacer frente a las transformaciones inducidas por la adopción de un nuevo modelo de desarrollo para el agro, es decir, sobre la forma en que se localizan los procesos de índole global en el campo (Hernández, 2012).

Derivado de estos cuatro autores se puede deducir que el aporte del estudio de la NR, radica en la intención de generar conciencia sobre las problemáticas rurales y reflexionar sobre las políticas de desarrollo rural acordes a la realidad.

Por lo que De Grammont (2008) refiere dos interpretaciones del concepto: las centradas en cuestiones de políticas públicas y las orientadas a las transformaciones económicas, sociales y políticas. Además aportó estudios acerca de la espacialidad de lo rural; la cual contiene importantes facetas y escalas de referencia; multiplicando y complejizando sus funciones territoriales.

Zizumbo (2010) explica a la nueva ruralidad como una especie de refuncionalización de lo rural, al poner el impulso en diversas actividades productivas en sustitución de las tradicionales actividades agrícolas campesinas, lo que realmente busca es; trasladar la producción de granos básicos a otras latitudes; y, asignarle nuevas funciones a la gente local.

Ante ello las comunidades rurales han implementado nuevas alternativas económicas, incorporándose al sector de servicios en conjunto a sus actividades primarias. Del mismo modo CEDRSSA (2006) menciona que el hecho de que los pobladores de los territorios rurales, no se dediquen exclusivamente a la producción agropecuaria sino a una amplia gama de actividades influye en las explicaciones que sobre el agro se han formulado desde la perspectiva de la “nueva ruralidad”.

Es decir, que la NR es una noción incluyente; ya que reconoce a todas las actividades económicas que se desarrollan en el medio rural, además de la agricultura, registrando a todos los actores sociales que habitan en el medio rural. Es también incluyente en el sentido de que reconoce el valor de las instituciones, la cultura, el patrimonio histórico y el uso del espacio rural para la recreación y el ocio.

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) siendo a su vez sustentables y sostenibles, una de ellas es el turismo en espacios rurales, como una estrategia para aminorar la crisis del propio medio rural (lo agrario y pecuario). Además pone énfasis en la actividad productiva agropecuaria, admitiendo la trascendental importancia del manejo, uso y conservación de los recursos naturales, además del reconocimiento de 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 decir que la NR tiene como principal objetivo el crecimiento endógeno de las comunidades locales haciendo uso de sus recursos naturales y culturales bajo los principios de la sustentabilidad, así como la integración horizontal y vertical de las cadenas productivas, constituyendo una multifuncionalidad, logrando la integración de lo urbano con lo rural, es aquí donde la tercerización del ámbito rural se logra a través del turismo el cual conforma no un complemento sino más bien la generación de nuevos bienes y servicios de esta actividad.

Siendo el turismo una de las estrategias para diversificar las actividades económicas dentro de los espacios rurales fortaleciendo el arraigo territorial y propiciando el desarrollo endógeno, el cual como fenómeno social se ha diversificando e incorporado a las necesidades de los turistas, para el caso específico de su implementación en los espacios rurales surgió como un complemento para aminorar la crisis del propio medio, el agrario y el pecuario.

2.1.1 Nueva Ruralidad y Turismo

El modelo capitalista tiende a reconfigurarse continuamente, por ello el turismo también se ha transformado, pasando de ser una actividad masiva, inflexible y centrada en los atractivos de sol y playa, hacia formas más individuales, basadas en un producto heterogéneo y de menor impacto, es decir, una moda inducida por el capital como respuesta a los impactos del turismo masivo (Morera, 2006).

Una de las actividades que se han incorporado al medio rural es el turismo, en el caso de la Unión Europea se inició desde la década de los 90, donde los flujos turísticos demandaban espacios recreativos y de ocio en áreas rurales, al ver esta nueva tendencia el Ministerio de Agricultura apoyó con iniciativas como PRODER (Programa de Desarrollo y Diversificación Económica en Zonas Rurales) y LEADER (Liaisons Entre Activités de Développement de l'Économie Rural), contribuciones activas al desarrollo rural.

El auge económico del turismo a nivel global se ha considerado como motor de crecimiento para los Estados y, particularmente, como una opción de desarrollo regional y local. No obstante, la actividad turística va más allá de ser una industria generadora de indicadores económicos, es también un fenómeno social que está tomando impulso al considerar al individuo en su relación con el medio ambiente y con sus semejantes (Anaya, 2011; Palafox y Martínez, 2015).

La organización de la actividad turística llevada a cabo por la población local, incrementa el valor cultural del territorio y contribuye a la preservación del entorno es decir, integra las riquezas naturales, la vida cotidiana de la comunidad rural y la dinámica propia de las actividades agropecuarias en un producto atractivo para el mercado turístico nacional e internacional (Palafox *et al.*, 2015).

La oferta turística en el ámbito rural se encuentra orientada al turista interesado en conocer y disfrutar la vida del campo, considerando la participación en actividades propias de los territorios una de las modalidades es el turismo alternativo que consiste en el disfrute de la naturaleza y la práctica de actividades deportivas.

La prioridad otorgada al turismo en las diversas estrategias de desarrollo rural, responde a que ha sido depositario de fuertes expectativas como vector de cambio y progreso considerado como salvador de los problemas del mundo rural, incluso sus beneficios se dan por obtenidos en cualquier territorio y bajo cualquier realidad (Palafox *et al.*, 2015).

La nueva ruralidad desde la perspectiva comunitaria constituye una opción que puede proveer oportunidades de desarrollo para los pobladores rurales, tanto para incrementar 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). Cabe destacar que el turismo dentro de los espacios rurales incorpora nuevos cimientos dentro de su constitución ya que se realizan actividades de acuerdo a los recursos con los que cuenta el territorio integrando como eje transversal la sustentabilidad.

A manera de conclusión se tiene que la nueva ruralidad ha sido incorporada desde su concepción para poder comprender la interacción que existe entre el medio rural y el urbano, para entender los cambios, sociales, políticos y económicos que existen en la sociedad rural y la integración de nuevas actividades al medio, por lo que, cuando se aborda a la nueva ruralidad y se habla del turismo; el cual debe dejar de verse como una actividad complementaria, más bien dada su complejidad de este; es que es importante tener una visión holística e integradora.

2.2 Turismo rural

El turismo rural conceptualizado desde lo humano guarda la esencia del descanso, desarrollo personal y diversión; que requiere el hombre para lograr la satisfacción física y mental que genere 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 la armonía de la naturaleza, acompañados de sonidos originales del lugar, además de descubrir las formas de convivencia campesina de los que hoy constituyen al sector productivo de servicios turísticos.

Es a partir de aquí, es que se observa que el vínculo de los patrimonios tangibles e intangibles de los pueblos rurales, aunados a sus paisajes de valor en tanto su originalidad, ha implicado los traslados a estos destinos, cuyos consumidores de servicios turísticos (hospedaje, alimentación, bebidas, entretenimiento y diversión), se les atiende y oferta en este entorno; empresas, que no correspondían a los quehaceres propios del área rural y hoy constituyen un quehacer de orden profesional para diferentes segmentos de mercado y sin lugar a dudas es una actividad económica que genera ingresos adicionales y en ocasiones suelen ser los dominantes para la población, donde el cuidado del entorno natural y cultural deben estar presentes y que sean aprovechados por esta generación y las venideras.

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, en este proceso existe 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).

A causa de esto; la cultura se ha convertido en una mercancía que no sólo es útil para instruir y educar sino también para entretener, y que el turismo tiene cada vez más, como objetivo generar experiencias y emociones a aquellos que lo practican. Es así como, el patrimonio natural ha sido objeto de valorización social y turística. Ante lo expuesto es que el desarrollo de la actividad turística en el medio rural, puede sustentarse en múltiples orientaciones, pero su configuración desde la nueva ruralidad, está generando profundas transformaciones socioculturales y físicas para las comunidades campesinas, asumiendo un rol definitorio en las estrategias de intervención por parte del mercado (Pérez, Zizumbo, Romero, Cruz y Madrigal, 2011).

Una de las características de este turismo rural es que se considera de bajo impacto en lo natural y cultural, sin embargo implica profesionalización y orientación acerca del manejo y uso de los patrimonios, los cuales adquieren una transformación de orden económico y en ese momento se convierten en recursos, para posteriormente ser atractivos turísticos de uso, ya que se les inyecta inversiones de dinero y tiempo de trabajo, debido a ello se hace referencia a que el turismo es una actividad del sector de servicios que en las últimas décadas se ha consolidado en las economías de algunos países.

Tal es el caso de México, convirtiéndose en una parte representativa del Producto Interno Bruto (PIB), de acuerdo con datos de DATATUR (2014), el turismo aportó el 8.7% del total, además de presentar un incremento en zonas arqueológicas, monumentos históricos y museos, diversificando la demanda de los turistas se tiene que en años recientes se nota un cambio importante en las necesidades de los turistas, quienes desean salir de la rutina la cual ha sido impuesta por el ritmo de trabajo, el estrés de las ciudades, a causa de esto, busca espacios donde pueda estar fuera de la vida moderna y ajetreada.

“El turismo rural conforma una nueva modalidad turística, a través de la cual se ofrece una gama de actividades recreativas, alojamientos y servicios afines, situadas en el medio rural y dirigidas especialmente a personas que buscan disfrutar unos días en el campo, estar en contacto con la naturaleza y con la comunidad local. Con esta nueva modalidad se busca que las comunidades rurales participen de la derrama económica que los desplazamientos turísticos y/o recreativos provocan” (Monterroso y Zizumbo, 2014:40).

En principio se tiene que conforme lo plantea la NR; el turismo rural ha incorporado a los actores locales; o bien las políticas públicas están encaminadas para la generación de un desarrollo endógeno; siendo una de las estrategias de desarrollo. De acuerdo con Zizumbo (2010) que el turismo puede ayudar a mejorar la calidad de vida en las zonas rurales, si en lugar de domesticarlo a favor de los mercados se le convierte en un detonador de desarrollo de los pobladores rurales; por lo que el turismo ante esta perspectiva tiene que cumplir con ciertos parámetros, en los cuales los principales beneficiarios deben de ser la gente local, al igual que la nueva ruralidad el turismo no es excluyente, sino que deben de integrarse las cadenas productivas tanto horizontalmente como verticalmente.

Para ello se hace referencia a Vera y Ganga (2007) quienes mencionan que el turismo es un fenómeno de carácter estructural, ya que es una práctica social de naturaleza espacial, que es generadora de actividades económicas y que ha dejado de ser marginal para convertirse en estructural. La conceptualización del turismo rural es en sí igual de compleja a la del turismo debido a la multifuncionalidad de los territorios aunada a la nueva oferta y demanda que existe, ante ello se menciona que hay procesos específicos de producción y consumo turístico centrados en elementos del mundo agrario (paisaje, hábitat, aprovechamiento agropecuario y forestal así como las tradicionales) (Boucher y Reyes, 2013).

Del mismo modo, se tiene que el turismo rural ofrece encadenamientos hacia atrás en las cadenas productivas el cual se estimuló la búsqueda de nuevas Estrategias de desarrollo rural no Tradicionales (EDRNT), las cuales tienen un enfoque de integración. Cuando se habla de turismo rural, se hace referencia a una actividad relativamente reciente, tanto para el ámbito rural como en el propio sector turístico.

Existen diversas versiones de actividades de turismo en el espacio rural; en su mayoría la tendencia que ha venido ocurriendo es la creación de servicios de alojamiento turístico, de recreación o de restauración, basadas muchas en los saber-hacer de la población local, otra forma ha sido la recuperación de paisajes boscosos o declarados Áreas Naturales Protegidas (ANP) y le han implementado toques de diversión con actividades de tirolesa, ciclismo de montaña entre otros; sin embargo un aspecto que es relevante en este tipo de turismo es la incorporación; de las actividades tradicionales agropecuarias (la ordeña de una vaca, el cuidado de las granjas, el sembrar árboles frutales etc.), así como el uso de animales y saberes cotidianos, al ofrecer un servicio de entretenimiento (paseos a caballo y carreta, la elaboración de mermeladas, el manejo de la reata etc.).

Estas actividades recreativas que podrían ser los sueños o mercantilización de la cultura campesina; la cual ha creado un potencial inesperado, cuando comenzó el proceso de transformación o evolución en el medio rural y fue sentando nuevas bases de crecimiento y desarrollo socioeconómico a partir del sector servicios o terciario y no en el primario como tradicionalmente fue: generó desconcierto social y en algunos casos se interpretó al turismo en los espacios rurales como un complemento. Sin embargo teniendo en cuenta, que las bases de esta nueva construcción o reinención económica como lo es la NR, se encuentran basada precisamente en sus recursos naturales y culturales (patrimonio), con el tiempo se ha comprendido como la suma de esta nueva producción.

Eurico, Ribeiro, González y González (2008) en su visión territorial o de destino turístico mencionan que el turismo rural es el espacio donde los turistas desarrollan actividades en una área rural, ya que posee un interesante patrimonio natural, histórico, cultural y arquitectónico que despierta el interés de las personas que habitualmente viven en el medio urbano y que están dispuestas a invertir parte de su tiempo libre y recursos, para reencontrarse en muchos casos con sus orígenes, o simplemente buscan formas o lugares para vacacionar que estén fuera de su rutina.

Y bajo una perspectiva economicista 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 de turismo para el desarrollo de áreas rurales puede ser relevante debido a los efectos multiplicadores potencialmente elevados.

Lo anterior se fortalece con los autores Sosa y Salido (2013), cuando presentan el binomio de territorio rural y la producción de servicios; es decir de acuerdo a ellos que; turismo rural es lo que ocurre en el campo e incluye una gama de actividades, productos y servicios turísticos proporcionadas por agricultores y campesinos, vale decir, la gente que vive en las áreas rurales para atraer turistas y visitantes de sus área para generar ingresos complementarios a sus oficios.

Por consiguiente se plantea al turismo rural como una actividad heterogénea de producción de servicios, ante lo cual tanto la intangibilidad del producto así como la simultaneidad de producción y consumo son atributos inmateriales, referente a que el turismo es un fenómeno económico y social que se concibe como un medio efectivo para el desarrollo. Asimismo como de transferencia de riqueza e inversión desde las áreas más desarrolladas hacia las más pobres, que generen beneficios económicos, para lo cual los impactos sociales y medioambientales sean mínimos (Sáez, 2008).

Actualmente el turismo rural busca establecer determinados nichos de mercado que le permitan flexibilizar su oferta, buscando rentabilidad a través de la gestión de la capacidad y optimización de los recursos existentes, dentro de una concepción sostenible en largo plazo mediante la integración de las comunidades locales.

Es de esta forma, que los espacios rurales deben de contar con atractivos naturales, culturales, históricos, gastronómicos y con campesinos abiertos a sumarse a un proceso nuevo de producción, ya que es una parte esencial para el desarrollo; así como será importante que al igual que cualquier actividad económica deberá establecer estrategias de promoción, se necesitará de las habilidades empresariales, pero sobretodo dadas las características de los territorios rurales nacionales, el desplegar capacidades comunitarias locales aprovechando el trabajo familiar y de propietarios de bienes comunes o ejidatarios, con la finalidad de que se constituyan fuentes ingresos alternos a las actividades tradicionales y se genere oportunidades de empleo.

En un acercamiento de corte social sin dejar de mencionar el territorio; Thomé (2008) menciona que el turismo rural es pensado como una actividad desde las ciudades, donde los habitantes urbanos no buscan satisfacer sus necesidades con modelos turísticos masivos, sino más bien buscan la autenticidad y el interés por lo étnico. Y plantea que es necesario articular nuevos elementos (el 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 una actividad turística desarrollada por campesinos estará más inclinada hacia la vida rural como discurso holístico donde sus criterios de sustentabilidad estén asociados a sus formas de vida y reflejen un ambiente conservado.

El turismo rural muestra una significativa participación en las actividades no agrícolas del campo y, en contrapartida, complejiza la comprensión del fenómeno turístico así como la propia relación ciudad-campo. La comprensión del turismo rural implica pensar el universo asociado a las diversas escalas temporales y espaciales, como también al turismo como un todo y la producción de las variantes o modalidades de éste (Leopoldo, 2012).

Por ende se plantea al turismo rural como 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, que contribuyan a la amortización de los efectos de reestructuración económica en áreas rurales, siendo una solución a los problemas de baja renta, desarrollo, desigualdades de género, escasez de empleo y evitar la despoblación, esto como una ayuda para combatir la crisis del propio medio rural, el agrario y pecuario.

De alguna forma, 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 que involucre 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.

Una de las amenazas que se tornan en razón de un uso indiscriminado en el afán de atender los satisfactores de los habitantes de las áreas urbanas; ha implicado que el turismo en un espacio rural ha determinado un escenario clave de

actuación, donde elaboración o la restauración de infraestructura de acuerdo con Leopoldo (2012) ha provocado que se urbanice el territorio, el cual se torna volátil e inclusive facilita la producción del turismo en lugares de complicado acceso. Así, la urbanización se convierte en un proceso global que avanza sobre el espacio mundial. Esto no significa el fin del espacio rural, de las especificidades del campo, sino que marca los cambios y permanencias resultantes del conflicto entre lo tradicional y lo moderno, el capital y el trabajo, lo interno con lo externo.

A manera de conclusión se tiene que el turismo rural, ofrece distintas oportunidades a sus habitantes, que pueden significar un desarrollo local cuyas funciones están bien definidas como actividades de creación de valor a lo largo de la cadena teniendo en cuenta que la industria turística es heterogénea en cuanto lo que respecta a la producción de bienes y servicios. Ante lo cual se debe mencionar que se deben de considerar las especificidades del territorio para incursionar en lo que respecta a la actividad turística, del mismo modo como lo plantea la nueva ruralidad comprender la relación bilateral que existe entre el turista que desea retornar a sus orígenes y como la comunidad receptora puede incorporarse a la oferta servicios, esto sin perder su esencia y autonomía.

Dentro de las modalidades de este tipo de turismo se encuentra el agroturismo, bajo dicha perspectiva se trabajó con la asociación de cunicultores de Villa del Carbón Estado de México; el cual tienen como finalidad convertirse en una actividad novedosa para la comunidad local, promoviendo el arraigo territorial, la conservación de su patrimonio y la preservación de sus recursos tanto naturales como culturales; donde los cunicultores se profesionalizarán en la producción de bienes y servicios, considerando a su quehacer pecuario en un atractivo turístico

2.3 Agroturismo

Es importante aclarar que el agroturismo es una variante o modalidad del turismo rural, donde quedan implicadas las labores agropecuarias como centro de atracción, es por eso que; para comenzar el abordaje del presente apartado se inicia con la conceptualización del agroturismo que de acuerdo con Constabel, Oyarzun y Szmulewicz (2007:16) lo definen como “un tipo de turismo que se lleva a cabo en explotaciones agropecuarias combinando recreación tradicional y contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones agrícolas”

“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: 118)

El agroturismo se considera una alternativa económica viable al estar inserto en los principios del turismo sustentable, integrando de manera coherente y armoniosa algunos aspectos como: la conservación de los recursos naturales, la participación de las comunidades rurales y el fortalecimiento de su identidad cultural (Gómez, Rodríguez y Acosta, 2012).

Paralelamente el IICA (2004:20) menciona que el agroturismo es 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 el agroturismo puede incluir la participación

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. De esta manera, el agroturismo contribuye a diversificar los ingresos de la familia, incrementa la conciencia y el conocimiento sobre la producción agropecuaria y provee a los agricultores de un canal de comercialización para sus productos.

Dando continuidad se tiene a Blanco y Riveros (2010) estudiosos del tema, quienes definen el agroturismo como una modalidad del turismo rural, que se caracteriza 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.

Derivado de los ocho autores se tiene que 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.

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. Una 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).

Dando continuidad se tiene a Vessuri (2004) quien menciona que 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.

Es por ello que en las últimas décadas el agroturismo ha cobrado importancia como actividad económica en las áreas rurales como un nuevo proceso de refuncionalización como lo plantea la NR el cual puede ayudar a combatir las problemáticas que presentan los territorios, el cual se deriva de un proceso que comprende la incorporación de la tercerización en el territorio campesino; donde las actividades primarias o bien denominadas tradicionales, obtienen una nueva forma de intercambio que parte de la incorporación de bienes y servicios en un espacio local.

Por consiguiente Szmulewicz *et al.* (2012:1014) define al agroturismo como “una modalidad del turismo rural el cual que se caracteriza por la visita a emprendimientos rurales, donde el turista desea conocer e involucrase directamente en las actividades agropecuarias, respondiendo al creciente interés de los ciudadanos urbanos por conocer el patrimonio y la cultura campesina; al mismo tiempo que corresponde a una modalidad que tiende a satisfacer la demanda de espacios abiertos para la práctica de actividades turísticas tradicionales, deportivas y recreativas en el espacio rural agropecuario”

Para Hall *et al.* (2005) el agroturismo es una provisión de servicios turísticos en granjas tradicionales donde se integra la agricultura de los propietarios ya que el turismo es una práctica social colectiva que se perfila como uno de los principales proveedores de actividades económicas alternativas en espacios rurales. De igual manera Pérez (2011) menciona que el agroturismo es una actividad sostenible de desarrollo territorial con experiencias de actividades productivas cotidianas de los campesinos al definir las diferentes características y tipologías con las que se denomina el turismo rural así como actividades relacionadas se encuentran distintas definiciones que basan al turismo como actividad integrando aspectos rurales, agrarios y a las actividades que se realizan.

El surgimiento del agroturismo ofrece una opción productiva para familias y productores agropecuarios, específicamente en agrupaciones campesinas ya que su desarrollo requiere el trabajo conjunto y un grado importante de encadenamientos productivos tanto en la prestación de servicios turísticos como en la elaboración de productos turísticos (Szmulewicz *et al.*, 2012). Es por ello que dentro de la propuesta de agroturismo en la AC se pretende realizar un encadenamiento tanto horizontal como vertical involucrando a los socios evitando su desintegración mediante el aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales promoviendo un arraigo territorial.

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 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.

Por lo que, aspectos de orden ético en el agroturismo que se deben encontrar al ofrecer esta modalidad en un territorio y para sus servicios; es el cubrir una nueva actividad productiva que tome en cuenta; las diferentes expectativas de sus consumidores; aunado a los siguientes atributos que se muestran en el listado; para que su desarrollo no comprometa la producción agropecuaria ni la capacidad propia del entorno natural y cultural; esto con el fin de que las nuevas generaciones tanto de productores como de turistas sigan aprovechando sus recursos tanto para los aspectos alimenticios como los segundos para la recreación y diversión:

- El contacto con la naturaleza que ofrezca: calidad de aire y agua.
- Conservación de las diversas actividades enfocadas a la agricultura o ramo pecuario, esto se debe conservar ya que es un atractivo para este tipo de turismo, y en lo últimos años ha despertado interés en las personas de la ciudad.
- Que sus labores campesinas sean parte de la experiencia y autenticidad de los territorios, ya que este será el principal atractivo.
- Que los habitantes que ofrecen el servicio de las labores agropecuarias realmente sean trabajadores de la granja
- Que se privilegie el respeto por el entorno natural y cultural, a través de buenas prácticas agrícolas y pecuarias.
- Que existan accesos, sin distorsionar el paisaje, es decir acorde al entorno
- Que se desarrolle con características de aplicación de bajo impacto, que no se masifique.
- Que ofrezca tranquilidad y se resguarde plenamente de la vida acelerada y de tumultos de las urbes
- Que se vivan experiencias vinculadas con la cultura de los productores agropecuarios, sin alterar la realidad.
- No alterar los ciclos productivos e informar a los consumidores los cambios propicios de la temporalidad de los cultivos o reproducción animal, que les coloquen en riesgo.

- Usar algunas 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
- Que los campesinos decidan voluntariamente su interés de participar e incursionar en nuevas formas productivas como es el agroturismo y sus servicios.
- Desarrollar habilidades de atención turística

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

A manera de conclusión plantea 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.

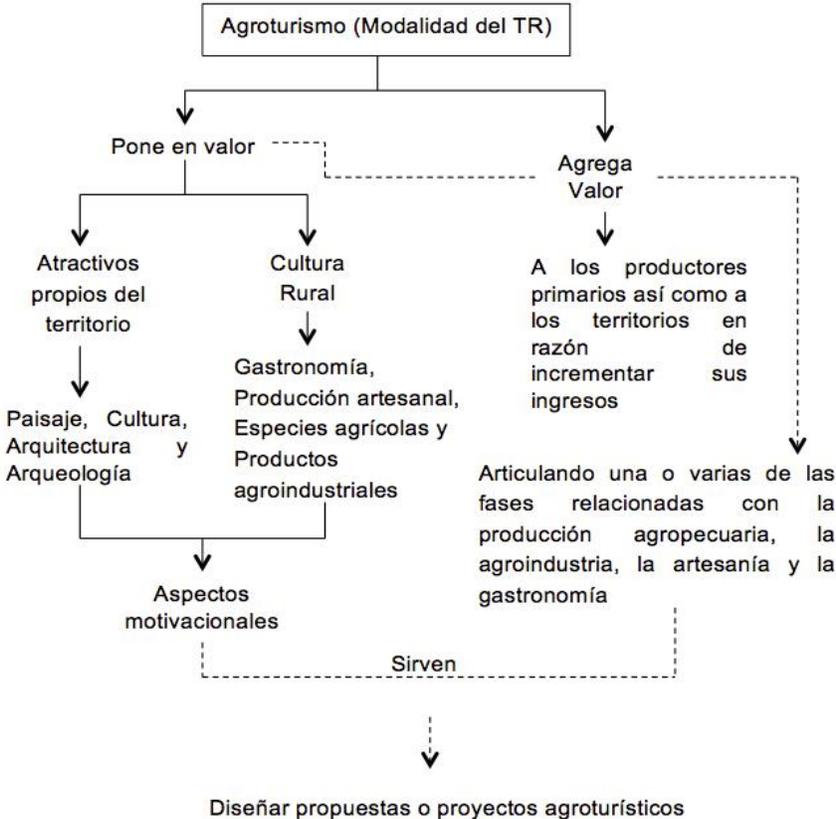
Respecto a los requisitos para realizar una propuesta o proyecto de agroturismo, se tiene que además de poseer una propiedad con cierto atractivo, es necesario realizar inversiones mínimas en infraestructura y equipamiento y la familia propietaria debe desarrollar las capacidades necesarias para su gestión. Asimismo los productores deberán ser los propietarios de la tierra, poseer el saber-hacer de la agricultura o ganadería, donde se disponga de mano de obra familiar para que los costos de entrada sean bajos (Szmulewicz *et al.*, 2012).

De igual modo se tiene que 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).

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 a partir de Blanco y Riveros, 2010; Vessuri, 2004; Szmulewicz *et al.*, 2012 y Arzeno y Troncoso, 2012.

Es por ello que para tener una visión más esclarecida acerca del agroturismo y con ello poder fundamentar la propuesta de agroturismo en la AC se exponen dos casos; el primero es de Santucci (2013), en su artículo *Agritourism for Rural Development in Italy, Evolution, Situation and Perspectives* el segundo es de Khehla (2010) en su tesis *The socio-economic analysis of agritourism in two rural communities in the limpopo province* en los cuales se muestran las diferentes iniciativas que se han tenido por las comunidades rurales en revitalizar sus actividades tradicionales mediante la implementación de la actividad turística en sus espacios agropecuarios, esto con la finalidad de lograr un desarrollo local. Sin embargo en cada de estos lugares se han visto aspectos favorables y desfavorables que pueden servir de experiencia para la realización de otras iniciativas.

El primer caso tiene como finalidad compartir la experiencia italiana respecto a los procesos que se han tenido en el país acerca de la actividad agroturística, con la cual se pretendió diversificar el uso de los recursos agropecuarios mediante la inserción de la actividad turística. Del mismo modo invita a la reflexión acerca de la experiencia del país en donde efectivamente han existido oportunidades. Sin embargo los beneficios deben cifrarse en el orden del cuidado a la naturaleza, a la cultura y de las actividades de los lugares, ya que dichos atributos otorgan cierta originalidad en la diversificación de sus productos.

Paralelamente el autor plantea que el agroturismo es una actividad que se ha consolidado en todo el mundo ya que es una alternativa viable generadora de fuentes de empleo y de ingresos para los pequeños agricultores y hacendados en muchos países. Aunado a ello se tiene que existe un creciente número de turistas quienes se sienten atraídos a las zonas rurales debido a la belleza de los paisajes, la calidad de los alimentos, el ambiente relajado y la hospitalidad, expresando el deseo de volver a conectarse con las raíces culturales de los alimentos, practicar deportes, visitar los alrededores y el patrimonio cultural.

Es por ello que el turismo en la granja representa una oportunidad para que los agricultores y los propietarios puedan hacer pleno uso de sus activos y diversificar sus actividades, con un impacto positivo sobre el empleo y los ingresos. En Italia, donde decenas de miles de edificios de la granja, casas, mansiones e incluso castillos en el campo habían sido abandonados durante el "éxodo rural" de los años 50 y 60, el agroturismo ha representado una gran oportunidad para muchos propietarios y agricultores recuperado y modernizado los edificios vacíos.

Cuando las primeras actividades de agroturismo modernas comenzaron en los años 60, varios problemas aparecieron, debido a la falta de regulaciones formales, lo que llevo en varias ocasiones a las multas e incluso obligando a los agricultores a cerrar sus negocios. Es por ello que se establecen algunas asociaciones para regular la actividad: en 1965 Agriturst, pocos años después, en 1973 el mayor sindicato de agricultores familiares, en 1990 la Asociación "Ciudades de la Trufa", en 1993 el Movimiento "Turismo del Vino" y en 1994 por la Asociación "Pueblos del aceite de oliva".

Durante casi tres décadas, desde los años 80, el agroturismo ha representado una oportunidad para aumentar el empleo y los ingresos agrícolas, logrando con ello un desarrollo rural, facilitando tanto la diversificación horizontal como vertical, ampliado el número de granjas de agroturismo, donde el número de italianos que llegan a las fincas de agroturismo ha pasado de 847,000 en 2005 a 1,298,000 en 2010 (+53%) sin ningún signo de desaceleración. Lo mismo puede decirse de los visitantes extranjeros, cuyo número de llegadas de 2005 a 2010 totales ha crecido un (+61%). El autor considera que los factores que han ayudado al posicionamiento de la actividad en primera estancia fue la adecuada planificación, aunado a ello una segmentación de mercado con un enfoque de marketing territorial así como las políticas especializadas en el ramo, por último la asociatividad entre los sectores públicos y privados.

La industria del turismo italiano emplea, directa e indirectamente, alrededor de 2.5 millones de personas y proporciona alrededor del 4% del Producto Interno Bruto. Cuando se calculan todas las actividades relacionadas, su relevancia se eleva al 9.4% del PIB; en 2010, los turistas extranjeros derramaron cerca de 29 millones de euros. Sin embargo se tiene un problema importante para los agricultores que es el crecimiento de la no explotación del agroturismo, transgrediendo la concepción del mismo, atrayendo a los inversionistas no agrícolas y a los operadores, para ofrecer varios otros tipos de hospedaje: hoteles, pensiones, Maison de Charme, Relais et Chateaux, alojamiento y desayuno, hoteles con una granja cercana, casas rurales, sitios de camping, etc.

Uno de los aspectos que se puede analizar dentro del artículo es que la actividad agroturística en Italia surgió con la finalidad de generar ingresos alternos mediante el aprovechamiento de los recursos inmersos en los territorios rurales, revitalizando los espacios abandonados en el éxodo rural, lo que llevo con el paso del tiempo al posicionamiento de la actividad consolidándola tanto interna como externamente, llevándola a una masificación y con ello atrayendo el interés de inversionistas externos, traslapándola en un nuevo contexto donde se corre el riesgo de que sea corrompida la esencia de su origen y con ello poniendo en un nuevo paradigma a los habitantes de las comunidades rurales.

El segundo caso es de Khehla (2010) quien realizó un estudio en dos comunidades en la provincia de Limpopo ubicadas en el sur de África, teniendo como objetivo analizar las variables socioeconómicas (grado de estudio, genero, edad, tamaño de tierra y tamaño de familia) que afectan los negocios de agroturismo. Con los resultados de la investigación se pretende que sean para el beneficio de los agricultores y residentes ya que un negocio de agroturismo tiene el potencial para estimular el desarrollo rural. Teniendo en consideración que una de las principales problemáticas que aqueja a las áreas rurales es el mal estado del medio ambiente, conduciendo a una disminución en los beneficios a los agricultores y la inversión de los beneficios del desarrollo.

Se tiene que para Sudáfrica la agricultura sigue siendo una actividad económica fundamental para la mayoría de la población y su sostenibilidad es afectada por las condiciones climáticas inciertas y la adopción de nuevas tecnologías por los agricultores. Como resultado, la seguridad alimentaria y la economía del país se encuentran amenazadas por la falta de recursos en manos de los agricultores. Las problemáticas que aquejan al medio rural en Sudáfrica, han hecho que se encuentre rezagado desde 1960 aportando solamente el 2.7% del PIB, donde la economía del medio rural depende de la descentralización de la economía rural por medio de la diversificación de las explotaciones.

Teniendo en consideración que en el territorio la actividad principal de los habitantes es la agricultura así como la existencia de varias especies, ecosistemas y procesos ecológicos ocurriendo en el país. La actividad agroturística representa una viabilidad para subsanar dichas problemáticas ya que promueve métodos de producción agrícola ecológicamente racionales que no sólo aumentan la productividad sino que también detienen la degradación de la tierra. Del mismo modo rehabilita, restaura y potencia la diversidad biológica aunado a ello como motor de desarrollo se tiene el modo de vida rural que puede coadyuvar a la revitalización de la agricultura y la ganadería local, garantizando con ello el desarrollo local así como la preservación de los recursos.

No obstante existe una limitante dentro de las dos zonas de estudio que se presenta al momento de la llegada de turistas extranjeros, ya que sólo son 6 habitantes quienes dominan otro idioma aparte del de su lengua nativa aunado a ello en el momento de reconvertir el uso del suelo mediante la inmersión de procesos tradicionales, resulta difícil, ya que se enfrentan a una realidad que aqueja a la mayoría de la población en donde el tamaño de las familias se ha reducido, provocando con ello la ausencia de mano de obra joven para llevar a cabo las actividades en la tierra.

A manera de conclusión se tiene que las características socioeconómicas de los agricultores en las dos comunidades en Sudáfrica son pertinentes para realizar proyectos agroturísticos donde los agricultores pueden operar sus negocios en un tamaño de tierra de 1 hectárea a 155 hectáreas, junto con sus miembros de la familia que trabajen a tiempo completo y en las bases de tiempo parcial, teniendo en consideración que las personas de mayor edad deben de incorporarse con actividades ligeras. Del mismo modo se presentó un mayor empoderamiento por parte de las mujeres lo cual permite que sea una actividad justa y equitativa en el medio rural, garantizando la preservación de sus recursos mediante la actividad agroturística.

Se tiene que como lo plantea la NR y el TR el agroturismo es una de las actividades que puede ayudar a refuncionalizar los territorios siempre y cuando se lleve a cabo bajo un nuevo orden que es propuesto desde su conceptualización hasta su desarrollo, teniendo en consideración las características propias de la actividad. Donde el cuidado del agro y lo pecuario de las especies de plantas y animales es la premisa fundamental y no deben estar sujeto a ser los activos turísticos, ya que el turismo en los espacios rurales funge como una actividad que debe de ser constituida de manera sostenible llevada a cabo por gente local sin perder la originalidad de su cosmovisión ya que es lo que le da sentido al agroturismo.

III. JUSTIFICACIÓN

De acuerdo a las nuevas necesidades del medio rural ante el modelo capitalista neoliberal, las personas de este ámbito han diversificado las actividades económicas, con la finalidad de subsistencia y prevalecer dentro de sus territorios implementando nuevos modelos económicos haciendo uso de sus recursos naturales, culturales y materiales tangibles e intangibles.

Es de esta manera que el turismo se ha incorporado y adaptado a las necesidades propias de los diferentes territorios rurales creando y consolidando nuevas modalidades, aunado a ello se tiene la presencia de un nuevo segmento de turistas interesados en conocer el medio rural así como las actividades que se realizan dentro del mismo, lográndose una revalorización y revitalización los espacios rurales.

Del mismo modo, se tiene que sus particularidades del turismo en los espacios rurales es fortalecer, conservar y preservar; tradiciones, gastronomía, cultura y el saber-hacer. Estos elementos culturales de los pueblos campiranos de orden generacional, actualmente implican un atractivo que se convierte en un recurso turístico (las faenas agrícolas o pecuarias que obedecen a su modo de vida de los campesinos), mismo que se posiciona en un nuevo contexto social y económico, donde los turistas con residencia en las urbes; son atraídos por la idea nostálgica de la tranquilidad, lo ajeno a su vida cotidiana.

Y es de esta manera que estos turistas o excursionistas viajan a estos sitios, provistos de servicios de entretenimiento, establecimientos de hospedaje y alimentación; participando en diferentes actividades propias del sector agropecuario, cabalgando, haciendo paseos en carreta, ordeñando vacas, realizando artesanías entre otras más; estas acciones implican servicios que representan un ingreso para las familias que pertenecen a las diferentes comunidades rurales.

Por lo anteriormente expuesto el turismo, en las áreas vernáculas, es una alternativa en producción de servicios, que favorece el empoderamiento de la gente local, y de alguna forma mitiga las problemáticas sociales, económicas y demográficas que ha presentado el medio rural en las 3 últimas décadas; donde ha disminuido la población por la migración a las ciudades; debido al abandono del sector agrícola en función de subsidios reales; lo cual se ha derivado por la incapacidad de llegar al mercado en condiciones paritarias a las de los acaparadores nacionales e internacionales tienen y que les condena a veces hasta trabajar sin obtener el fruto de su trabajo, la privatización del sector.

La insostenibilidad de las estructuras agrícolas de los pequeños propietarios en México, y con el ánimo de sumar condiciones más al alcance de los pequeños propietarios campesinos, es que presento en el Trabajo Terminal de Grado; una propuesta de agroturismo dentro de la Asociación de Cunicultores (AC) de Villa del Carbón. En esta agrupación sus socios, en el año de 2014 comenzaron a separarse, provocando la ausencia de criadores de conejo; así como la falta de pieles de este mamífero para curtirlas y transformarlas en productos artesanales.

Sin embargo, los que se han sostenido en la actividad pecuaria acrecentaron su producción pasando de tener en promedio 3 conejas para la monta a 7; de las pieles la producción incremento de 100 artículos al mes a 180 del curtido, respondiendo a la actual demanda de pieles y al abastecimiento de carne de conejo, para la población y restaurantes locales, así como en cierta manera para la comercialización hacia el exterior e interior de la población. Por lo que la propuesta de agroturismo fue acogida por los productores y finalmente diseñada por el grupo de 6 integrantes de esta asociación, quienes consideran que toda propuesta aunada a sus tareas se convierten en causas por emprender con su saber-hacer como son: el curtido de pieles y crianza del conejo. Siendo rentables ya que surten a sus mercados y a sus necesidades propias, sin perder que es una actividad de traspatio.

De la misma manera no existe una estructura comercial debidamente identificada, que les permita la venta de la carne de conejo hacia el exterior en mayores número de unidades, aunado a ello se tiene que las nuevas generaciones no tienen el interés por seguir trabajando este saber hacer, por lo que su preservación del conocimiento se encuentra en riesgo, debido que la mayoría de los productores están en un rango de edad de 50 – 70 años y los hijos se han ido a estudiar a las capitales cercanas y ya no regresan al campo. Como se puede observar, existe un enlace de problemas diversos; que en su momento han sido atendidas por la SAGARPA, oficinas municipales y por ellos mismos; algunos eventualmente los solucionan y otros siguen sin encontrar una solución definitiva a los mismos, aunque no por ello han dejado la producción del conejo, misma que debo referir está en el programa de traspatio.

La argumentación de la propuesta de agroturismo es que en Villa del Carbón se debe a:

- Sus condiciones climatológicas, propician la crianza de diferentes animales como lo son: bovinos, caprinos, conejos y porcinos
- Se incursiona en la diversificación de productos alimentarios para uso artesanal como lo es el curtido de pieles de conejo, rompopes, mermeladas, conservas entre otras.
- Existen lugares naturales y culturales en uso turístico.
- Existe una infraestructura de servicios privados y públicos complementarios y de salud.
- Hay una infraestructura de comunicaciones o conectividad con los sitios turísticos y con las unidades productivas del lugar en lo agrícola y en lo pecuario Carreteras Pavimentadas y entronques, sin considerar poblaciones intermedias: Carretera Tlalnepantla - Villa del Carbón, Carretera Villa del Carbón – Jilotepec, Carretera Villa del Carbón – Toluca, Etronque Jiquipilco – Naucalpan – Laguna seca, Carretera Villa del Carbón – Tlalnepantla. Etronque Loma Alta, Carretera Villa del Carbón – Tlalnepantla –desviación San Martín Cachihuapan, Carretera Golondrinas –

Tepeji del Río, Estado de Hidalgo, Carretera Vila del Carbón – Tepetzotlán. Carreteras de Terracería y entronques: Carretera La Cañada – Taxhimay, Carretera Villa del Carbón – Nicolás Romero. Entronque a San Luis Anáhuac, Carretera Villa del Carbón – Atlacomulco. Entronque Pueblo Nuevo, Carretera Villa del Carbón – Laguna Seca. Entronque a El Varal, Carretera Vila del Carbón – Atlacomulco. Entronque a la Esperanza

- Goza de una infraestructura turística de hospedaje, restaurantes, tiendas de artesanías para todos los estratos sociales.
- Tiene una afluencia turística de fines de semana con un aproximado de 750 turistas en la cabera municipal así como en los principales destinos turísticos y en periodos vacacionales un aproximado de 2,000 turistas por fin de semana.
- Posee la nominación de Pueblo Mágico, aspecto promocional que abre oportunidades para las inversiones locales
- Es una población dedicada a actividades agropecuarias y artesanales
- Recursos naturales de calidad (agua y aire)

Con base, en el listado de características del territorio, se les presentó una propuesta de agroturismo dentro de la AC con la finalidad de constituir una conservación, preservación y difusión de la cunicultura aprovechando la situación turística del municipio y el recién interés de los turistas en incursionar en el conocimiento pecuario, agrícola y artesanal en comunidades rurales.

Una contribución de este trabajo es la riqueza de la participación que han tenido los cunicultores que se han interesado en sumar la actividad turística a sus espacios de labores pecuarias y el curtido de la piel de conejo como un producto agroturístico. El esfuerzo realizado implicó una constante comunicación y pleno acercamiento fundamentado en su capacidad de asociarse y llegar a acuerdos sustentados en la confianza.

Es por ello que dentro de la Asociación decidieron ser participes seis personas, quienes para cinco de ellas la cunicultura representa una segunda fuente de ingresos y para el curtidor representa su única fuente; sus características socioeconómicas, son: que pertenecen a un estrato social de clase media, con un nivel educativo de licenciatura en su mayoría y dos de ellos tiene un nivel básico de secundaria, poseedores de extensiones de tierra que van desde 5000 m^2 hasta una hectárea, con tipo de vivienda propia, con drenaje, alumbrado público, tienen electrodomésticos, piso de mosaico y de madera, siendo la cunicultura una actividad de traspatio, considerando a sus animales como una fuente extra de ingresos, siendo un salario adicional al que tienen como servidores públicos y como gestores sociales gozando de un prestigio ante la comunidad de Villa del Carbón, quienes tienen acceso al IMSS y al ISEMyM.

La cunicultura representa una actividad en la cual las familias de los productores han visualizado sus beneficios económicos y es por ello se han involucrado en los procesos, en donde el rol de la mujer es imprescindible ya que mientras los hombres van a sus actividades laborales en el municipio o bien en otra actividad económica, ellas se encargan del cuidado de los mamíferos lo cual ha permitido la incursión en la elaboración de platillos gastronómicos ya que las ganancias duplica o triplica en algunos casos la inversión inicial, en el taller artesanal la mujer es la encargada del diseño y en la elaboración de los artículos de piel, ambas actividades han permitido el progreso de las familias de los cunicultores.

De aquí que con estas justificaciones se pueda afianzar la propuesta de agroturismo y alcance a ser una visión nueva favoreciendo tanto la producción de conejo como la transformación de pieles, llevando a su difusión, aprovechando el recién interés por los turistas en conocer las actividades agropecuarias del medio rural generando experiencias llenas de autenticidad aprovechando los recursos naturales y culturales tanto de la Asociación como de Villa del Carbón.

IV. OBJETIVOS

Objetivo General

Generar una propuesta de agroturismo dentro la asociación de cunicultores en Villa del Carbón con base en un diagnóstico sobre las características turísticas (recursos, infraestructura y demanda).

Objetivos Específicos

Realizar un FODA de la asociación de cunicultores que permita conocer su capacidad productiva y participativa, las cuales posibiliten la creación de los espacios agroturísticos

Identificar las dimensiones geográfico – ambientales y socioeconómicas de Villa del Carbón (recursos e infraestructura)

Realizar un diagnóstico de la situación turística actual de Villa del Carbón

Identificar la viabilidad de la propuesta agroturística mediante la aplicación de encuestas a turistas

Diseñar la propuesta de agroturismo con base a la capacidad productiva y participativa de la AC integrando la motivaciones de los turistas

V. MATERIAL Y MÉTODO

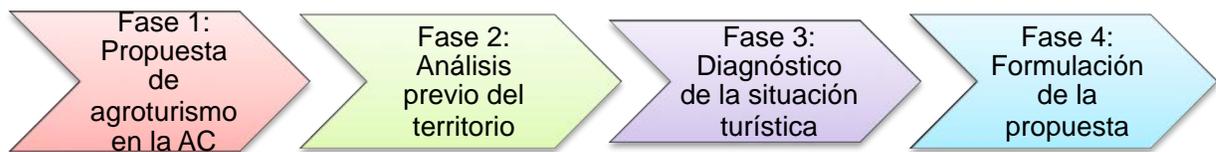
Para el presente Trabajo Terminal de Grado se empleó la metodología del IICA (2014) *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales* la cual fue elaborada con base en las experiencias del proyecto “Validación de un instrumento o modelo para la elaboración de programas de desarrollo turístico en territorios rurales de América Latina”, ejecutado por el IICA en territorios seleccionados de Panamá, Paraguay y Venezuela contribuyendo con una metodología secuencial que ayuda a elaborar un plan o propuesta de desarrollo turístico para un territorio determinado. Dicha metodología se emplea desde el enfoque del desarrollo territorial, donde el turismo rural representa no solamente nuevas fuentes de ingresos y empleo, sino que también brinda la oportunidad de valorizar la identidad específica del territorio, sus características únicas y exclusivas, como por ejemplo del ámbito natural o cultural, y compartirlas con los visitantes que llegan para experimentar la vida rural y conocer la cultura local. De esta forma, el turismo rural puede ayudar a las comunidades a enfrentar y frenar procesos de migración de la población hacia las ciudades, el abandono de actividades agrícolas y agroindustriales, el descuido del área natural o urbana, etc.; pudiendo incluso fomentar la autoestima de los actores locales, y ser el incentivo para la instalación de áreas naturales protegidas, obras de infraestructura, entre otras ventajas.

Es a partir de ello la metodología puede ser implementada mediante las diferentes modalidades del turismo en espacios rurales como lo son: Agroturismo, Turismo de Aventura, Ecoturismo, Turismo de base comunitaria, Turismo gastronómico, Turismo rural, Turismo de salud y Turismo cultural.

Por ende de la metodología se retoman las fases que ayudaran a consolidar la propuesta de agroturismo en la Asociación de Cunicultores de Villa del Carbón ya que como lo establece el IICA las fases son flexibles debido a la heterogeneidad que presentan los territorios y se pueden modificar de acuerdo a las capacidades de la comunidad local así como del territorio; considerando lo mencionado y

conforme a los alcances del trabajo es que se eligieron; las primeras cuatro de la manera como se encuentran establecidas y con ello cumplir los objetivos planteados en el presente trabajo (Figura 2).

Figura 2. Metodología del IICA: Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales



Fuente: Elaboración a partir de IICA (2014).

El esquema de la estructuración metodológica que se muestra; es la empleada para la formulación de la propuesta de agroturismo en la Asociación de Cunicultores de Villa del Carbón, permitiendo su funcionalización del trabajo entre los productores de manera más ordenada y coherente.

Su elección de la metodología es porque ha sido empleada en la incorporación la actividad turística en los espacios rurales; siempre y cuando cuenten con actividades del sector agropecuario mismas que pueden ser aprovechadas en el sector servicios. Sumándose así una ventaja para los pobladores, con respecto a la diversificación de una actividad que ofrece la oportunidad de generar empleos, ingresos y la valorización de cultura agropecuaria rural.

A continuación, se explica la adecuación metodológica apegándose al lugar de estudio y orden propio del TTG, las cuatro fases son: 1. Propuesta de agroturismo 2. El análisis previo del territorio, 3. El diagnóstico de la situación turística, la 4 y última La formulación de la propuesta, mencionando la temporalidad, la herramienta utilizada, el propósito en cada fase, así como el objetivo con el que se relacionan.

Cuadro 1. Relación entre fase, herramienta metodológica, propósito y objetivo de la investigación

Fase / Temporalidad	Técnica	Herramienta	Propósito	Objetivo de la investigación
Fase 1: Propuesta de Agroturismo en la AC Octubre 2013 - Enero 2014	Investigación de campo	Análisis FODA Entrevistas abiertas	Visitas (6) a los diferentes socios para dar a conocer la propuesta de agroturismo Identificar los espacios agroturísticos de acuerdo a las características propias del mismo Conocer las formas de crianza de los conejos Conocer el curtido de las pieles	Realizar un FODA de la asociación de cunicultores que permita conocer su capacidad productiva y participativa, las cuales posibiliten la creación de los espacios agroturísticos

Fase / Temporalidad	Técnica	Herramienta	Propósito	Objetivo de la investigación
Fase 2: Análisis previo del territorio Marzo-Mayo 2014	Recorrido de campo Investigación documental	Fotografías Entrevistas abiertas a prestadores de servicios en espacios rurales	Visitas (8) Análisis de las dimensiones geográfico-ambientales y socioeconómicas de Villa del Carbón las cuales coadyuvan a la creación de la propuesta de agroturismo mediante la identificación de iniciativas en espacios rurales por parte de la comunidad	Identificar las dimensiones geográfico – ambientales y socioeconómicas de Villa del Carbón (recursos e infraestructura)
Fase 3: Diagnóstico de la situación turística	Investigación documental Entrevistas semi-	Análisis de la información recabada		Realizar un diagnóstico de la situación turística actual de Villa del Carbón

<p>Junio-Septiembre 2014</p>	<p>estructuradas a turistas</p>	<p>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 36, 400 anuales.</p> <p>La fórmula que se utilizó para estimar el tamaño de la muestra fue la de Sheaffer, Mendenhall y Ott (2007).</p> $n = \frac{Z_a^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{t^2(N - 1) + Z_a^2 \cdot p \cdot q}$ <p>Dónde: n = Tamaño de la muestra N = Tamaño de la población de turistas Z= Valor correspondiente a la</p>	<p>Recabar información de la oferta turística en Villa del Carbón)</p> <p>Identificar el interés del turista acerca de la cunicultura en Villa del Carbón y con base en ello realizar las posibles actividades en los espacios seleccionados</p>	<p>Identificar la viabilidad de la propuesta agroturística mediante la aplicación de encuestas a turistas</p>
------------------------------	---------------------------------	---	--	---

distribución de Gauss de acuerdo al nivel de confianza, para convivencia del trabajo se tomará un 95% de nivel de confianza, $Z= 1.96$
 $p =$ Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerlo, $p= 0.5$, que hace mayor el tamaño muestral
 $q = 1-p$
 $i =$ nivel del error de estimación, se recomienda entre 5% a 10%, en este caso será de 10% (.1).

$$= \frac{1.96 \cdot 26,400 \cdot 0.5 \cdot 0.95}{0.1^2(26,400 - 1) + 1.96 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{24,578.4}{0.01(26,399) + 0.931}$$

		$n = \frac{24,578.4}{0.01(26,399) + 0.931}$ $n = \frac{24,578.4}{264.921}$ <p>n = 93</p> <p>Elaboración de una base de datos con los resultados obtenidos en el mes de agosto haciendo un cruce de variables y elaboración de gráficos así como la interpretación de los mismos.</p>		
Fase / Temporalidad	Técnica	Herramienta	Propósito	Objetivo de la investigación
Fase 4: Propuesta de agroturismo en la AC	Integrar las motivaciones de los turistas para diseñar la	2 talleres individuales para el espacio tanto de la crianza de conejo así como de la elaboración artesanal de los	Crear la propuesta con base en los conocimientos propios de los cunicultores,	Diseñar la propuesta de agroturístico con base a la capacidad productiva y participativa de la AC

<p>Octubre-Enero 2015</p>	<p>propuesta de agroturismo aunadas a las actividades pecuarias y productivas de los cunicultores</p>	<p>artículos de piel</p>	<p>con un adecuado manejo y aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales orientados al turismo</p>	<p>integrando la motivaciones de los turistas</p>
-------------------------------	---	--------------------------	--	---

VI. Resultados

A partir de la realización de la propuesta de agroturismo en la AC de Villa del Carbón, y el diagnóstico de la situación turística del lugar, se llegó a elaborar el presente reporte de resultados, que ha sido separado en cuatro apartados, dividido de la siguiente manera: el primera sobre un FODA de la AC que permitió conocer su capacidad productiva y participativa así como la identificación de los espacios agroturísticos; otro acerca de las dimensiones geográfico – ambientales y socioeconómicas de Villa del Carbón; el siguiente apartado acerca del diagnóstico de la situación turística aunado a ello la identificación del interés del turista por interrelacionarse con las actividades cunícolas como atractivos turísticos en Villa del Carbón lo que ayudo a la creación del posible listado de las actividades en los espacios seleccionados y por último el diseño de la propuesta de agroturismo con base a la capacidad productiva y participativa de la AC integrando las motivaciones de los turistas.

6.1 Características de los procesos productivos de la Cunicultura

Para iniciar con la propuesta de agroturismo en la AC se realizaron acercamientos con los productores que estaban interesados, los cuales fueron llevados a cabo en los lugares de crianza del conejo así como en el que se elaboran las artesanías, esto con el propósito de identificar su capacidad productiva así como la identificación de los espacios que contengan las características propias para la actividad agroturística bajo la concesión de los integrantes.

Es por ello que de forma introductoria se tiene que la cunicultura es considera como la cría y explotación del conejo, en donde además de aprovechar su carne, se pueden transformar sus derivados como lo son: la piel en artesanías, el estiércol como abono para las plantas de ornato y la orina como fijador de perfumes. “Esta actividad fue inserta en México con la finalidad de contribuir al desarrollo agropecuario ya que la producción de carne de conejo y sus derivados representan una de la cadenas productivas más dinámicas, con un crecimiento

acelerado y con gran importancia social debido a que el 90% de los productores mejoran su alimentación y su ingreso al dedicarse a dicha actividad” (SAGARPA, 2003:23).

Existen diferentes fortalezas dentro de la cunicultura, con respecto a la producción se tiene: inversión financiera mínima, requerimientos de espacio mínimo, es una especie productiva, buena prolificidad, su ciclo reproductivo es corto, producto libre de contaminantes, es decir de suplementos químicos (anabólicos), mayor rendimiento en canal, calidad en la carne, máximo aprovechamiento, subproductos de calidad; y en la comercialización: existe demanda por parte del mercado, calidad en el producto, de fácil manejo, es una carne de fácil preparación y buena presentación.

Una vez teniendo un panorama general acerca de la cunicultura se tiene que para criar el conejo existen tres diferentes procesos que son de tipo: tecnificado, semitecnificado y de traspatio, rural o de abastecimiento; dentro de la Asociación de Cunicultores es la tercera debido a que los productores de traspatio consideran a sus animales como una fuente extra de ingresos destinándose el producto al abasto de mercados micro-regionales o bien al abastecimiento en negocios de comidas.

A continuación se presenta un cuadro en la cual se plasman los parámetros productivos promedio del conejo, mostrando la rentabilidad de la actividad cunicultora que fue elaborada mediante el acercamiento a los criadores de conejo Cuadro 2.

Cuadro 2. Parámetros productivos del conejo en la AC

Indicador	Parámetro
Tasa de fertilidad	90%
Gestación	31 días
Lactación	30 días

Número de crías /parto	8 mínimo
Número de partos/ año	6 (empadre a los 15 días posparto) 5 (sistema de empadre al destete)
Mortalidad	10% de lactación 5% en engorde
Número de hembras por cada macho	8
Tiempo de engorde del conejo	90 días
Peso vivo promedio del conejo a la venta	2.700 kg
Cantidad promedio de kilos por carne	1.600 kg

Fuente: Trabajo de campo 2013-2014

Es por ello que la crianza dentro de la AC representa una viabilidad de acuerdo a sus parámetros productivos en la cual se tienen tres tipos de razas: Nueva Zelanda, Azteca Negro y California, en donde se tiene la capacidad para criar 147 conejos en 21 huecos produciendo de 20 a 24 conejos por semana, lo que representa un ingreso de \$2,800 aproximado por la venta del mamífero.

Dando continuidad respecto a la cunicultura se tiene la parte de la transformación de los productos y subproductos dentro de los cuales se encuentra la piel, Villa del Carbón es un municipio reconocido por los diferentes artículos de piel que son elaborados por artesanos de la comunidad, lo que con el paso del tiempo ha llevado a una sobreoferta de los mismos, es por ello que cuando se introduce el mamífero al municipio y al ver la prolificidad que tenía, se decide incursionar en el curtido de pieles, innovando en un proceso que se ha transmitido de generación en generación, es por ello que se muestra en el Cuadro 3 el proceso para el curtido de las pieles.

Cuadro 3. Proceso del curtido de pieles

Símbolo	Proceso
	Recepción del producto

	Curtir las pieles
	Secado de las pieles
	Llevar a la mesa de trabajo
	Colocación de la plantilla y corte de piezas
	Traslado a las maquinas de coser
	Costura de las pieles
	Espera del ensamble de las pieles
	Ensamble de las pieles
	Traslado al área de almacenamiento

Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015

Dentro de las fortalezas que presenta la cunicultura respecto al curtido de pieles es referente a que en la actualidad existe una creciente demanda a nivel mundial de pieles ecológicas, para sustituir las de animales salvajes. Dentro de las pieles ecológicas que existen se encuentra la del conejo, ya que además de ser domestico, se aprovecha la carne, quedando la piel como un subproducto alternativo, de bajo costo de producción comparado con otras especies y de buena rentabilidad.

Sin embargo existe una problemática que aqueja a la mayoría de los productores, es la falta de conocimiento por parte del consumidor respecto a los beneficios de la carne del mamífero así como la falta de canales de comercialización para los productos y subproductos, es por ello que la inserción del agroturismo puede contribuir a su difusión a través de sus tradiciones, su gastronomía, su cultura y su saber-hacer inmerso en los productos finales, aunado a ello el recién interés por parte del consumidor respecto al cuidado de su alimentación así como el de los turistas quienes desean conocer las actividades que se llevan a cabo en los espacios de producción agropecuaria.

A manera de conclusión se tiene que para la cría del conejo se requiere poco espacio, la especie tiene una elevada tasa reproductiva, requiere de una menor inversión inicial comparada con las otras especies zootécnicas, convirtiéndose en una alternativa para mejorar el ingreso de los productores, ya que mejora la alimentación de la familia; además permite la ocupación de la mujer y de los jóvenes reduciendo la migración a las ciudades y a otros centros de producción.

6.1.1. Análisis FODA en la Asociación de Cunicultores

Debido al acercamiento con los productores de la AC de llegó a la elaboración del presente FODA derivado de sus capacidades productivas así como participativas, teniendo un panorama general acerca de la cunicultura

Cuadro 4. FODA de la AC

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Requerimiento de espacio mínimo • Especie productiva • Mayor rendimiento en canal • Calidad en la producción de carne • Calidad en los artículos de piel • La carne de conejo mejora la dieta alimentaria • Experiencia en la cunicultura • Infraestructura para la cría • Infraestructura para la transformación de artículos de piel • Elaboración de platillos con la carne del conejo • Aprovechamiento de los subproductos • Mejora del ingreso de los socios 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición individual de los insumos • Susceptibilidad a enfermedades • Desconocimiento de las propiedades y bondades de la carne de conejo por parte del consumidor • Ausencia de núcleos de producción genética de calidad que permitan certificar la calidad de pie de cría • Falta de investigación y difusión acerca de la cunicultura • No hay una cultura desarrollada del consumo como alimento por lo que el mercado con otra relación

<ul style="list-style-type: none"> • Liquidez inmediata • Autoempleo • Empoderamiento de la mano de obra femenina • Adaptación al cambio • 25 años de permanencia en el territorio como asociación • Acuerdos para la adquisición en compra del pie de cría • Determinación del precio unitario en los precios finales de la carne de conejo • Creación de infraestructura para la mejora de la producción del conejo dentro de la asociación • Interrelación con el Ayuntamiento para la creación de la feria del conejo así como para la difusión de sus productos y subproductos • Vinculo con la SAGARPA para el seguimiento de la salud y bienestar animal • Experiencia en establecimientos de corte turístico de alimentos y bebidas • Difusión de la gastronomía típica en conjunto con la carne de conejo 	<p>con otras especies reduce las expectativas de venta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios altos en alimentos balanceados para las diferentes etapas de crecimiento • Disminución de criadores de conejo en traspatio • Desacuerdos en el precio de la piel de conejo • Se fomenta el individualismo siempre y cuando no afecte a la asociación y producción
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Complementación y mejoramiento de la calidad de productos y subproductos 	<ul style="list-style-type: none"> • Los avances tecnológicos en otras especies • Incremento del intermediarismo

- Mejoramiento de la salud de los consumidores por su bajo contenido de colesterol y triglicéridos, además de mejorar su nutrición al contener aminoácidos que no contienen otras carnes
 - Existencia de un amplio mercado
 - La creación de un valor agregado
 - Interrelación con la SECTUR para la difusión de la actividad cunícola
 - Creación de la feria del conejo como producto turístico
 - El reconocimiento del conejo como parte gastronómica en el lugar
 - El reconocimiento de Villa del Carbón como productor de pieles de calidad de bovinos y conejos
 - Reconocimiento de los valor nutritivos por una clase social pudiente que cada 8 días viaja a la comunidad para consumirlo
 - El mercado cautivo para turismo de fines de semana
 - Infraestructura turística posicionada
- Falta de canales de distribución
 - Condiciones climáticas

Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2014

Cuadro 5. Determinación de estrategias a emplear en la AC

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	<ul style="list-style-type: none"> • Requerimiento de especie mínimo 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición individual de los insumos

<p style="text-align: center;">Análisis FODA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Especie productiva • Mayor rendimiento en canal • Requerimiento de espacio mínimo • Especie productiva • Mayor rendimiento en canal • Calidad en la producción de carne • Calidad en los artículos de piel • La carne de conejo mejora la dieta alimentaria • Experiencia en la cunicultura • Infraestructura para la cría • Infraestructura para la transformación de artículos de piel • Elaboración de platillos con la carne del conejo • Aprovechamiento de los subproductos • Mejora del ingreso de los socios • Liquidez inmediata 	<ul style="list-style-type: none"> • Susceptibilidad a enfermedades • Desconocimiento de las propiedades y bondades de la carne de conejo por parte del consumidor • Ausencia de núcleos de producción genética de calidad que permitan certificar la calidad de pie de cría • Falta de investigación y difusión acerca de la cunicultura • No hay una cultura desarrollada del consumo como alimento por lo que el mercado con otra relación con otras especies reduce las expectativas de venta • Precios altos en alimentos balanceados para las diferentes etapas de crecimiento • Disminución de criadores de conejo en traspatio • Desacuerdos en el
---	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Autoempleo • Empoderamiento de la mano de obra femenina • Adaptación al cambio • 25 años de permanencia en el territorio como asociación • Acuerdos para la adquisición en compra del pie de cría • Determinación del precio unitario en los precios finales de la carne de conejo • Creación de infraestructura para la mejora de la producción del conejo dentro de la asociación • Interrelación con el Ayuntamiento para la creación de la feria del conejo así como para la difusión de sus productos y subproductos • Vinculo con la SAGARPA para el 	<p>precio de la piel de conejo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se fomenta el individualismo siempre y cuando no afecte a la asociación y producción
--	--	---

	<p>seguimiento de la salud y bienestar animal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en establecimientos de corte turístico de alimentos y bebidas • Difusión de la gastronomía típica en conjunto con la carne de conejo 	
Oportunidades (O)	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> • Complementación y mejoramiento de la calidad de productos y subproductos • Mejoramiento de la salud de los consumidores por su bajo contenido de colesterol y triglicéridos, además de mejorar su nutrición al contener aminoácidos que no contienen otras carnes • Existencia de un amplio mercado • La creación de un valor agregado 	<p>Aprovechar la prolificidad de la especie así como la calidad de los productos y subproductos mediante la actividad agroturística haciendo uso de sus recursos naturales y culturales de la AC en conjunto a la vocación turística de Villa del Carbón.</p> <p>Realizar una feria ganadera de la cunicultura.</p> <p>Generación del reconocimiento al interior de la asociación en</p>	<p>Difundir las bondades de la carne del conejo así como la importancia socioeconómica del curtido de pieles de conejo en Villa del Carbón con la inserción de la actividad agroturística en la AC.</p> <p>Generación de nuevos diseños de prendas en pieles.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Interrelación con la SECTUR para la difusión de la actividad cunícola • Creación de la feria del conejo como producto turístico • El reconocimiento del conejo como parte gastronómica en el lugar • El reconocimiento de Villa del Carbón como productor de pieles de calidad de bovinos y conejos • Reconocimiento de los valor nutritivos por una clase social pudiente que cada 8 días viaja a la comunidad para consumirlo • El mercado cautivo para turismo de fines de semana • Infraestructura turística posicionada 	<p>diferentes rubros</p>	
--	--------------------------	--

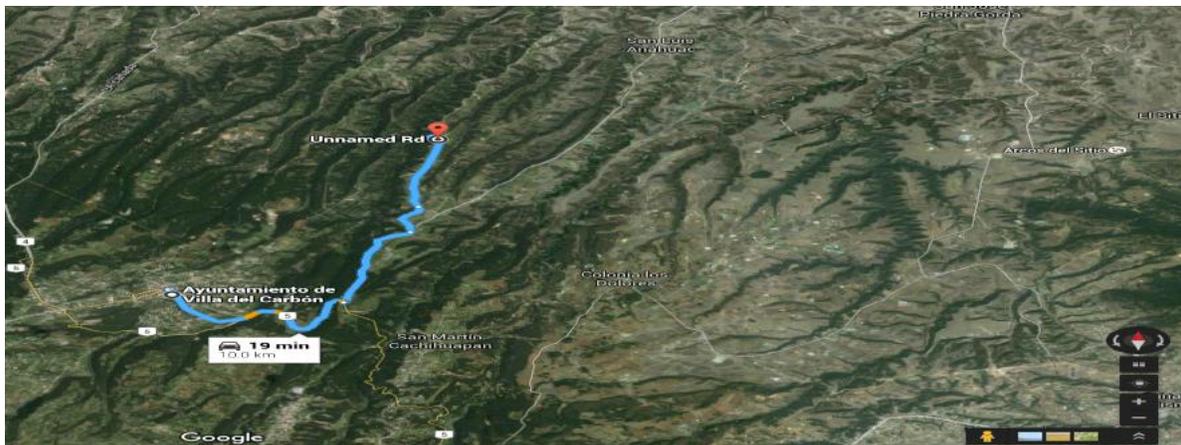
Amenazas (A)	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> • Los avances tecnológicos en otras especies • Incremento del intermediarismo • Falta de canales de distribución • Condiciones climáticas 	<p>Acondicionar espacios de corte tradicional de la AC para la actividad turística aprovechando sus recursos y con ello darle un valor agregado a la cunicultura mediante el turismo generando ingresos para los interesados y con ello preservarla, conservarla y difundirla.</p>	<p>Fortalecer la actividad cunícola en Villa del Carbón creando nuevos empleos y autoempleos, logrando con ello el mejoramiento de los pies de cría así como las medidas zoonosanitarias disminuyendo la mortalidad en gazapos como en conejos.</p>

Una vez planteado el FODA dentro de la AC y la definición de las estrategias a seguir, se llegó a la selección de los espacios agroturísticos bajo las características propias de la actividad así como de las capacidades productivas de los socios, esto se llevo bajo la concesión de los seis integrantes, es por ello que en los siguientes dos apartados se muestra su ubicación y descripción.

6.1.2 Ubicación y descripción de la granja cunicultora para la actividad agroturística

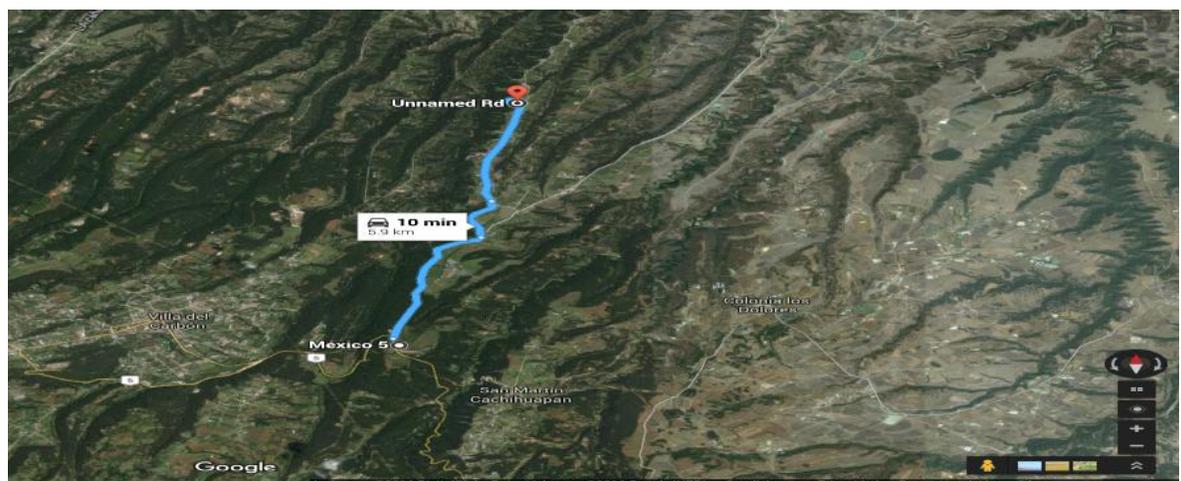
El primer espacio se ubica en la comunidad de las moras que se encuentra a 10 km de distancia de la cabecera municipal, en el cual existen dos rutas para llegar, la primera es desde el centro de Villa del Carbón a 20 minutos de distancia en automóvil (Figura 3), la segunda es entronque de la carretera que comunica al Distrito Federal con Atlacomulco, se localiza a 10 minutos de distancia (Figura 4).

Figura 3. Ubicación de la granja cunícola desde el centro de Villa del Carbón



Fuente: Google maps

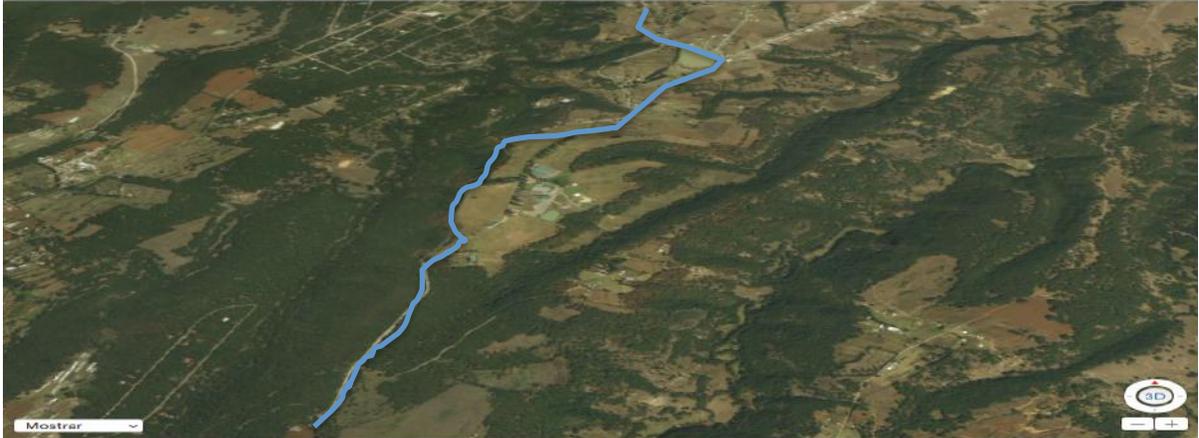
Figura 4. Ubicación desde el entronque de la carretera D.F- Atlacomulco



Fuente: Google maps

Como se puede observar en la (Figura 5) en el trayecto para llegar a la granja de cunicultores se tiene que cuenta con una belleza paisajística rodeada de árboles de encinos y de oyamel, así como de tierras de labranza lo que le otorga una singularidad para atraer a el turista.

Figura 5. Trayecto para la granja cunícola



Fuente: Mapas

Para la granja canícula cuenta con un espacio de 20 metros de largo por 15 de ancho es un espacio al aire libre en el cual se pueden observar árboles frutales y nopaleras (Figura 6).

Figura 6. Dimensiones de la granja Cunícola

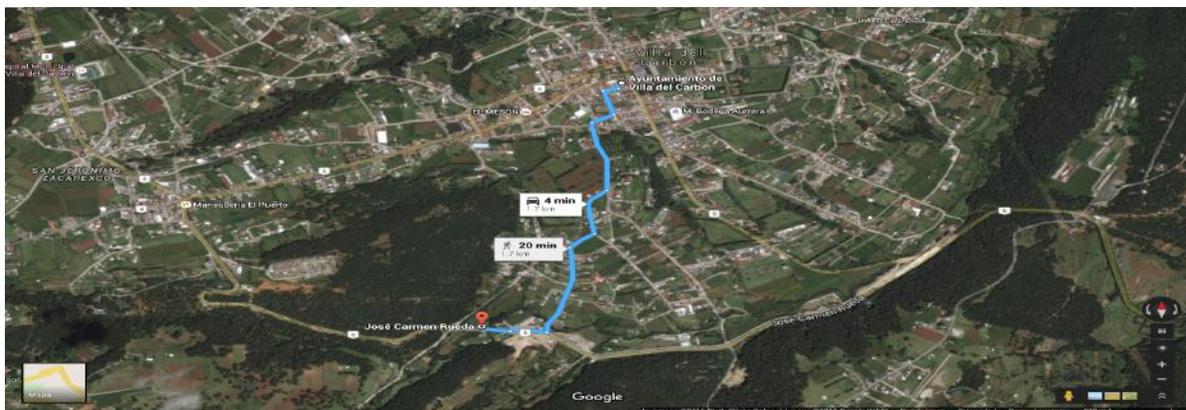


Fuente: Mapas

6.1.3 Ubicación y descripción del taller artesanal de pieles de conejo para la actividad agroturística

El segundo espacio para la actividad de agroturismo se encuentra en la comunidad de San Jerónimo que pertenece a Villa del Carbón, ubicado en la orilla de la carretera D.F-Atzacmulco, a 4 minutos de distancia en automóvil y 20 minutos caminando de la cabecera municipal (Figura 7).

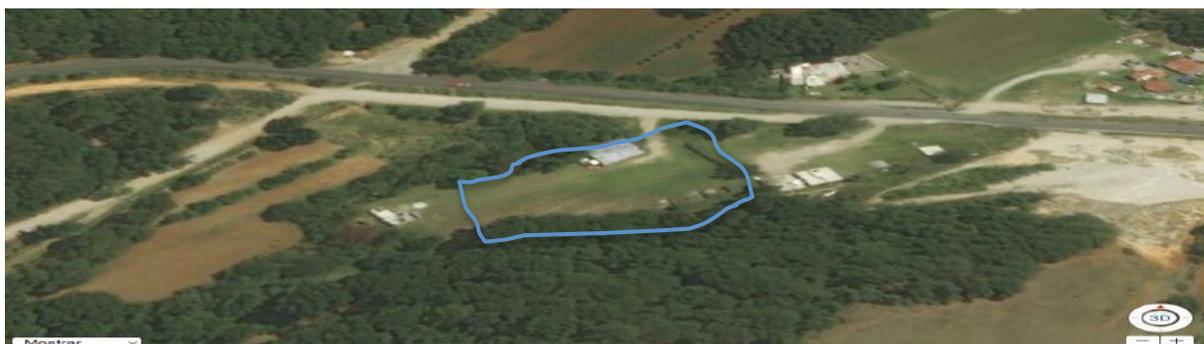
Figura 7. Ubicación del taller artesanal del curtido de pieles



Fuente: Google maps

El espacio tiene una hectárea en su totalidad, la cual esta distribuida en: la área de almacenamiento, taller de costura, taller de elaboración y la área para el curtido de las pieles (Figura 8).

Figura 8. Superficie del Taller artesanal de pieles



Fuente: Mapas

Una vez seleccionados los espacios para la actividad agroturística, se realizó análisis de las dimensiones geográfico-ambientales y socioeconómicas de Villa del Carbón las cuales coadyuven a la creación de la propuesta de agroturismo mediante la identificación de iniciativas en espacios rurales por parte de la comunidad así como la relación del territorio (Villa del Carbón) con respecto a la situación turística. Es por ello que en el siguiente apartado se presentan los resultados

transformado en un lugar turístico reconocido tanto por su cultura como por su belleza paisajística

Área total del territorio y usos de suelo

Villa del Carbón tiene una superficie territorial de 32,051 hectáreas o bien 320.51 km². El uso del suelo en el municipio se distribuye en 6 clasificaciones

La primera es el uso Agrícola, el cual abarca una superficie del 29.26% del territorio municipal y este se distribuye en dos conceptos: a) de temporal, las primeras abarcan una superficie de 8, 880.6 hectáreas que representan el 27.70% del total del uso agrícola, b) el segundo, agrícola de riego abarca una superficie de 498.6 hectáreas, representando el 1.56% de la superficie agrícola.

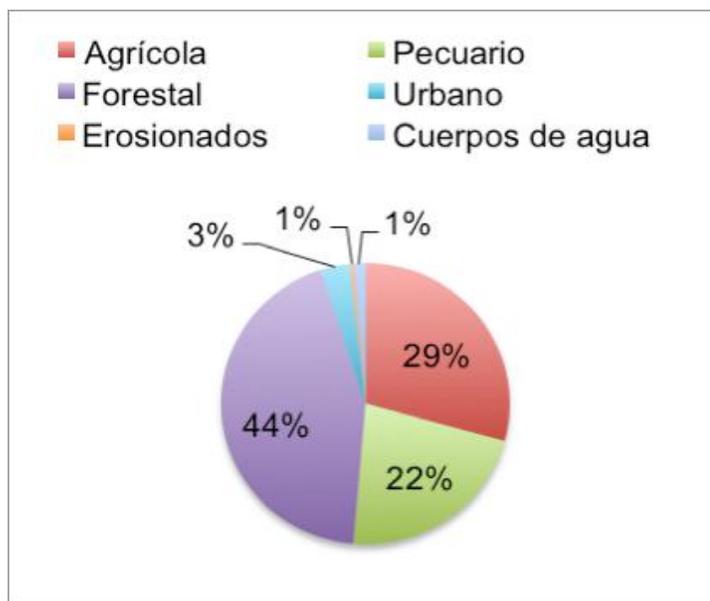
Uso Pecuario el cual abarca una superficie del 22.08% de la superficie total del municipio, y este se divide en dos grupos: a) intensivo, el cual representa una superficie de 90.4 hectáreas, mismas que representan el 1.28% del total del uso pecuario y; b) extensivo, con una superficie de 6,987.6 hectáreas, equivalente al 98.72 % del área total del uso pecuario.

Uso Forestal este uso abarca una superficie de 43.53% del total del territorio municipal, en este uso se divide en dos: a) bosques, el cual abarca una superficie de 13,661.47 hectáreas, las cuales representan el 97.85% del total de la superficie forestal y; b) arbustiva, con una superficie de 299.10 hectáreas, las que representan el 2.15% de la superficie total del uso forestal.

Uso urbano este uso abarca una superficie de 1,075.03 hectáreas que representan el 3.35% de la superficie total del municipio. Suelos Erosionados Estos suelos se localizan, en distintas zonas de bosque y agrícola, sumando una superficie de 140.0 hectáreas, representando el 0.44% de la superficie total del municipio

Los cuerpos de agua el cual abarca una superficie de 418.2 hectáreas, las cuales representan el 1.30% de la superficie total del municipio.

Gráfica 1. Usos del suelo en Villa del Carbón



Fuente: Elaboración a partir del H. Ayuntamiento de Villa del Carbón (2013).

De acuerdo con la información presentada en el sector pecuario que abarca el 22% del territorio, donde se crían Aves de Corral, Bovinos, Caprinos, Colmenas, Conejos, Equinos, Ovinos y Porcinos (H. Ayuntamiento, 2013) de los cuales los conejos en el territorio han tenido una baja en comparación de 1990 disminuyendo un 3% en la producción registrada.

Condiciones climáticas

Las características climatológicas de Villa del Carbón están determinadas por sus condiciones topográficas ya que sus elevaciones varían desde los 3,800 hasta los 2,200 msnm (metros sobre el nivel del mar).

Estas condiciones conciben dos tipos de climas de acuerdo a la clasificación de Köppen, el primero de ellos Semifrío a subhúmedo con lluvias en verano C(E)(w); este se localiza en las partes altas del municipio caracterizado de manera principal en la Sierra de las Cruces y Monte Alto en estas áreas se presentan temperaturas

medias anuales que van desde los 4° C hasta temperaturas menores de los cero grados en el invierno, la precipitación media anual de estas áreas tienen una variación de entre 8 y 9 mm (milímetros).

El segundo tipo es el templado subhúmedo con lluvias en verano C (w); este se localiza en los valles y ondulaciones de poca altura, la temperatura media anual en estas zonas presentan una variación que va desde los 10 a los 18° C, y una precipitación media de 800 mm. que aumenta conforme a la elevación, llegando hasta los 1,200 mm. (Plan municipal de Desarrollo Urbano de Villa del Carbón, 2005).

Las condiciones climatológicas permiten que en Villa del Carbón existan diferentes elevaciones otorgándole características específicas dentro del territorio, las cuales se han aprovechado con el paso del tiempo para desarrollar destinos turísticos, gestionados por la gente local, comunidad ejidal, privada y colectiva.

Para ello a continuación se muestran los principales destinos que han sido aprovechados debido a las características que presenta el territorio y son gestionados por gente local aunado a ello la vocación turística que ha presentado el municipio a lo largo del tiempo.

Paisajes en Villa del Carbón

Los paisajes predominantes dentro de Villa del Carbón son principalmente áreas boscosas y cuencas hidrológicas como lo mencionan (Boucher y Reyes, 2013; Vessuri, 2004) para poder desarrollar tanto espacios de turismo rural como de agroturismo, el paisaje funge una parte importante para ello, ya que los turistas que visitan estos lugares principalmente provienen de zonas urbanas.

Para ello el turismo que ocurre en el campo incluye una gama de actividades, productos y servicios turísticos proporcionadas por agricultores y campesinos, vale decir que la gente que vive en las áreas rurales para atraer turistas y visitantes

hacen uso de sus recursos para generar un recurso adicional al de sus actividades primarias (Sosa y Salido, 2013; Szmulewicz *et al.* 2012).

De la misma manera se tiene que para poder ser sustentable y sostenible como lo menciona (Palafox *et al.*, 2015) deben de ser espacios que tengan el capital humano el cual sea principalmente local, esto para conservar y preservar tanto sus recursos como su patrimonio.

La siguiente información presenta una realidad territorial de espacios consolidados de turismo que cuentan con las características previas mencionadas, que en su relación con la AC muestra un potencial para su desarrollo debido a que existen turistas que están dispuestos a conocerlos debido a sus características Cuadro 2.

Cuadro 6. Principales paisajes en Villa del Carbón

Presa molinitos

Ubicada en la Carretera Villa del Carbón – Nicolás Romero, en la comunidad Los Molinitos donde se puede pescar así como probar los platillos típicos de la comunidad, y hacer recorridos a caballo o en moto.

Figura 10. Presa molinitos



Fuente: Archivo personal

Presa Juárez

Se localiza en la Carretera Villa del Carbón – Nicolás Romero, en la comunidad Los Molinitos. En el lugar se puede practicar el campismo, pesca deportiva, paseos a caballo o en moto, tirolesa y disfrutar de comidas campestres en los locales.

Figura 11. Presa Juárez



Fuente Archivo Personal

Cerro de la Bufa

Se ubica a 10 Km. Hacia el noroeste de Villa del Carbón. Es la parte más alta del municipio, ubicado a 2,400 msnm, de la cual en su cima se puede apreciar todo el valle que rodea a esta elevación y en donde ya se practica el senderismo, rutas de 4x4, motos de montaña, rappel. Rodeado por una frondosa vegetación y del nacimiento de manantiales que forman riachuelos a la sombra de gigantes árboles de más de 40 metros de altura.

Figura 12. Cerro de la Bufa



Fuente Archivo Personal

Presa del Llano

La belleza natural de esta reserva hace de este sitio el de mayor demanda turística en el Municipio y está ubicado en el Llano de Zacapexco a 15 km de la Cabecera Municipal, ya que es una de las cuatro presas con las que cuenta y es una reserva natural otomí- mexicana. Actualmente los turistas practican en el ciclismo de montaña, senderismo, paseos en lancha que les llevan hasta el centro de la presa, en donde se encuentra su principal atracción, una pequeña isla en donde se puede disfrutar del paisaje y caminar sobre sus antiguos puentes de madera; además, existe una infraestructura de entretenimiento como la tirolesa, renta de lanchas, y senderos delimitados donde se ofertan paseos a caballo.

Figura 13. Presa del Llano



Fuente: Archivo Personal

Llano de Lobos

Se ubica a 20 km de la Cabecera Municipal desviación Carretera Villa del Carbón – Temoaya. Parque Ecoturístico donde es posible encontrar belleza natural y riqueza cultural genuina del Municipio; hornos y producción de carbón vegetal complementan el atractivo de este sitio turístico.

Tiene una superficie de 1.57 ha, asimismo cuenta con paisajes naturales, con zonas forestales, cascadas naturales, ríos de agua cristalina, 2 espejos de agua, senderos de caminata y ciclismo de montaña, tirolesa, senderismo, campismo, juegos infantiles, vegetación y hornos de carbón natural.

Figura 14. Llano de lobos



Fuente: Archivo Personal

Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015 y SECTUR (2015).

Conservación de los Recursos Naturales

Villa del Carbón es un municipio que cuenta con un valor natural significativo ya que sus bosques abarcan el 57% de la superficie total del municipio, lo cual equivale a 182.69 km². Asimismo en el trabajo de campo los habitantes de las diferentes comunidades muestran un apego y respeto por ellos.

El municipio tiene 69 cuerpos de agua y 70 manantiales dentro del territorio; La presa Taxhimay es uno de los principales cuerpos de agua, la cual almacena alrededor de 9 millones de m³, además de ser utilizada para el riego se realizan diferentes actividades turísticas en ella, la comparten el Estado de México y el de Hidalgo.

En la presa del Llano de Zacapexco, su almacenamiento también se utiliza para riego, para la pesca deportiva así como zona recreativa. Sus escurrimientos perennes naturales son aprovechados para actividades recreativas formando a su vez los parques recreativos como lo es El Chinguirito y Las Cascadas.

Los cuerpos de agua han permitido la implementación de criaderos de trucha en el municipio, además de beneficiar a la siembra. En el Municipio 3,300.69 has son de tipo natural, lo anterior equivale al 70% del territorio municipal (Hernández y Rosas, 2010).

6.2.2. Dimensión socioeconómica

Historia

Su fundación empieza cuando; el primer asentamiento en esta zona fue creado hacia el siglo XIV por una tribu ñhañhu, quienes le dieron el nombre de 'Nonthé. Los mexicas incursionaron en la zona en el siglo XV, sometiendo e imponiendo tributo a los nonthenses. Durante este periodo los nonthenses se sumaron a la rebelión del pueblo vecino de Xilotepec y de Tlatelolco en contra de Tenochtitlán; esta rebelión fue vencida por el Tlatoani mexica Axayácatl, y desde esa fecha este pueblo quedó completamente sometido y bajo el mando de Tlacopan, ciudad aliada a los mexicas. En épocas muy remotas, ya existían grupos humanos en el territorio villacarbonense como lo prueba una pintura rupestre en el abrigo del Río San Jerónimo.

Sin embargo, por el año 200 a.C. un numeroso grupo otomiano procedente del norte de la actual República llegaron a Nñonthe que en la misma lengua significa "en la cima del cerro". Estas corrientes migratorias nómadas y recolectoras estaban integradas por diferentes pueblos, a quienes unía un idioma común y mitología basada en leyes y tradiciones afines, al paso del tiempo se constituyen en pequeñas comunidades estables y al asentarse en estos lugares, conforman la región otomiana de Chiapan, que junto con la de Xilotepec tuvieron gran trascendencia prehispánica.

Los otomíes, a diferencia de los mazahuas y matlatzincas, poblan las zonas más inaccesibles del monte y dominaron esta región hasta el siglo XII y asimismo fueron tributarios del imperio azteca. Los pueblos más antiguos de Villa del Carbón son: Cachihuapan, Taxhimay, Temanacoia y Zacapexco. El municipio contiene

una serie de pueblos de origen otomí y nahua, en la que gran parte de la cultura indígena aún sobrevive.

El territorio del municipio se definió en 1714 cuando una región conocida como Chiapan, divididos en lo que ahora es Chapa de Mota y Villa del Carbón. En ese momento la comunidad que ahora es una cabecera municipal no tenía un nombre oficial, aunque era conocido primero sólo por el nombre de su iglesia de Nuestra Señora de la Peña de Francia, y más tarde por ser un importante proveedor de carbón de leña. Esto llevaría a que el nombre de Villanueva del Carbón de Nuestra Señora Santa María de la Peña de Francia, que finalmente redujo a Villa del Carbón (H. Ayuntamiento de Villa del Carbón, 2013).

Al igual que todo el territorio nacional la historia de este pueblo, se enmarca por la llegada de los españoles, por la luchas intestinas, lo que ha generado en la actualidad de una sociedad mestiza, que principalmente se dedica a la producción agropecuaria, lo que moldeo con el tiempo un sincretismo cultural en la agricultura y la producción de sus alimentos y demás artículos locales.

Actualmente la comunidad de Villa del Carbón se define por los productos elaborados por la gente local que han hecho uso de sus recursos tanto naturales como culturales de una manera sustentable, lo que ha llevado al reconocimiento de los mismos, aunado a ello la vocación turística en la cual se han incorporado las cadenas productivas en su mayoría tanto horizontalmente como verticalmente, consolidando la actividad del sector servicios desde un nuevo enfoque, en el cual la comunidad se siente parte del terruño, logrando con ello el desarrollo de productos y servicios turísticos.

Estructura demográfica

La estructura demográfica de Villa del Carbón presenta aspectos de corte tradicional en lo que respecta a la constitución de su estructura demográfica ya que la mayoría de la población se encuentra ubicada en el segmento joven, lo que indica que existe la posibilidad de un arraigo territorial haciendo usos de sus recursos, siendo sostenibles para futuras generaciones, donde el saber-hacer inmerso en el segmento de la tercera edad puede aún ser transmitido a nuevas generaciones, logrando con ello un desarrollo sustentable y sostenible.

Cuadro 7. Estructura demográfica de Villa del Carbón

Rango	Número de Habitantes
Menores de 1 año	926
1-14 años	14586
15-29 años	12608
30-44 años	8540
45-59 años	4765
60-74 años	2394
75-84 años	720
85 y más años	293
No especificado	67
Total	44899

Fuente: Elaboración a partir de Estadísticas Básicas del Estado de México (2011).

PEA de acuerdo al sector en Villa del Carbón

Con base en el Cuadro 8 se puede observar que la PEA que predomina en el territorio es la de servicios debido a que la importancia que tiene por una parte a la inserción de la actividad turística y por otra al apoyo del gobierno municipal. Del mismo modo se tiene que la incorporación de la actividad turística ha permitido la consolidación de servicios como lo son: restaurantes, hoteles, mesones, tiendas artesanales de productos locales, bancos, etc.,

Cuadro 8. PEA de Villa del Carbón

Sector	PEA (habitantes)
Agricultura, ganadería, caza y pesca	3616
Industrial	4257
Servicios	6005
No especificado	147
Total	14025

Fuente: Elaboración a partir de Estadísticas Básicas del Estado de México (2011).

Un aspecto que cabe destacar es la combinación de los tres sectores respecto a la producción, transformación y venta de los artículos locales, debido al nicho de mercado al que va dirigido destacando la venta de productos locales como lo son: artículos de piel en sus diferentes presentaciones, mermeladas orgánicas, licores de diferentes frutos cosechados en la comunidad, platillos típicos de la comunidad, escamoles, quesos, entre otros.

Cultura y tradiciones de Villa del Carbón

Cuadro 9. Tradiciones y actividades culturales en Villa del Carbón

Artesanías	La elaboración de textiles fue sin duda una de las principales actividades artesanales, en las culturas prehispánicas. A la llegada de los españoles, estas prendas toman un símbolo de poder adquisitivo entre las dos culturas y el intercambio de sus bienes, no solo facilitó la relación que surgía entre ellas, sino también es un ejemplo de fusión cultural. Tanto los telares de origen prehispánico, como las nuevas técnicas españolas, son aun empleadas por los artesanos locales, creando maravillosas prendas textiles, que representan una cultura llena de vida y color
-------------------	--

	<p>Una de sus principales labores artesanales por las que se reconoce al lugar; desde hace más de 100 años, es la producción artículos de piel que son hechos a la medida, con una gran variedad de pieles, además de crear modelos exclusivos o a solicitud de los consumidores en: zapatos, prendas de cuero (chamarras, sacos, pantalones, bolsos, monederos entre otros) los cuales ofrecen excelentes; grabados y tejidos elaborados a mano.</p> <p>Al recorrer las calles del pueblo, se puede encontrar una infinidad de diseños elaborados mediante técnicas de curtido y labrado, que se han transmitido por generaciones, lo que a la actualidad ha generado que más de 100 familias se dediquen a la fabricación de artículos artesanales en piel y cuero, situando a Villa del Carbón como un productor en el ramo, tanto en la República como en el Extranjero.</p>
Charrería	<p>La charrería como deporte nacional se practica en el Municipio a través de un importante grupo: Villa del Carbón, A.C., con instalaciones en el Lienzo Charro “Cornelio Nieto” ubicado en Cabecera Municipal y cuyas actividades han dado prestigio a la charrería, ya que se han hecho presentes en más de 30 campeonatos estatales, regionales y nacionales. Siendo cada 8 días en la comunidad.</p>
Escaramuza	<p>Se formaron algunos equipos en el año de 1998, 2 “Las Carboneras” y “Las Villistas” en categoría adulta, y 2 equipos infantiles “Las Carboneritas” y “Las Peñitas”. Siendo cada 8 días en la comunidad.</p>
Mojiganga	<p>La tradicional mojiganga es la fiesta pública de máscaras que se hace el primer domingo del mes de diciembre y anuncia la fiesta religiosa del pueblo.</p>

	<p>La fiesta de carnaval consiste en que varias personas ataviados con disfraces ridículos y enmascarados desfilan por las principales calles del pueblo, exhibiéndose al son de la música de viento o grabada que los acompaña, durante su recorrido hacen paradas en lugares previamente programados, con el objeto de invitar a los espectadores a formar parte de la festividad o espectáculo. En los últimos años y hasta antes de su muerte, el señor Juan Hernández Monroy, por su dinamismo y entrega, fue posible sostener esa tradición villacarbónense</p>
Ferías	<p>Feria de la barbacoa y el pulque en el mes de abril Feria del conejo y el rompopo en el mes de septiembre Festival gastronómico, artístico y cultural del maíz en mayo Festival de la cerveza artesanal en febrero Feria de la Trucha en febrero</p>

Fuente: Elaboración a partir de SECTUR (s/f).

Es decir que el diagnóstico del ámbito rural y uso de suelo, en lo que corresponde a lo agropecuario, como se mostró anteriormente se observa; un 51.1% del incursiona en actividades rurales tradicionales y si a ello sumamos el 44% en lo forestal, nos lleva a reconocer signos positivos en el paisaje y por consecuencia o síntoma se define un aprovechamiento de sus recursos naturales de forma mesurada, además que el grado erosión es del 1%. Teniendo estos indicadores porcentuales se puede determinar un diagnóstico favorable para la introducción del sector servicios turísticos, tal es el caso de una propuesta agroturística, cuidando el medio ambiente, teniendo buenas prácticas ecológicas en lo agropecuario. Asimismo la mano de obra de su PEA sumado lo agro y lo pecuario superan aún a el sector servicios, esto debe resguardarse, ya que lo hace un lugar especial y propicio para asegurar el sistema alimentario del lugar; así como establecerlo como un atractivo de orden turístico, además cabe resaltar que los

sistemas de infraestructura de comunicaciones en estas áreas vernáculas, se encuentran debidamente comunicadas.

Previo a realizar una propuesta turística en una comunidad rural deben de ser analizados los aspectos geográfico-ambientales y socioeconómicos los cuales ayuden a consolidar la propuesta agroturística dentro de la AC, donde se puede observar que la comunidad en general está vinculada con el turismo y se han incorporado los tres sectores productivos en el sector de servicios ayudando a preservar las costumbres y tradiciones, generando una identidad territorial. Del mismo modo se tiene que el uso de sus recursos naturales de este municipio ha sido aprovechado sin que por el momento presente un alto índice de impacto negativo, por el contrario muestra un sentido de conservación y una gran riqueza de estos, aspectos que obliga a la población a cuidarlos y protegerlos, de tal manera que asegure la sustentabilidad de su desarrollo endógeno.

Teniendo en consideración la parte geográfico-ambiental y socioeconómica de Villa del Carbón bajo un contexto de orden turístico se tiene que la actividad no ha transgredido a la comunidad sino más bien ha integrado los sectores productivos, llevando a una identidad territorial colectiva la cual se puede ver plasmada en el cuidado de su entorno y la pluriactividad inmersa en sus diferentes producciones así como en la iniciativa de nuevos destinos turísticos bajo la modalidad de TR, es por ello que la propuesta de agroturismo en la AC desde un enfoque territorial es pertinente debido al grado de apropiación por parte de los habitantes.

6.3. Diagnóstico de la situación turística

Para poder realizar la propuesta agroturística dentro de la AC se realizó el diagnóstico de la situación turística en Villa del Carbón, y con ello poder afianzar la viabilidad de la misma. Asimismo se describen los resultados obtenidos en la encuesta semi-estructurada a los turistas para conocer el grado de interés acerca de la cunicultura así como la creación de las posibles actividades a realizar dentro de los espacios seleccionados.

6.3.1. Ámbito turístico

Se tiene que la actividad turística comenzó aproximadamente en los años 70 del siglo XX; siendo reconocido principalmente por las artesanías de piel así como por los botines que se elaboran ahí, posteriormente en los años 80 comenzó la llegada de turistas con mayor frecuencia los fines de semana quienes visitaban el centro histórico para degustar la gastronomía típica. En la misma década se iniciaron actividades y algunos servicios para recibir a turistas en la Presa del Llano, El Chinguirito y el Cerro de la Bufo, lo que generó la incorporación de nuevos destinos dentro del municipio. Es de esta manera que el gobierno al percatarse de la derrama económica por el concepto de turismo; decide trabajar en la restauración de los edificios antiguos y en la creación de infraestructura turística para atraer mayor número de turistas, beneficiando con ello a la población local.

Con el tiempo se acrecentó la afluencia de visitantes y se decide incursionar en el programa de la SECTUR Estatal de pueblos con encanto obteniendo el nombramiento en 2006; una vez alcanzado este objetivo del gobierno municipal, apoyado por la población local, generaron nuevos productos y destinos turísticos en el lapso de 2006 a 2014. De la misma manera se crearon servicios complementarios para que los turistas pudieran quedarse más tiempo dentro del territorio ofreciendo una gama como: tiendas de muebles, artesanías y decoración, comestibles y vinaterías así como mini supermercados.

De forma paralela comenzaron a ofrecerse por parte de los sistemas bancarios y financieros establecidos en el país Bancos como son: Bancomer, Azteca y Banorte con cajeros automáticos de red, así como una oficina de correos y telégrafos; cafés – internet; transporte público de pasajeros con dos terminales y varias bases de taxis que permiten al turista desplazarse por todo el Municipio.

Para atención al turista, el Municipio ha instalado un módulo de información que funciona de lunes a domingo y opera con personal que ha sido capacitado en el tema y está ubicado en la Plaza Municipal punto céntrico.

Toda la infraestructura mencionada apunta a que Villa del Carbón, refiere una población moderna, que puede posicionarse como lugar turístico, por lo que sus autoridades municipales en el 2015 deciden incursionar en un trabajo que les permita acceder al nombramiento de Pueblo Mágico por parte de la SECTUR Federal; esta nominación reconoce a una localidad que posea atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin toda la magia que emana de cada una de sus manifestaciones socio-culturales y paisajística naturales del lugar que puedan ser una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.

El Programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros.

Para la obtención del nombramiento se tiene que cumplir diferentes requerimientos, de los cuales se destacan: la evidencia del atractivo simbólico de la localidad, servicios de salud y seguridad pública para la atención del turista. Del mismo modo, la inversión privada y social en el desarrollo turístico, distintivos o sellos de calidad, el fortalecimiento e innovación del catálogo de productos turísticos así como la evaluación del impacto del desarrollo turístico.

Una vez cumplidos los parámetros que determina la SECTUR en el mes de septiembre de 2015 Villa del Carbón obtuvo el nombramiento en el Estado de Puebla donde las artesanías de pieles de conejo fueron seleccionadas por parte de la comisión de turismo de la localidad para fungir como parte del patrimonio cultural representativo del municipio.

En lo que se refiere a la participación del sector público, existe una intención clara de proyectarlo turísticamente, mostrando un trabajo integral (tripartita de niveles del gobierno) que contempla los atractivos culturales y naturales de uso turístico; agregando las actividad comerciales y turísticas; al servicio de su población local y visitantes. Obteniéndose un signo positivo que realmente constituye una gran oportunidad a favor del turismo.

6.3.2. Oferta turística

En el siguiente apartado se presenta la infraestructura turística y gastronómica con la que cuenta Villa del Carbón así como los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas, lo cual permita vislumbrar y consolidar la actividad agroturística dentro de la AC.

Cuadro 10. Número de hoteles y posadas en Villa del Carbón

Categoría	Número de establecimientos	Número de cuartos
5 estrellas	-	-
4 estrellas	8	120
3 estrellas	9	90
2 estrellas	1	3
1 estrella	-	-
Total	15	222

Fuente: Elaboración a partir de SECTUR (2013).

En relación al potencial de alojamiento, existen 7 hoteles con 114 habitaciones en total, mostrando un crecimiento en los últimos 5 años, pasando de 2 a 15 hoteles, incluyendo 3 posadas familiares con 20 habitaciones en total, 18 cabañas en la Presa del Llano y la apertura de 9 cabañas más, 9 habitaciones que brindan hospedaje en la Presa de San Luis Taxhimay, así como 14 habitaciones en el Centro Recreativo La Angora y 15 habitaciones en el Centro Vacacional Hotel Campestre El Chinguirito, sumando una total de 207. Por lo que en la actualidad, se tiene la capacidad para hospedar a más de 1000 huéspedes en todo el Municipio.

En el centro histórico existen 9 restaurantes típicos con la capacidad de 50 comensales cada uno aproximadamente así como con 3 comedores familiares y 4 fondas, se encuentran registrados 40 en todo el Municipio incluyendo comedores familiares y fondas, que ofrecen servicio a la carta con comida típica del Municipio y Nacional, destacando la trucha, cortes finos de carne, mole rojo y verde, conejo, antojitos mexicanos, especialidades y la tradicional barbacoa de borrego entre otros; además de un sin número de establecimientos ambulantes.

La mayor parte sus servicios de hospedaje y restaurantes son inversiones de la población local de acuerdo al misma que infiere el interés de estos; por atender la actividad turística y visualizarla como una forma de ingresos; que con el tiempo se ha ampliado y modernizado en algunos de los casos (PMDU, 2013).

6.3.3. Viabilidad de la propuesta de agroturismo

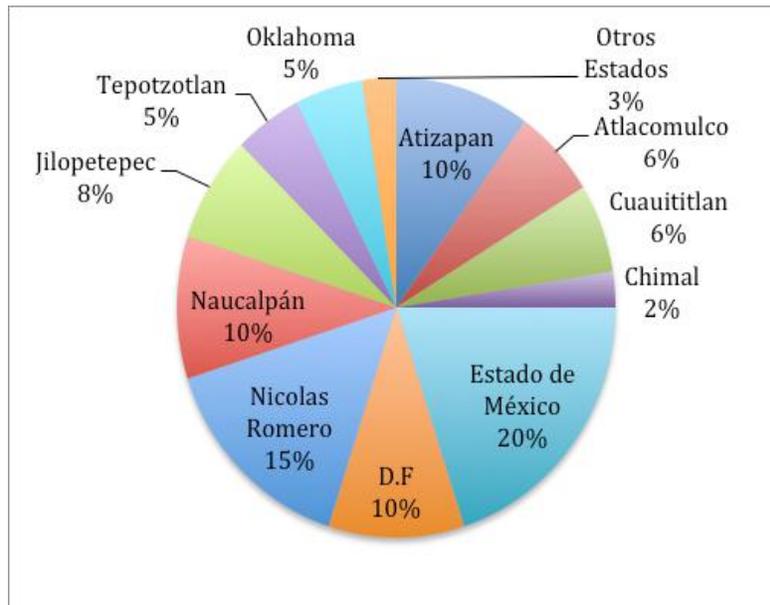
Dentro de este apartado se pretende describir el perfil del turista que visita Villa del Carbón así como identificar el grado de interés en la cunicultura y las posibles actividades realizadas en los espacios seleccionados diseñadas de acuerdo a la capacidad productiva de ambos lugares.

Es por ello que en primera estancia se tiene el lugar de procedencia de los turistas; Se tiene en primera estancia a habitantes del Estado de México con un total del 20%, por consiguiente se tiene que debido a la cercanía del lugar, hay habitantes tanto de Nicolás Romero 15% como de Jilotepec 8% que visitan Villa del Carbón. Asimismo debido a la conexión que existe en la infraestructura vial que conecta Atizapán de Zaragoza con Atlacomulco, la cual atraviesa por Villa del Carbón se puede decir que el fácil acceso 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%, Distrito Federal 10%, Naucalpan 10% y Tepetzotlán 5%.

Los turistas que provienen de las principales periferias visitan el municipio debido a las características territoriales naturales y culturales que no tan fácilmente encuentran en las zonas urbanas, en el lugar pueden encontrar diversas actividades que realizar así como conocer las tradiciones llevadas a cabo.

Por consiguiente se tiene que un 3% proviene de diferentes Estados de la República Mexicana como lo son Chiapas y Sonora, en Villa del Carbón existe un acuerdo de ciudad hermanada 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 (Gráfica 2).

Gráfica 2. Lugar de procedencia de los turistas

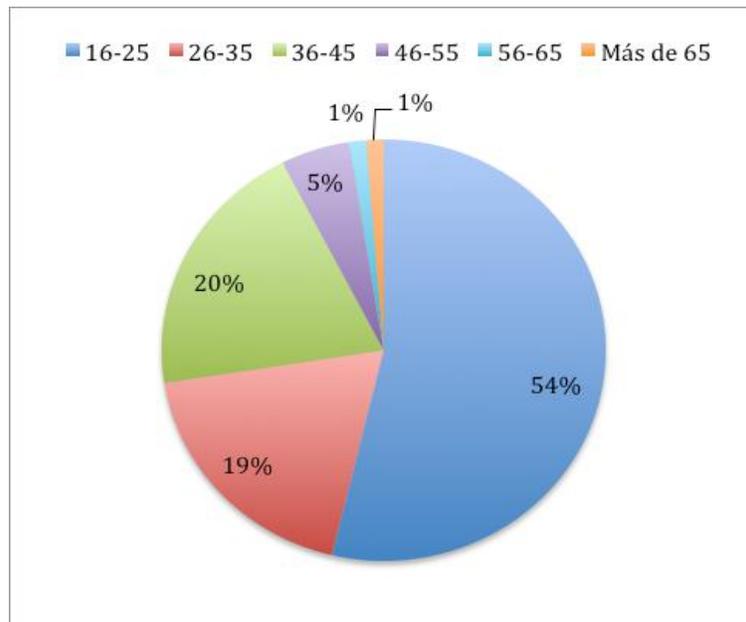


Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

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 tienen una posibilidad mayor de gastar dinero, un 19% corresponde de 26 años a 35 años, los cuales a esa edad normalmente comienzan sus carreras, se casan, fundan una familia y gastan gran cantidad de dinero.

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 (Gráfica 3).

Gráfica 3. Edad de los turistas



Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

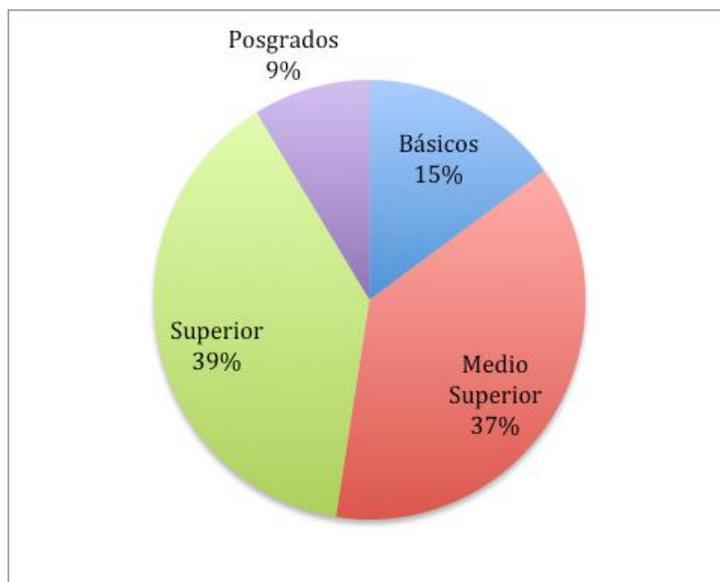
Un 45% de los turistas es estudiante lo que significa que tienen un mayor grado de disponibilidad de hacer uso de su tiempo libre en actividades de ocio o recreativas, el 25% son empleados, lo que se traduce a que visitan el lugar para descansar o pasar el día en familia, el 16% son profesionistas, el 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.

El grado de estudios de los turistas el 15% 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, finalmente el 6% son amas de casa.

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 a su poder adquisitivo pueden realizar gastos dentro de las actividades turísticas en Villa del Carbón el 14% restante son estudiantes (Gráfica 4).

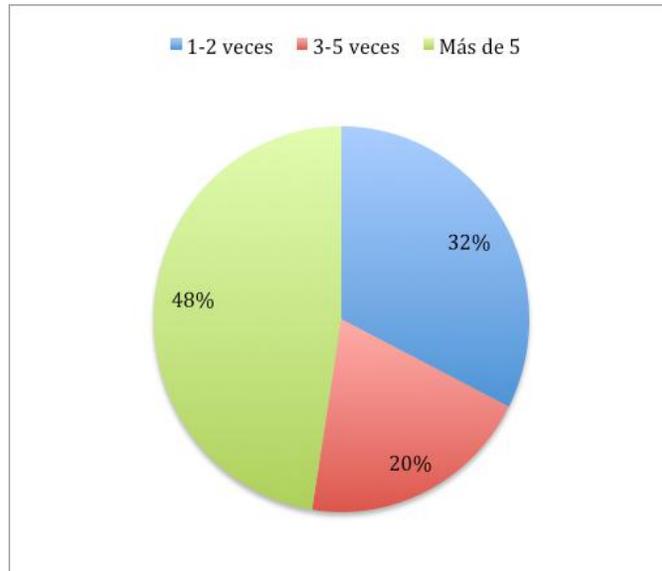
Gráfica 4. Grado de estudios de los turistas



Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Para poder llevar a cabo la propuesta de agroturismo se realizaron preguntas enfocadas en vislumbrar la situación turística del lugar así como la consolidación que se tiene por parte 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 ya cuenta con 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 (Gráfica 5).

Gráfica 5. Número de veces que ha visitado Villa del Carbón

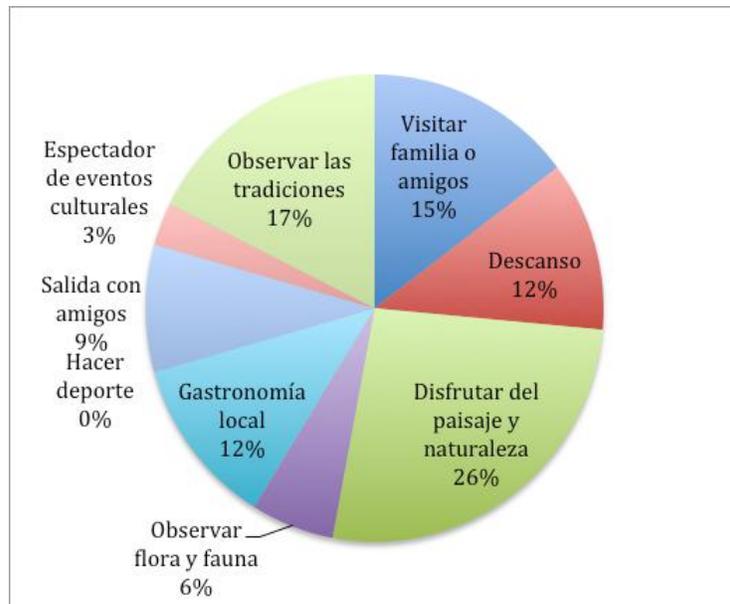


Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Para poder comprender los datos previos se dividió en dos apartados: el primero que está enfocado a los turistas que visitan por primera vez el lugar, consiguientemente se tiene a los turistas que han visitado más de cinco veces, lo anterior tiene la finalidad de comprender las motivaciones que inciden para que los turistas visiten el municipio. Asimismo poder amalgamarlas con los recursos con los que cuenta la AC generando una propuesta que este consensada bajo las necesidades de los turistas y los recursos de la AC.

Para ello se tiene que de los turistas que visitan por primera vez se tiene que el 26% asiste al lugar para disfrutar del paisaje y naturaleza quienes provienen principalmente de las zonas urbanas, se tiene que un 17% llega al lugar para observar las tradiciones o bien visitar a familiares o amigos 15%. Por consiguiente se tiene que la gastronomía local el cual es un factor importante de arrastre al igual que el de descanso (Gráfica 6).

Gráfica 6. Motivo de viaje de los turistas que visitan por primera vez Villa del Carbón

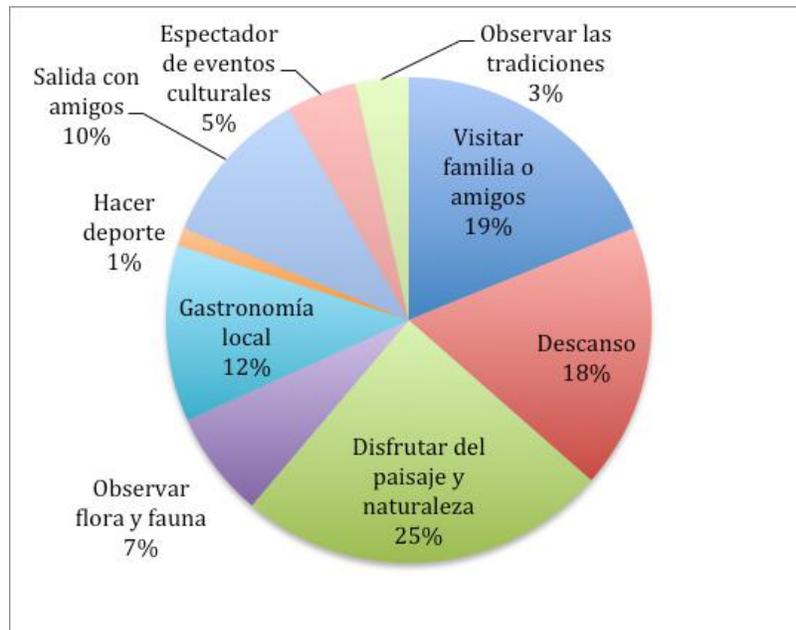


Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Por consiguiente se tiene que los turistas que han asistido más de cinco veces y su principal motivo de desplazamiento al lugar sigue siendo disfrutar del paisaje y la naturaleza, aumentando el número de turistas que viajan para descansar, esto se puede traducir a que el lugar cuenta con la infraestructura necesaria para que puedan pernoctar en el territorio al igual que existen actividades ofertadas en los diferentes destinos turísticos para realizar actividades recreativas o bien de ocio.

De igual manera aumentan quienes desean ser espectadores de los eventos culturales de la comunidad, cabe mencionar que para los turistas el acudir para degustar la gastronomía del lugar es una variable constante, con base en lo anterior se tiene que la propuesta de agroturismo cuenta con el paisaje y naturaleza que los turistas buscan así como de la gastronomía cumpliendo con las necesidades que busca el turista (Gráfica 7).

Gráfica 7. Motivo de viaje de los turistas que visitan más de 5 veces Villa del Carbón



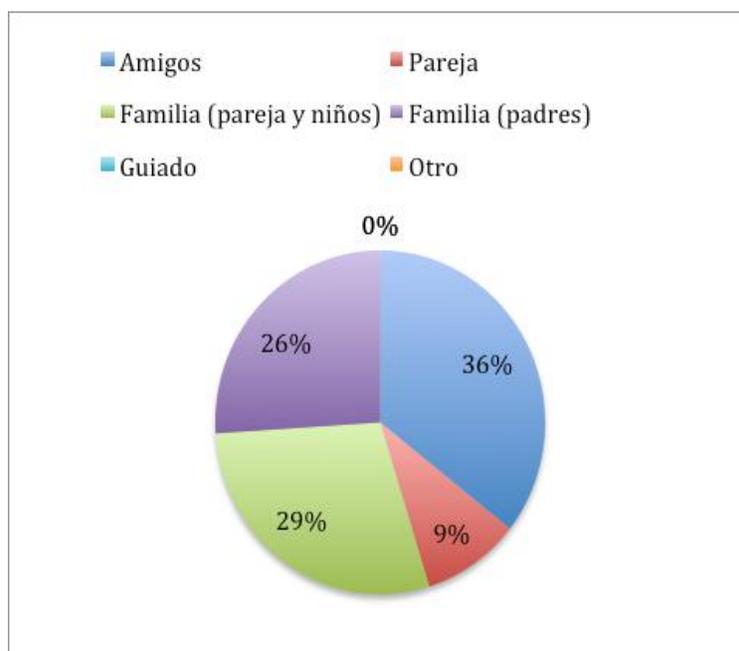
Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Lo anterior muestra que 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, la ventaja 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 sería viable implementarlos en el recorrido.

El 64% de los turistas viajan acompañado 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 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. Asimismo se tiene que incorporar actividades que puedan atender al segmento joven que viajan acompañados por amigos y estén interesados en conocer la cunicultura (Gráfica 8).

Gráfica 8. Con quien viajan los turistas

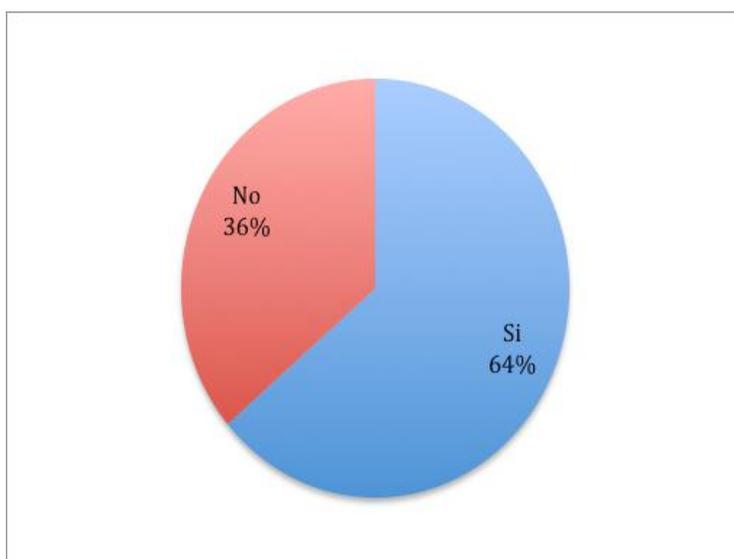


Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Por consiguiente se tiene que un 20% del total de los turistas visita el lugar por las tradiciones y eventos culturales que existen (Gráfica 6), 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. Asimismo se tienen identificados dos posibles lugares que cuentan con la capacidad para recibir a los turistas el primero se encuentra ubicado en las comunidad las moras aproximadamente 20 minutos en auto, el segundo donde se encuentra el taller de artesanías esta a 4 minutos ambos partiendo desde la cabecera municipal. Con base en lo anterior se tiene que el 77% de los turistas viaja en auto propio, lo que posibilita que puedan desplazarse para conocer las actividades del agroturismo dentro de Villa del Carbón.

Posteriormente se incluyó un apartado para identificar si los turistas consideraban la cunicultura 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 e identitaria para municipio, lo que indica la factibilidad de la propuesta (Gráfica 9).

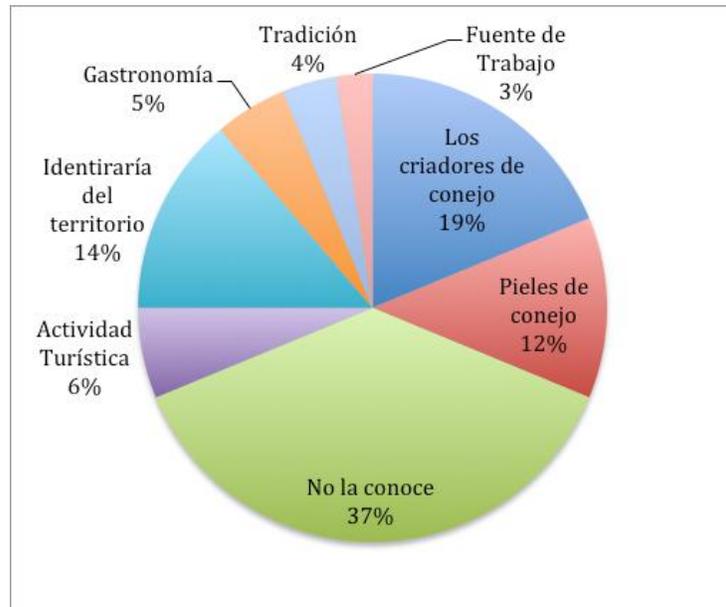
Gráfica 9. La cunicultura como actividad identitaria por parte del turista



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

La mayoría de los visitantes ya reconocen que es una actividad relevante dentro del municipio, principalmente la relacionan con los criadores de conejo 19%, ya que previamente fungió como una actividad económica representativa del municipio al igual que la oferta de platillos gastronómicos en los restaurantes y los fines de semana en los puestos ambulantes posicionándose como identitaria 14% ya sea por las pieles de conejo 12%, como actividad turística 6% o bien por los platillos elaborados con la carne de los mamíferos 5% (Gráfica 10).

Gráfica 10. Forma de percepción de la cunicultura por parte del turista

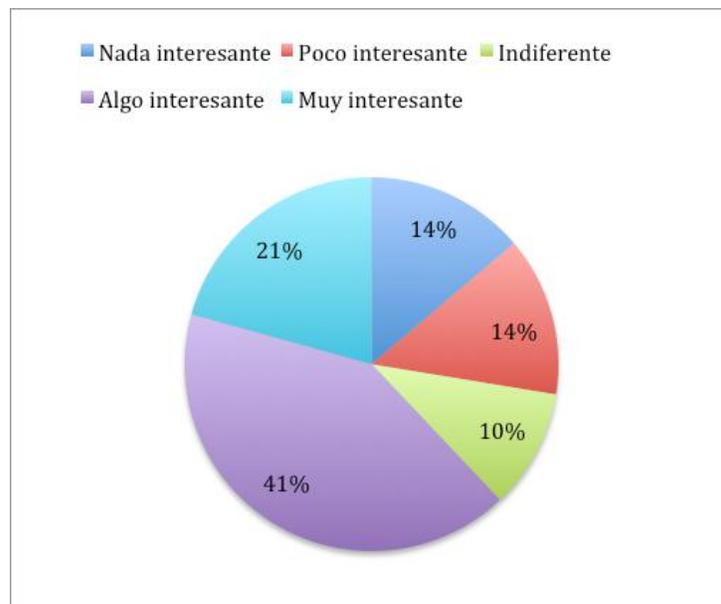


Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Dando continuidad se tiene a los turistas que no conocen la cunicultura, para poder vislumbrar la viabilidad de la propuesta se realizó un aparatado dividido en tres temas de interés los cuales son: La crianza de conejo, los procesos de producción y el curtido de pieles manejando una escala (Muy Interesante, Algo Interesante, Indiferente, Poco Interesante y Nada Interesante).

En el primer apartado se subdividió en lo que respecta a la alimentación y cuidados para su crecimiento y comercialización obteniendo lo siguiente el 14% no está interesado, con el mismo porcentaje se le hace poco interesante disminuyendo con un 10% indiferente. Cabe destacar que a los turistas que se les hacen algo interesante 41% y muy interesante 21% representando un 62% de la totalidad generando un indicador positivo para este apartado (Gráfica 11).

Gráfica 11. Grado de interés por parte de los turistas en conocer la crianza del conejo que no conoce la cunicultura

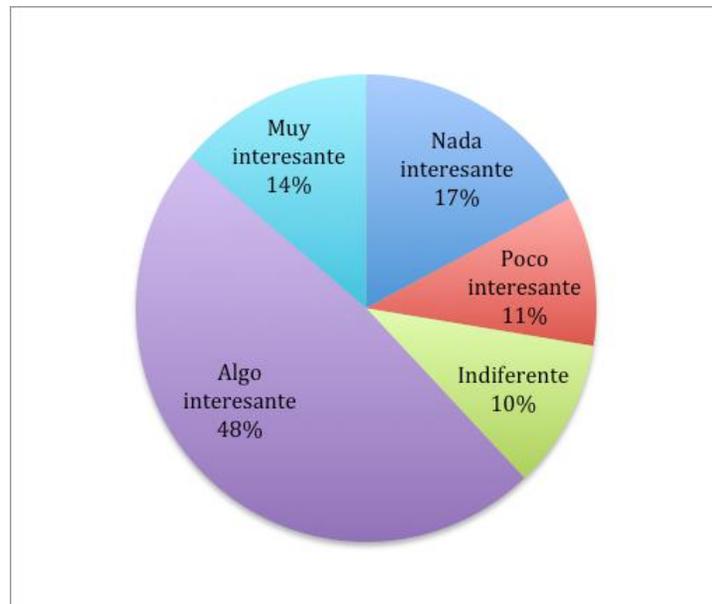


Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Para ello se tiene que el primer espacio para la actividad agroturística cuenta con un porcentaje significativo aunado a ello se tiene que tener una secuencia de los dos aspectos restantes para poder constituir un desarrollo local a través de la AC, el cual genere beneficios económicos para los integrantes.

Dando continuidad al segundo aspecto de los procesos de producción de la carne de conejo para su elaboración en platillos gastronómicos se obtuvo la siguiente información: al 17% le resulta nada interesante conocer los procesos, al 11% poco interesante y al 10% indiferente, mencionado lo anterior se tiene que se incluirán las propiedades y beneficios que se obtienen al consumir carne resultando mayormente atractivo para los turistas. Asimismo se tiene que para el 48% le resulta algo interesante conocer los procesos, y para el 14% que le resulta muy interesante obteniendo un 62% del total, argumentando la viabilidad de la propuesta (Gráfica 12).

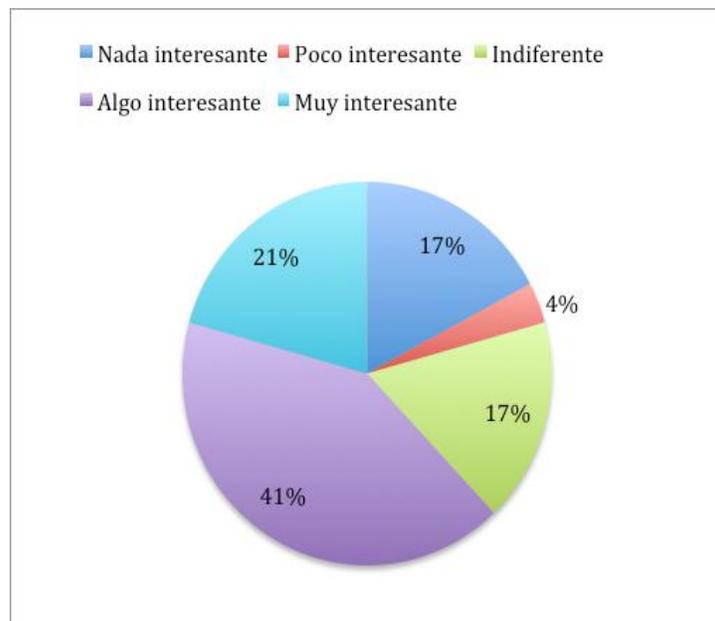
Gráfica 12. Grado de interés por parte de los turistas en conocer los procesos de producción de carne de conejo que no conoce la cunicultura



Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Una vez teniendo un panorama acerca del interés del turista por conocer tanto la crianza del conejo como los procesos de producción del conejo, se tiene que llegar al tercer apartado que es el curtido de pieles ubicado en el segundo espacio seleccionado y conocer su viabilidad en donde se mantienen casi los mismos porcentajes de turistas en lo que refiere al proceso de producción de carne asegurando con ello que son las mismas personas que no se encuentran interesadas en la cunicultura, disminuyendo a un 4% las personas que les resulta poco interesante, continuando con un 17% que es indiferente de acudir al taller, siguiendo con un 41% que les resulta interesante, finalmente se tiene un 21% que le resulta muy interesante mostrando nuevamente un 62% de turistas se encuentran interesados en conocer los procesos de curtido de pieles (Gráfica 13).

Gráfica 13. Grado de interés por parte del turista en conocer el curtido de pieles que no conoce la cunicultura



Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Los tres rubros anteriores son del análisis de los datos de los turistas que no identifican la cunicultura dentro de Villa del Carbón, a continuación se muestran los resultados de los turistas que sí conocen la actividad dentro del territorio quienes corresponden a un 63% del total de la muestra.

Continuando con tres rubros anteriores se presenta en el mismo orden, para el primero se tiene una disminución considerable presentando a un 2% que los turistas que les resulta nada interesante, continuando con el mismo porcentaje poco interesante, un 7% del total le parece indiferente. Se tiene que un 69% les parece algo interesante la crianza del conejo asegurando de cierta forma la viabilidad de la propuesta continuando con un 20% para las personas que les resulta muy interesante, consolidándose en un porcentaje alto del 89% el nivel de interés por parte de los turistas en conocer dicho proceso (Gráfica 14).

Gráfica 14. Grado de interés en la crianza del conejo por parte del turista que ya conoce la cunicultura



Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Dando continuidad y secuencia se tiene que dentro de los procesos de producción de carne de conejo para la elaboración de platillos gastronómicos una pequeña parte de la muestra se le hace nada interesante 2%, a un 4% poco interesante, para los que les resulta indiferente es un 14%. Se tiene que aun 51% les resulta algo interesante y al resto 29% muy interesante, posicionado el 80% un grado de aceptación incrementando un 18% en comparación de los turistas que no conocen la cunicultura (Gráfica 15).

Con lo que indica una posibilidad de poder incursionar en la venta de platillos gastronómicos en el primer espacio integrando las ventajas de consumir la carne de conejo y sus beneficios en la salud, así como el aprovechamiento del saber-hacer inmerso en la gastronomía del lugar, propiciando la incorporación de la mujer en el proceso.

Gráfica 15. Grado de interés en los procesos de producción por parte del turista que ya conoce la cunicultura



Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Finalmente para concluir el apartado anterior se tiene que del total de la muestra elegida se tiene que un mínimo porcentaje les resulta nada interesante 2% y poco interesante 2%, el nivel de indiferencia disminuye considerablemente siendo un 10% con respecto a los apartados anteriores, a las personas que visitan el lugar les parece algo interesante representando un 35%, el porcentaje restante 51% menciona que le resulta muy interesante conocer los procesos del curtido de las pieles obteniendo un 86 % (Gráfica 16).

El grado de interés por parte del turista en conocer las actividades cunícolas resulta positivo en todos los aspectos tanto por los que no la conocen como por los que ya la identifican dentro del territorio. Afianzando la propuesta de agroturismo en la AC y con ello logrando tanto la comercialización de sus productos así como la apropiación de sus actividades cunícolas.

Gráfica 16. Grado de interés en el curtido de pieles por parte del turista que ya conoce la cunicultura



Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Para poder comprender mejor se realizó un análisis comparativo de los turistas que identifican y quienes no, en los tres aspectos, para posteriormente generar una discusión en torno a las condiciones reales de los turistas.

Resumiendo las cuestiones de los turistas que conocen y que no conocen la cunicultura se realizó el Cuadro 10 en el cual se presentan los datos numéricos visualizando que el porcentaje de los turistas que conocen la cunicultura están mayormente interesados en conocer los procesos de la crianza, los procesos de producción y el curtido de pieles, posicionándose los mayores porcentajes en Algo interesante y Muy interesante. De la misma manera disminuyendo los porcentajes de los turistas que no conocen la cunicultura se encuentran en el mismo grado de interés por conocer los procesos que realizan.

Cuadro 11. Identificación de los turistas que no conocen la cunicultura y los que la conocen

Grupo Turistas Grado de interés	1		2		3	
	TNC	TC	TCN	TC	TNC	TC
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%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

TC = Turistas que identifican la cunicultura (63%)

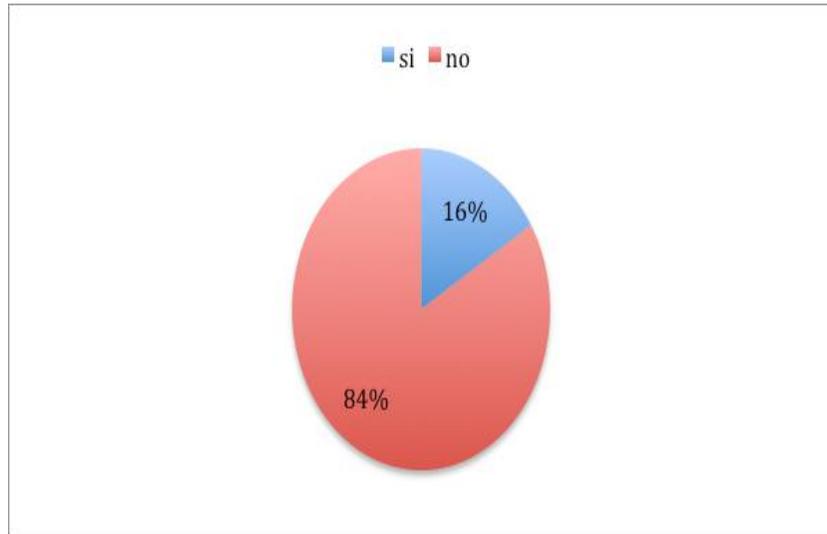
TNC = Turistas que no identifican la cunicultura (37%)

- 1) Crianza del conejo: Alimentación y cuidados para su crecimiento y comercialización
- 2) Procesos de producción de carne de conejo para la elaboración de platillos gastronómicos
- 3) Proceso del curtido de la piel y elaboración de artículos a partir de piel

Dando continuidad se tiene un apartado el cual se dividió en dos preguntas: la primera saber sí el turista alguna vez a visitado las granjas cunicultoras o el taller artesanal y la segunda sí le gustaría visitarlas y participar en las actividades que involucra.

Para la primera pregunta se obtuvo que el 84% nunca ha visitado ninguno de los espacios, sin embargo se tiene que el 16% ya conoce alguno, lo que indica que ya los turistas identifican la actividad que se realiza tanto en las granjas como en el taller artesanal (Gráfica 17).

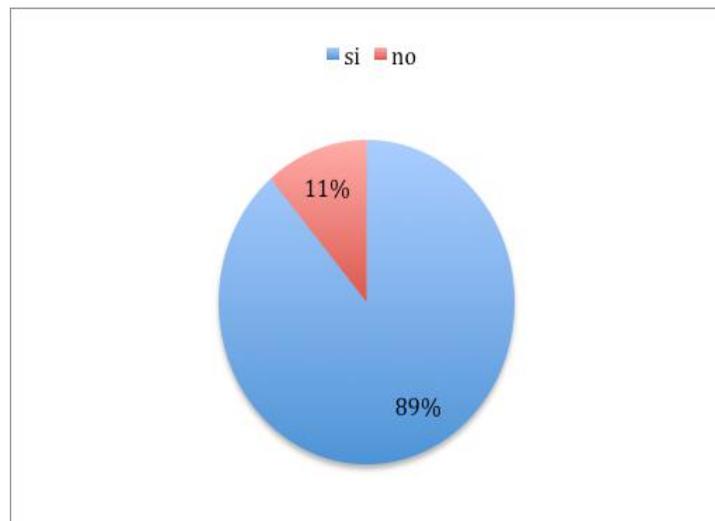
Gráfica 17. Turistas que hayan visitado las granjas productivas o el taller artesanal



Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Para identificar y consolidar la creación de los espacios agroturísticos se realizó una pregunta sí para los turistas les gustaría conocer las actividades que implica la cunicultura, a lo que se obtuvo que el 89% estaría dispuesto en conocerlos, y el 11% restante que no está interesado representando una posibilidad para la propuesta dentro de la AC en Villa del Carbón (Gráfica 18).

Gráfica 18. Grado de interés por parte de los turistas en conocer la cunicultura



Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

En la penúltima sección del cuestionario se dividió de tres apartados: Crianza de conejo, obtención de carne de carne y sus usos por último la obtención de piel y usos que estos a la vez se subdividieron, el cual se hizo con la finalidad de establecer que actividades le resultaban más interesante a los turistas y con base en ellas llevarlas a cabo en los espacios de agroturismo de acuerdo a los recursos de la AC, para ellos se muestran los resultados en los siguientes Cuadros 11, 12 y 13.

Cuadro 12. Posibles actividades a realizar dentro de la granja de conejos

Crianza del conejo		
Actividades	Si	No
Alimentar a los conejos	77%	23%
Aprender sobre su alimentación y cuidados	85%	15%
Convivir con conejos como actividad de recreación	86%	14%
Comprar un conejo para la crianza del hogar	62%	38%

Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

Como se puede observar en el Cuadro 11 se tiene que el mayor porcentaje de los turistas estarían dispuestos a participar en todas las actividades que conlleva la crianza del conejo. Obteniendo que las principales actividades que les gustaría realizar serían tanto aprender sobre su alimentación y cuidados como convivir con ellos como actividad recreativa. Del mismo modo se tiene con un porcentaje menor a los turistas que les gustaría alimentar a los conejos así como comprar un conejo para la crianza del hogar.

De acuerdo con los datos del cuadro 11 se tiene que las principales actividades que se les dará énfasis son: convivir con los conejos, alimentarlos y aprender sobre su alimentación y cuidado; y en dado caso que algún turista se encuentre interesado en comprar un conejo existe una posibilidad del 0.62 que el turista haga esa compra.

Dando continuidad dentro de la misma granja de conejos las actividades que se pueden realizar son: aprender sobre métodos de conservación de la carne de conejo fresca para su consumo, conocer sobre los usos de la carne de conejo en la elaboración de platillos gastronómicos y la compra de carne de conejo para su consumo, referido lo anterior lo que el turista estaría mayormente interesado en realizar sería la segunda de ellas. Por consiguiente se tiene que las dos actividades restantes con menor número de porcentaje respecto sí el turista las llevaría a cabo sería la primera y la tercera (Cuadro 12).

Se tiene que para las tres actividades la probabilidad a realizarlas se encuentran posicionadas con una tendencia positiva, generando indicadores que posibilitan la creación de los espacios agroturísticos.

Cuadro 13. Posibles actividades a realizar dentro de la granja de conejos

Obtención de la carne y usos		
Actividades	Si	No
Aprender sobre métodos de conservación de la carne de conejo fresca para su consumo	69%	31%
Conocer sobre los usos de la carne de conejo en la elaboración de platillos gastronómicos	77%	23%
Comprar de carne de conejo para su consumo	65%	35%

Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

En la última sección se encuentra el proceso de curtido de pieles de los mamíferos que es llevado a cabo en el taller artesanal para lo cual se presenta el (Cuadro 13) donde a comparación de los dos apartados anteriores las respuestas se encuentran inclinadas a una tendencia postiva posicionandose arriba del 69%, con ello se puede decir que son factibles a realizar las actividades ya que los turistas se encuentran intesados en conocer el curtido de la piel y el taller donde son elaboradas las artesanias para comprar los artículos de piel de conejo.

Cuadro 14. Posibles actividades a realizar en el taller artesanal

Obtención de piel y usos		
Actividades	Si	No
Conocer el proceso del curtido de la piel	70%	30%
Recorrer el taller de fabricación de artículos de piel de conejo (guantes, llaveros, ropa, entre otros)	70%	30%
Comprar productos hechos de piel de conejo para uso propio o regalo	72%	28%

Fuente: Elaboración a partir de trabajo de campo 2015.

A manera de conclusión se tiene que para la creación de los espacios agroturisticos se puede visualizar la estrecha relación campo-ciudad en Villa del Carbón que es planteada desde la nueva ruralidad en la cual las principales personas que visitan el lugar son de áreas urbanas. Asimismo se tiene que como lo conceptualiza el turismo rural los turistas están interesados en conocer principalmente los paisajes, la naturaleza y la cultura del lugar.

De manera que se encuentra que el agroturismo en la AC tiende a ser factible debido a que los el 64% de los turistas posiciona a la cunicultura como una actividad identitaria dentro del territorio relacionadola con los criadores de conejo, su gastronomía y las pieles. Por lo tanto para conocer sí existen tursitas interesados en conocer las actividades que se llevan a cabo dentro de la AC se realizó una ponderación tanto de los turistas que conocen y que no conocen la cunicultura, a lo cual se obtuvo que el 76% están interesados en conocer la crianza del conejo, el 72% en conocer los procecos de producción y el 75% en concer el curtido de pieles. Por ende se tiene que existe una tendencia positiva para realizar las actividades dentro de la AC así como turistas intesados en realizarlas, es por ello que en el siguiente apartado se muestran los espacios y las actividades que se van a realizar en los espacios.

6.4. Propuesta de agroturismo en la Asociación de Cunicultores

Una vez considerando las capacidades productivas y asociativas de la AC, el análisis de las cuestiones geográfico-ambientales y socioeconómicas de Villa del Carbón así como el diagnóstico de su situación turística, se llegó a la elaboración de la presente propuesta de agroturismo considerando las características previamente mencionadas aunado a ello la integración del interés por parte de turista en conocer la cunicultura como actividad recreativa.

Del mismo modo se tiene la vocación turística de Villa del Carbón en donde se puede visualizar la incorporación de los sectores productivos en un orden de respeto y preservación por sus recursos así como de su identidad colectiva, observando a la pluriactividad como actor clave en el desarrollo del territorio.

Paralelamente a ello se tiene la capacidad productiva de la AC, en donde aprovechan sus formas de producción de traspatio bajo condiciones higiénicas aunado a ello el prevaleciente paisaje rural en el territorio en un marco promocional de pueblo mágico que evoca la nostalgia por retornar a lo tradicional. Asimismo se tiene la generación de ingresos a los integrantes adquiriendo una nueva vocación del sector servicios sin eliminar las esencias pecuarias, que serán parte del atractivo principal aunado a ello la gastronomía típica y la hospitalidad de su población que seguro permitirá acrecentar sus servicios ya que el turismo tiene la oportunidad de reproducirse.

Para ello se creó el siguiente objetivo general de la propuesta:

- Acondicionar las granjas de traspatio cunícolas para la generación de un desarrollo agroturístico en Villa del Carbón como una alternativa recreativa, de entretenimiento y diversión que fortalezca la identidad de esta actividad en un marco de preservación y respeto por el entorno a través de su saber hacer pecuario, transformación de pieles y gastronomía típica del lugar donde el conejo sea el producto central

Una vez planteado el objetivo general se plasman los objetivos específicos que ayudarán en su cumplimiento

- Adecuar la infraestructura de los dos espacios para de recreo agroturístico en Villa del Carbón con la finalidad de fortalecer la identidad territorial de la producción de conejo y de artículos de piel, generando ingresos adicionales a los cunicultores participantes.
- Definir las actividades turísticas en la granja cunícola y el taller artesanal en relación al perfil del turista
- Identificar el segmento de mercado escolar con el sistema de granjas educativas agroturísticas con la finalidad de abatir la estacionalidad de la actividad turística
- Generar una secuencia educativa de la granja para el conocimiento de las buenas practicas en la carne de conejo que incentive su consumo
- Presupuestar paquetes que incluyan la recreación turística en la granja de acuerdo a las actividades que se van a mostrar y a realizar por parte de los turistas
- Elaboración de menús y una carta de los diferentes platillos típicos preparados con conejo
- Incorporación de los turistas en la confección de artículos de piel de conejo
- Convenir posibles actividades con los dueños de las granjas
- Generar un reglamento solidario basado en acuerdos de los integrantes de la Asociación

Una vez determinado lo anterior se llega a la siguiente misión y visión

Misión: Somos cunicultores de traspatio que cuidamos nuestro entorno natural para preservar la actividad cunícola en el territorio a través de la elaboración de compostas, y ahora decidimos multifuncionalizar nuestro espacio productivo para los turistas que busca entretenerse en espacios naturales y productivos de la crianza del conejo

Visión: Posicionar la actividad agroturística en las granjas cunícolas de Villa del Carbón, incluyendo buenas prácticas en el cuidado del animal así como del medio ambiente, logrando con ello su sostenibilidad y sustentabilidad generando un arraigo territorial.

Una vez plasmado lo anterior se tiene que para que la AC y la actividad agroturística se elaboró en siguiente cuadro donde se plasman los principios de organización social de la economía de Coraggio (2011).

Cuadro 15. Los principios de organización social de la economía

Principios éticos	Principios económicos
<p>Ética de la reproducción ampliada</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de los animales dentro del contexto animal • Conejas se reproducirán en banda baja • Se alimentarán a los conejos con alimentos balanceados • Cuidado del medio ambiente • Buen manejo de los alimentos • La determinación de precios se hará bajo el consenso de los integrantes • El horario de vista estará establecido de 8:00 a 16:00 horas en bloques • Usar la ropa convencional para el recorrido evitando con ello la contaminación • El turista deberá lavarse las manos antes de tocar a los conejos 	<p>I. Principios de organización del trabajo productivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • La producción de conejo será autosuficiente para las familias cunícolas • Las ganancias de los artículos de piel serán redistribuidas de acuerdo al puesto desempeñado <p>Principios de cooperación</p> <ul style="list-style-type: none"> • La incorporación de la mano de obra femenina en las actividades cunícolas • La incorporación de la mano de obra familiar en algunas actividades productivas

- Reciclar los químicos implementados en el curtido de pieles
- Otorgarle seguro a los trabajadores
- Determinar los horarios para laborar
- Pago de salarios bajo los parámetros legales
- Capacitación de las personas que laboren en la actividad entorno al servicio turístico

Principios de relación entre el trabajo humano y la naturaleza

- Elaboración de compostas aprovechando las eses y orina del conejo así como las hojas y ramas de árboles
- Uso de la composta para los árboles frutales

II. Principios de apropiación / distribución social

Principio de apropiación por el trabajador individual (persona o familia)

- La constitución familiar para el cuidado y alimentación de los conejos
- La incorporación de la opinión de los empleados en el diseño y confección de los artículos de piel

III. Principios de redistribución

Progresivo

- Compra de las pieles de conejo a criadores a un precio equiparable al de su venta

IV. Principios de circulación

Principio de reciprocidad

- Ofertar artículos de calidad en la carne y en artículos de piel de conejo, a un precio justo que sea redistribuido en el pago de los integrantes de la familia y con ello mejorar las condiciones ecológicas del medio ambiente así como el mejoramiento de los pies de cría del conejo

Principio de intercambio

- Mediante la actividad agroturística ofertar los artículos de piel así como los platillos gastronómicos de conejo a un precio mayor al de su inversión inicial

V. Principios de consumo

Principio de consumo de lo suficiente

- La actividad agroturística en ambos espacios estará sujeta a la capacidad productiva de la AC, en dado caso que la oferta

sea mayor se acudir  con Asociaciones de municipios cercanos para adquirir insumos y con ello crear cadenas cortas de intercambio y producci3n

VI. Principios de coordinaci3n

- Formaci3n de acuerdos dentro de la AC para la adaptaci3n de su terrenos para la actividad agroturística de acuerdo con el perfil del turista y sus capacidades productivas

Fuente: Elaboraci3n a partir de trabajo de campo 2014-2015, con base en Economía Social y Solidaria, El trabajo antes que el capital, Corraggio (2011).

Posterior a la determinaci3n de los alcances de la propuesta de agroturismo en la AC así como de los principios que regirán la misma se tiene que se acondicionaron los espacios previamente seleccionados para la actividad en conjunto con el resultado de las encuestas realizadas en Villa del Carb3n para conocer las actividades que serían de interés para los turistas en relaci3n a la cunicultura.

Granja Cunícola

Dentro del primer espacio seleccionado se realizará un recorrido en las área donde se cría el conejo dando una explicación acerca de los procesos y cuidados que se les da al mamífero, al igual de su transformación de la carne; para lo cual se ofrecerán los platillos en barbacoa, al pastor, asado, en adobo y en salsa verde, teniendo una capacidad para 20 comensales de acuerdo a la infraestructura del espacio.

Dentro de la granja se tiene un espacio (Figura 15) para la crianza de los conejos el cual se encuentra las jaulas con la capacidad para 12 nidales de conejas que son de la razas Nueva Zelanda, California y Azteca Negro, las cuales tienen 6 camadas al año con un nivel de natalidad de 9 gazapos dando un total de 108 conejos anuales para la crianza y engorda, los cuales en 60 días están listos para su comercialización alcanzando un peso aproximado de 2 kilogramos (Kg).

Figura 15. Espacio para la crianza del conejo



Fuente: Trabajo de campo 2015.

Dentro de la misma área se cuenta con jaulas con una capacidad de 147 conejos en sus diferentes etapas (Figura 16) cabe destacar que en la actualidad se cuenta con una distribución del conejo en el centro de Villa del Carbón para su venta los fines de semana en platillos gastronómicos en los diferentes puestos, con un nivel de demanda de 20 a 24 conejos, que se venden a \$150 el Kg., que alcanza una remuneración de \$6,000 para la AC. Asimismo se cuenta con la demanda de un mercado consolidado al cual se le venden los conejos preparados en barbacoa, al pastor, asado, en adobo y en salsa verde.

Figura 16. Nidales de los conejos dentro de la granja cunícola



Fuente: Trabajo de campo 2015.

Los platillos elaborados se venden en \$120 por cada uno, del conejo se obtienen 5 piezas (pza.) alcanzando \$600 por mamífero teniendo una ganancia neta del 50%, alcanzando el nivel más alto de demanda de 30 pza. por semana generando un ingreso aproximado de \$3,000, en donde para realizar la actividad agroturística y el turista pueda observar los procesos de transformación en platillos se implementó un horno de tabique el cual fungirá como atractivo dentro de la granja inmerso en el saber-hacer de la gastronomía atendiendo las necesidades de los turistas (Figura 17).

Figura 17. Horno de tabique para la elaboración de platillos



Fuente: Trabajo de campo 2015.

Dentro de la granja se están implementando formas para aprovechar los subproductos del mamíferos; una de la formas de hacerlo es mediante compostas que es aprovechada para producir algunos insumos en la elaboración de los platillos así como abono de los árboles frutales dentro del mismo espacio (Figura 18)

Figura 18. Composta con eses y orina de conejo combinados con hojas y ramas de árboles



Fuente: Trabajo de campo 2015.

Uno de los objetivos es que la actividad agroturística involucre la mano de obra familiar propiciando el desarrollo local y territorial, siendo una nueva fuente de ingreso para las familias de los cunicultores, ayudando a los procesos de transformación de platillos así como en el cuidado de los mamíferos, aprovechando los recursos como tierra, trabajo, tecnologías locales y herramientas (Figura 19).

Figura 19. Familia que se integrará en las actividad agroturística



Fuente: Trabajo de campo 2015.

En el primer espacio de la granja cunícola cumple con las características que proponen los diferentes estudios acerca de la actividad agroturística en donde se hace referencia a una actividad de corte pecuario inmersa en un contexto territorial propicio a la actividad turística debido a la belleza natural de sus parajes así como la importancia cultural referente en sus procesos productivos (Figura 20).

Figura 20. Paisaje de la granja cunícola



Fuente: Trabajo de campo 2015.

La actividad agroturística esta inmersa de igual forma en el contexto socioeconómico de los socios lo cual permite la incorporación de la mujer así como de las personas de la tercera edad aprovechando sus recursos naturales y culturales, propiciando el interés por las jóvenes generaciones en la actividad cunícola y con ello generar un arraigo territorial con una visión sustentable y sostenible de los socios aunado a ello que la actividad turística tiene la bondad de ser un fenómeno de efecto multiplicador se puede no sólo hacer la actividad agroturística entorno a la cunicultura sino a otras producciones de corte agropecuario.

Taller artesanal

En el segundo espacio para la actividad agroturística ya se comenzaron con algunas modificaciones para la actividad, en lo que respecta a la infraestructura del lugar; como lo fue la incorporación del drenaje, reconstrucción de la fachada, ampliación de los espacios para los recorridos, es por ello que dentro del mismo se iniciará con una platica acerca del interés por parte de los artesanos en innovar en el curtido de pieles de conejo en Villa del Carbón, posterior a ello un recorrido en el proceso de la transformación de pieles el cual inicia con el recibimiento de las pieles hasta la transformación en los diferentes artículos elaborados, para llegar con ello a la venta de los productos finales.

Dentro del espacio cuenta con características paisajistas que se pueden observar desde la entrada al lugar. Asimismo se cuenta con una cabaña en la cual se realizan varios procesos de la elaboración de las artesanías de pieles de conejo (Figura 21).

Figura 21. Taller artesanal



Fuente: Trabajo de campo 2015

Para los turistas se realizará un recorrido por las instalaciones comenzando de la siguiente manera, en primera estancia en el lugar donde se reciben las pieles, dando una explicación acerca del tipo de pieles de conejo que se reciben y las características que deben tener para poder ser curtidas (Figura 22).

Figura 22. Área de recibimiento y almacenamiento de pieles



Fuente: Trabajo de campo 2015

Una vez recibidas las pieles se realiza un hidratado de las mismas que dura alrededor de 24 horas, posteriormente se realiza el tendido y descarte de las pieles (Figura 23) todo ello se realizado por artesanos de la AC así como por trabajadores del mismo sitio.

Figura 23. Tendido de las pieles de conejo



Fuente: Trabajo de campo 2015

Dando continuidad con el lavado y descarne para quitar excesos de las pieles para una mejor elaboración, continuando con el *pitle* (sumergen las pieles en acido por 48 horas). Una vez aplicado al acido se quita para remover el pH. de las pieles el cual dura 48 horas para poder escurrir y engrasar.

Posterior a ello nuevamente de lavan y secan, una vez ya realizado todo lo anterior se tallan en el machete y son ingresarlos en el tambor otorgándoles una mejor textura tanto para su elaboración como para el consumidor el cual tiene una capacidad para 100 pieles. Ambas técnicas fueron implementadas por el curtidor de las pieles (Figura 24).

Figura 24. Herramientas para quitar los excesos de carne y pelos de las pieles de conejo



Fuente: Trabajo de campo 2015

Una vez realizados los procesos para el curtido de pieles se procede a la confección y elaboración de los artículos con pieles de conejo los cuales son: patas, manos, rabos, bolsas, gorras, tapetes, colchas, cuellos, cojines, chalecos y chamarras, que los precios van desde \$10 pesos hasta \$5,200, todo es elaborado dentro del mismo espacio (Figura 25).

Figura 25. Confección y elaboración de los artículos de piel de conejo



Fuente: Trabajo de campo 2015

El posicionamiento de los artículos elaborados con pieles de conejo ha cobrado fuerza debido a que fueron incorporadas por la SECTUR municipal para el recibimiento de Pueblo Mágico en septiembre de 2015 así como el incremento de la demanda de dichos artículos, lo que puede traducirse que en un año incremento el número de empleados pasando de 10 a 14 personas. De igual manera se propicia un desarrollo local ya que la mayoría de los insumos provienen de la misma comunidad.

Como se puede observar existen las condiciones propicias para introducir la actividad turística debido a que los cunicultores tienen diferentes fuentes de ingresos que van desde el sector público, de sus animales de traspatio, de la comercialización de la carne de conejo, carnicerías, y su nivel de estudios les otorga ese empuje de incursionar en la actividad agroturística de forma profesional sin limitarse en todos los elementos de capacitación para ofrecer productos y servicios de calidad. Aunado a ello la iniciativa de ellos tenido al comenzar ciertas adecuaciones al conocer los resultados que arrojó el estudio de la demanda. Sin embargo aun no está de forma concreta el estudio de inversión y recuperación, pero con la experiencia de algunos de ellos en ellos negocios estarán manejándose con ganancias de ingresos externos, donde la familia trabaje.

VII. Discusión general

La propuesta de la actividad agroturística en la AC de Villa del Carbón se encuentra en un contexto de que sí bien son socios productivos de traspatio, cuentan con un especie con un alto nivel de prolificidad así como con los espacios para la actividad turística entorno a la cunicultura aprovechando tanto sus recursos naturales como culturales donde se identificó el nivel de asociatividad durante 25 años que ha permitido su consolidación. Sin embargo en la actualidad se tienen algunos inconvenientes que han permeado en su asociación.

Aunado a lo anterior se tiene que para la cría del conejo se requiere poco espacio, la especie tiene una elevada tasa reproductiva, requiere de una menor inversión inicial comparada con las otras especies zootécnicas, convirtiéndose en una alternativa para mejorar el ingreso de los productores, ya que mejora la alimentación de la familia; además permite la ocupación de la mujer y de los jóvenes reduciendo la migración a las ciudades y a otros centros de producción.

Por consiguiente se tiene la ubicación de los dos espacios para la actividad agroturística cumplen con las características planteadas en su concepción logrando con ello el involucramiento no sólo de los socios sino de igual forma por las familias y trabajadores de los espacios, logrando un desarrollo local que posteriormente puede ser territorial bajo las buenas prácticas que se desarrollan en torno de la actividad agroturística para lo cual el 77% de los turistas viaja en auto propio, lo que posibilita que puedan desplazarse para conocer las actividades dentro de Villa del Carbón.

Una vez plasmado lo anterior se tiene que las dimensiones geográfico – ambientales y socioeconómicas de Villa del Carbón, se destaca un aspecto donde existe la combinación de los tres sectores respecto a la producción, transformación y venta de los artículos locales, debido al nicho de mercado al que va dirigido, destacando la venta de productos locales como lo son: artículos de piel en sus diferentes presentaciones, mermeladas orgánicas, licores de diferentes

frutos cosechados en la comunidad, platillos típicos de la comunidad, escamoles, quesos, entre otros.

Actualmente la comunidad de Villa del Carbón se define por los productos elaborados por la gente local que han hecho uso de sus recursos tanto naturales como culturales de una manera sustentable, lo que ha llevado al reconocimiento de los mismos, aunado a ello la vocación turística en la cual se han incorporado las cadenas productivas en su mayoría tanto horizontalmente como verticalmente, consolidando la actividad del sector servicios desde un nuevo enfoque, en el cual la comunidad se siente parte del terruño, logrando con ello el desarrollo de productos y servicios turísticos.

Es por ello que la actividad turística ha permeado en el municipio donde en la actualidad existen 7 hoteles con 114 habitaciones en total, mostrando un crecimiento en los últimos 5 años, pasando de 2 a 15 hoteles, incluyendo 3 posadas familiares con 20 habitaciones en total, 18 cabañas en la Presa del Llano y la apertura de 9 cabañas más, 9 habitaciones que brindan hospedaje en la Presa de San Luis Taxhimay, así como 14 habitaciones en el Centro Recreativo La Angora y 15 habitaciones en el Centro Vacacional Hotel Campestre El Chinguirito, sumando una total de 207. Por lo que en la actualidad, se tiene la capacidad para hospedar a más de 1000 huéspedes en todo el Municipio.

Del mismo modo se tiene que en el centro histórico existen 9 restaurantes típicos con la capacidad de 50 comensales cada uno aproximadamente así como con 3 comedores familiares y 4 fondas, se encuentran registrados 40 en todo el Municipio incluyendo comedores familiares y fondas, que ofrecen servicio a la carta con comida típica del Municipio y Nacional, destacando la trucha, cortes finos de carne, mole rojo y verde, conejo, antojitos mexicanos, especialidades y la tradicional barbacoa de borrego entre otros; además de un sin número de establecimientos ambulantes.

Posteriormente a ello se identifico que 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, la ventaja 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 sería viable.

El 64% de los turistas viajan acompañado 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 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.

Del mismo modo se tiene que la mayoría de los visitantes ya reconocen a la cunicultura como una actividad relevante dentro del municipio, principalmente la relacionan con los criadores de conejo 19%, ya que previamente fungió como una actividad económica representativa del municipio al igual que la oferta de platillos gastronómicos en los restaurantes y los fines de semana en los puestos ambulantes posicionándose como identitaria 14% ya sea por las pieles de conejo 12%, como actividad turística 6% o bien por los platillos elaborados con la carne de los mamíferos 5%

Es por ello que finalmente se llegó a la elaboración de una propuesta agroturística consolidada donde se puede observar que existen las condiciones propicias para introducir la actividad turística debido a que los cunicultores tienen diferentes fuentes de ingresos que pueden ayudar al posicionamiento de la actividad; aunado a ello la iniciativa por incorporar ciertas adecuaciones al conocer los resultados

que arrojó el estudio de la demanda. Sin embargo aún no esta de forma concreta el estudio de inversión y recuperación, pero con la experiencia de algunos de ellos en negocios estarán manejándose con ganancias de ingresos externos, donde la familia seguirá siendo el eje productivo en los servicios turísticos.

VIII. Conclusión general

De acuerdo con los procedimientos y resultados obtenidos del trabajo campo, se llevo a las siguientes conclusiones:

La capacidad productiva y asociativa de la AC a pesar de las problemáticas que ha presentado, cuentan con un especie con un alto nivel de prolificidad así como con los espacios para la actividad turística entorno a la cunicultura aprovechando tanto sus recursos naturales como culturales donde se identificó el nivel de asociatividad representado en 25 años que ha permitido su consolidación.

La actividad agroturística en general cumple con las condiciones propicias para su desarrollo como es la ubicación en un área rural con entorno a una actividad pecuaria, rodeada de bellezas paisajísticas, inmersas en una actividad cultural que ha sido heredada e innovada para el cuidado de la especie así como el del entorno en cual es desarrollada

Lo anterior en cierta parte se puede inferir por las dimensiones geográfico – ambientales y socioeconómicas de Villa del Carbón, en donde destaca la combinación de los tres sectores respecto a la producción, transformación y venta de artículos locales, haciendo uso de sus recursos tanto naturales como culturales de una manera sustentable, lo que ha llevado al reconocimiento de los mismos, aunado a ello la vocación turística en la cual se han incorporado las cadenas productivas en su mayoría tanto horizontalmente como verticalmente, consolidando la actividad del sector servicios desde un nuevo enfoque, en el cual la comunidad se siente parte del terruño, logrando con ello el desarrollo de productos y servicios turísticos. Del mismo modo se tiene la infraestructura vial que conecta al municipio con comunidades aledañas así como con grandes urbes, posibilita la afluencia de mayores urbes.

Es por ello que finalmente se llegó a la elaboración de una propuesta agroturística consolidada donde se puede observar que existen las condiciones propicias para introducir la actividad turística debido a que los cunicultores tienen diferentes fuentes de ingresos que pueden ayudar al posicionamiento de la actividad; aunado a ello la iniciativa por incorporar ciertas adecuaciones al conocer los resultados que arrojó el estudio de la demanda. Sin embargo aún no está de forma concreta el estudio de inversión y recuperación, pero con la experiencia de algunos de ellos en negocios estarán manejándose con ganancias de ingresos externos, donde la familia seguirá siendo el eje productivo en los servicios turísticos.

IX. Referencias bibliográficas

Arzeno, M. y Troncoso, C.A., (2012) "Alimentos tradicionales andinos, turismo y lugar: definiendo la nueva geografía de la Quebrada de Humahuaca (Argentina)" en *Revista de Geografía Norte Grande*, núm. 52, septiembre, pp. 71-90.

Anaya, J., (2011) "Apuntes sobre la teoría del turismo", en Alejandro Palafox-Muñoz y Alejandro Alvarado-Herrera (Coord.). en *Ambientes del Turismo. Actores y escenarios*, pp. 17-33.

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 Riveros (2010). "El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial" en *Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe. Conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica*, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

Boucher, F. y Reyes, J.A., (2013). *Sistemas Agroalimentarios Localizados SIAL, una nueva visión de gestión territorial en América Latina*. México, IICA-CIRAD.

CEDRSSA., (2006). *Nueva Ruralidad Enfoques y propuestas para América Latina*. México. Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria.

Constabel, Oyarzun y Szmulewicz (2007:16) *Agroturismo en Chile: Caracterización y perspectivas*. Santiago de Chile. Universidad Austral de Chile

Coraggio, J.L. (2011). *Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital*. Abya Yala, Quito.

Crosby, A., (ed.). (2009) *Re-inventando el turismo rural: Gestión y Desarrollo*. Barcelona, LAERTES.

DATATUR., (2014). "*Datos estadísticos de turismo 2014*". [En línea]. México, disponible en:
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>.
[Accesado el 24 de marzo de 2015].

De Grammont, H., (2008). "La nueva ruralidad en América Latina". Edelmira Pérez y María Adelaida Farah y Hubert de Grammont (Comp.) *La nueva ruralidad en América Latina: avances teóricos y evidencias empíricas*, pp. 23-44. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana- CLACSO.

Eurico, S., Ribeiro, M., González, H.A., y González, C.E., (2008) "Evolución de la renta, empleo y sueldos en propiedades rurales que ofrecen agroturismo y turismo rural en la Mitad Sur de Rio Grande do Sul, Brasil 1997- 2006" en Zizumbo, L y Monterroso, N (Coord.), *En Turismo Rural y Desarrollo Sustentable*. Toluca, Universidad Autónoma del Estado de México.

Gómez, A., Rodríguez., y Acosta, Y. (2012) "El agroturismo como opción de diversificación económica en la comunidad de Yaracal, Estado Falcón en *Multiciencias*, vol. 12, , pp. 331-336

H. Ayuntamiento de Villa del Carbón. (2013). *Atlas de riesgos de Villa del Carbón*. Villa del Carbón. Estado de México.

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 2015].

Guzmán, C., (2013). "Truticultura y el excursionista en áreas rurales", en *El periplo sustentable*, núm. 24, pp. 99-123.

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.

IICA., (2014) "Guía para la formulación de planes de Desarrollo turístico en territorios rurales" en Fondo Concursable para la Cooperación Técnica, pp.17-82.

Kay, C., (2009) "Estudios rurales en América Latina en el periodo de globalización neoliberal: ¿Una nueva ruralidad?", en *Revista Mexicana de Sociología*, vol.71, núm. 4, pp. 607-645.

Khehla, I., (2010) "The socio-economic analysis of agritourism in two rural communities in the limpopo province" Tesis de Maestría. Universidad de Sudáfrica.

Leopoldo, E.A., (2012). "Relación ciudad-campo y turismo rural: Ensayos Teórico-Metodológicos" en *Estudios y perspectivas en turismo* [En línea] No. 21, Brasil, Universidad Estadual de Ceará, disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000100001 [Accesado el 20 de abril de 2015].

Morera, C., (2006) "Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica". *Ambientico*. No. 150, pp. 4-8.

Monterroso, N., y Zizumbo, L., (2009) “La reconfiguración neoliberal de los ámbitos rurales a partir del turismo: ¿Avance o retroceso?”, en *Convergencia*, núm. 50, pp. 133-164.

Noriero, L., Torres, G., Almanza, G, y Ramírez, M,. (2009) “Nueva Ruralidad: enfoques y sinergias. Emergencia de un modelo alternativo de desarrollo” en *Políticas públicas y economía* , octubre, pp. 77-102.

Palafox, A y Martínez M.G. (2015) “Turismo y nueva ruralidad: camino a la sustentabilidad social” en *Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, N.º 18, septiembre, pp. 137-158.

Pérez, C., Zizumbo, L., Romero, T., Cruz, G. y Madrigal, D., (2011) “El turismo como intervención e implicaciones para las comunidades rurales” en *Gestión Turística*, núm. 16, julio-diciembre, pp. 229-264.

Pérez, S. (2011) “El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural” en *Agronomía Colombiana*. vol. 28, núm. 3, noviembre, pp. 507-513.

Pulido, J.I., y Cárdenas, P., (2011) “El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo” en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 56, pp.155-176.

Riveros, H., (2014) *Valor agregado en los productos de origen agropecuario : Aspectos conceptuales y operativos*. San José, Costa Rica, IICA.

Sáez, A., (2008) “El turismo rural como factor de desarrollo local” en I. Pulido (Coord.) *El turismo rural* (pp. 51 - 73). Madrid, España, Síntesis.

SAGARPA (2003) *Alianza para el campo programa estratégico de investigación, transferencia y adopción de tecnología agroalimentaria: Programa estratégico para*

el desarrollo de la cunicultura en México: Producción, transformación y comercialización del conejo, Tlaxcala, México.

SAGARPA (2009) Secretaría de fomento agropecuario: Estudios sobre cunicultura en el Estado de Baja California. Baja California, México

Santucci, F (2013) Agritourism for Rural Development in Italy, Evolution, Situation and Perspectives en *British Journal of Economics, Management & Trade*. Vol 3, pp 186-200.

Sosa, M. y Salido, P., (2013) La conformación de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo turístico rural para el municipio de Ures, Sonora, México. En *Estudios Sociales*, núm.42, pp.151 – 174.

Samir Sayadi, Javier Calatrava Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del Sureste español Cuadernos de Turismo, núm. 7, enero-junio, 2001, pp. 131-157, Universidad de Murcia España

Szmulewicz, E. y Gutiérrez, P., (2012) “Asociatividad y agroturismo. Evaluación de las habilidades asociativas en redes de Agroturismo del sur de Chile” en *Estudios y Perspectivas en Turismo*. vol. 21, núm. 4, julio-agosto, pp. 1013-1034.

Thomé, H., (2008) “Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía” en *Convergencia*. vol. 15, núm. 47, mayo-agosto, pp. 237-261.

Vera, J,R. y Ganga, F. (2007) “Los clusters industriales: Precision conceptual y Desarrollo Teórico” en *Cuad. Adm. Bogotá*, vol. 20, núm. 33, enero-junio, pp. 303-322.

Vessuri, H., (2004) "La Hibridización del Conocimiento. La Tecnociencia y los Conocimientos Locales a la Búsqueda del Desarrollo Sustentable" en *Revista de Ciencias Sociales*, vol. 11, núm. 35, mayo-agosto, pp. 171-191.

Wamsley, D.J., (2003) "Rural tourism: a case of lifestyle-led opportunities" en *Australian Geographer*, vol. 34. núm.1, pp. 61- 72.

Zizumbo, L., (ed.) (2010). *Contra la domesticación del turismo: Los laberintos del turismo rural.* México, Porrú

X. ANEXOS

Análisis previo del territorio de Villa del Carbón, México (turistas)

Como parte de mi trabajo terminal de grado en el Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales (ICAR) de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) se está realizando una investigación que tiene por objetivo Identificar la viabilidad de un proyecto agroturístico con los cunicultores en Villa del Carbón. La información brindada en este cuestionario es de carácter confidencial, sólo será utilizada para los propósitos del estudio. Agradezco su colaboración

Instrucciones: Lea cuidadosamente y seleccione la respuesta de las preguntas que a continuación se le presentan

Lugar de procedencia _____ Fecha: _____

Género: Masculino Femenino

Edad: 16-25 26-35 36-45 46-55 56-65 Más de 65

Ocupación: _____

Grado de estudios: básicos medio superior superior posgrado

1.Cuál es su principal motivo de viaje? Máximo marcar 3

1	Visitar familia o amigos	5	Gastronomía local	9	Observar las tradiciones
2	Descanso	6	Hacer deporte (incluida deporte de aventura)	10	Otro
3	Disfrutar paisaje y naturaleza	7	Salida con amigos		
4	Observar flora y fauna	8	Espectador de en un evento cultural		

2. ¿Es la primera vez que visita Villa del Carbón?

Sí No

3. ¿Cuántas veces ha visitado Villa del Carbón?

1-2 veces 3-5 veces Más de 5 veces

4. ¿Cuánto tiempo se queda en el territorio?

1 día sin pernoctar 2-3 días 4-7 días Más de 7 días

5. ¿Generalmente viaja solo o acompañado?

Sí indica acompañado ¿**Con quién(es) ha venido?**

Amigos	<input type="checkbox"/>	Familia (padres)	<input type="checkbox"/>
Pareja	<input type="checkbox"/>	Guiado	<input type="checkbox"/>
Familia (pareja y niños)	<input type="checkbox"/>	Otros especificar	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuál es su ingreso diario?

- 1 De 1 a 3 salarios mínimos
- 2 De 4 a 7 salarios mínimos
- 3 De 8 a 11 salarios mínimos

7 ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para llegar a Villa del Carbón?

Auto propio	<input type="checkbox"/>
Auto de algún familiar	<input type="checkbox"/>
Transporte público	<input type="checkbox"/>
Transporte prestado	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

II Parte enfocada al agroturismo basado en la cunicultura

8. ¿Identifica a la cunicultura como una actividad relevante realizada en Villa del Carbón?_____ ¿Por qué? (Argumente su respuesta)

9 ¿Qué tan interesante es para usted conocer las siguientes actividades? Marque con una “X” su respuesta.

Actividad:	Nada interesante	Poco interesante	Indiferente	Algo interesante	Muy interesante
Crianza del conejo: Alimentación y cuidados para su crecimiento y comercialización					
Procesos de producción de carne de conejo para la elaboración de platillos gastronómicos					
Proceso del encurtido de la piel y elaboración de artículos a partir de piel					

10. ¿Usted alguna vez ha visitado a los productores de conejos o el taller artesanal de Villa del Carbón? Marque con una X su respuesta

Si No

11. ¿Le gustaría a usted visitar las granjas cuniculturas para conocer y participar en sus actividades? Marque con una X su respuesta

Si No

11 ¿Cuál de las siguientes actividades de gustaría practicar o ver? Marque su respuesta con una “X”

Actividad

Crianza del conejo	Sí	No
Alimentar a los conejos		
Aprender sobre su alimentación y cuidados de salud		
Convivir con conejos como actividad de recreación		
Comprar un conejo para crianza en el hogar		
Obtención de carne y usos	Sí	No
Aprender sobre métodos de conservación de la carne de conejo fresca para su consumo		
Conocer sobre los usos de la carne de conejo en la elaboración de platillos gastronómicos		
Compra de carne de conejo para su consumo		
Obtención de piel y usos	Sí	No
Proceso de encurtido de la piel		
Taller de fabricación de artículos de piel de conejo (guantes, llaveros, ropa, entre otros)		
Comprar productos hechos de piel de conejo para uso propio o regalo		

13. De las actividades anteriores ¿Dónde le gustaría encontrarlas? Marque sólo una

Granja cunicultora o finca de origen, es decir, el lugar de trabajo de los productores

Granja interactiva o espacio condicionado para el visitante

Por su atención, Gracias