

## **Potencial del turismo rural para diversificar comunidades productoras de plantas ornamentales en el Sur del Estado de México**

*Justino Gerardo González Díaz  
Martha Gomora Serrano  
Rómulo García Velasco<sup>1</sup>*

### **Introducción**

#### **Turismo rural**

El turismo es un fenómeno social, que surge como consecuencia del desarrollo de la humanidad, se origina con la industrialización y surgimiento de aglomeraciones urbanas. Su evolución se ha favorecido por el desarrollo de comunicaciones, aumento en el nivel de vida, disponibilidad del tiempo libre y conquista de vacaciones pagadas (Acerenza, 2006). El turismo aparece como actividad después de la segunda guerra mundial, a partir de ese momento las actividades turísticas son una fuente importante de ingresos para diversos países (Acerenza, 2006; McIntosh et al, 2003).

A inicios del siglo XXI el turismo es considerado entre las actividades económicas más importantes. Dentro del sector económico se ha constituido como una actividad alterna en países en desarrollo para aumentar la inversión extranjera y reserva de divisas. Muchos países, entre ellos México, han reconocido en las últimas décadas los beneficios que el turismo puede aportar al crecimiento económico y desarrollo. En México, actualmente representa la segunda fuente de ingreso de divisas y según datos de la Cuenta Satélite de Turismo, la actividad ha significado en los últimos años una oportunidad de crecimiento económico y contribución en la mejora de la calidad y nivel de vida de sus habitantes (Osorio y Castillo, 2006; McIntosh, 2003).

---

<sup>1</sup> Centro Universitario Tenancingo. UAEMex, jggd@uaemex.mx  
Centro Universitario Tenancingo. UAEMex, martha\_gomora@yahoo.com.mx  
Centro Universitario Tenancingo. UAEMex, romo@colpos.mx

México reconoce en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 que el turismo es una prioridad nacional, por su elevada productividad, empleo bien remunerado y poderse establecer en regiones de bajo desarrollo económico; desde el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 se considera la necesidad de respetar a los entornos culturales, naturales y sociales. (PRM, 2007; PRM, 2001).

A pesar de que el turismo tiene efecto en la reactivación de algunas economías, presenta dificultades para mantener un desarrollo a largo plazo. Una de las tendencias actuales del turismo ha sido su diversificación en busca de mercados cada vez más específicos y diferenciados, resultado de esto encontramos variantes como: Turismo sostenible, ecoturismo, de aventura, alternativo, rural entre otros (Cabrini, 2002; Millán, 2002; Sayadi, 2001).

El turismo rural integra actividades relacionadas con el campo, activa áreas deprimidas económicamente, fomentando actividades culturales, deportivas y de ocio. El turismo rural contribuyen a la creación de empleos, sin ejercer necesariamente actividades agrarias (Cánoves et al, 2005).

## **Origen**

El turismo rural tiene su origen en Europa, lugar donde existía una gran población asentada en comunidades dedicadas a realizar actividades ligadas al campo. En los años cincuenta en Inglaterra, el turismo rural aparece como consecuencia del deseo de la población por realizar actividades en el medio rural, escapando de la monotonía y tensión en las grandes ciudades. En 1971, Francia elabora su primer Plan de Turismo Verde, en esa época se empieza a hablar de turismo en espacio rural, denominación que tuvo aceptación. En España el turismo rural tiene sus comienzos en 1988, específicamente en la comunidad de Navarra donde aparece como una actividad que favoreció a los productores agrarios que se encontraban en crisis (Acerenza, 2006; Fourneau, 1998).

El turismo rural en España comienza como un complemento a los ingresos económicos de la agricultura. La crisis del sector agrícola Español demanda la creación de empleos y es ahí

donde el turismo rural se convierte en una alternativa frenando la crisis (Cánoves et al, 2005; Rico; 2005). La crisis económica que presentó Argentina, fue el comienzo del turismo rural en este país, motivando la apertura de los hogares rurales al turista, como una forma de generar ingresos fuera de la actividad agrícola (Barrera, 2002).

El turismo rural en México inició a mediados de los setenta con la construcción de hoteles ejidales, como “Bucerías” en el estado de Nayarit. Se generaron fideicomisos para integrar tierras ejidales y comunales al turismo, donde los ejidatarios tenían un papel importante en la toma de decisiones. Actualmente la propuesta del programa “Haciendas de México” proporciona un enlace con los procesos agrícolas que desarrollan las comunidades rurales, vinculando turista o visitante con el modo de vida de la localidad. En 2004, en el estado de Chipas, el turismo rural comienza como un programa dirigido a productores de café para obtener ingresos complementarios (Juárez y Ramírez, 2007; PRM<sup>b</sup>, 2007; Acerenza, 2006).

### **Características del turismo rural**

El turismo rural se lleva acabo al interior de cualquier comunidad, no necesariamente una unidad agropecuaria. Las características distintivas de esta modalidad de turismo son: participación activa de la población rural, respeto por el medio ambiente, revalorización de costumbres y tradiciones del medio rural, ausencia de conglomerados, infraestructuras rustica, comercialización directa de productos agropecuarios y artesanales. (Macías, 2006; Barrera, 2002; Posada, 1999).

En general el turismo rural agrupa actividades realizadas en el medio rural, donde los habitantes están dispuestos a compartir su cultura y forma de vida. El turismo rural es una oportunidad de desarrollo para comunidades que se ubican fuera de áreas urbanas, que cuentan con atractivos que motivan el desplazamiento de turistas y visitantes (Macías, 2006; Barrera, 2002).

Las aportaciones del turismo rural a economías regionales son: diversificación de ingresos, creación de empleos, fomento de arraigo rural, nuevas formas de trabajo, brinda protagonismo a mujeres y jóvenes, revaloriza el patrimonio cultural y ambiental, mejora la

producción comercial primaria y aporta un valor agregado a la actividad agropecuaria (Besterio, 2006; Macías, 2006; Rico, 2005).

El turismo rural supone un importante complemento de las explotaciones en el medio rural e incluso en algunas zonas se convierte en la actividad principal sustentadora de la economía local. Entre sus importantes efectos cabe destacar: repercusiones económicas, sensibilización por la conservación y protección del medio ambiente y mejora en el nivel de vida. Contribuye a frenar la migración de zonas rurales y redistribuye los beneficios que genera el mercado turístico (Cánoves et. al, 2005; Fernández y Puig, 2003).

Actualmente la demanda del turista esta dirigida a la tranquilidad, contacto con la naturaleza, cultura y no masificación. Se enfatizan los temas medioambientales, exigencia de calidad, viajes independientes. Todos estos aspectos pueden ser incluidos en productos turísticos rurales. (Macías, 2006; García, 2005).

El turismo rural se dirige a segmentos determinados de mercado, que tienen concienciados ambientalmente, capacidad adquisitiva y encuentran atractivo el ámbito rural. Los turistas en zonas rurales se caracterizan por un nivel cultural medio-alto, ser profesionistas independientes, edades comprendidas entre 25 y 45 años y de procedencia generalmente urbana (Millán, 2002).

Los productos de turismo rural necesitan un buen estado de conservación de los recursos naturales, alojamientos integrados con el entorno, comercios de artesanías y productos locales diferenciados, servicios de actividades complementarias y la posibilidad de comunicación con lo habitantes. El turismo rural representa la alternativa a la cotidianidad del entorno urbano (García y Calle, 2006; García, 2005; Bardini, 2003; Millán, 2002;).

### **Región Florícola del Sur del Estado de México**

Actualmente la floricultura se ha posicionado a nivel mundial como un negocio de alta rentabilidad. México basa su potencial florícola en las ventajas climáticas con las que cuenta

y la cercanía con los Estados Unidos quien a nivel mundial es considerado como el segundo consumidor de flor de corte (Vargas, 2006; Orozco y Mendoza, 2003).

En México se producen alrededor de 50 tipos diferentes de flores, entre los cuales rosas, gladiolas, claveles y crisantemos representan el 56% de la superficie cultivada y el 89% de la producción de ornamentales en el país. En el Estado de México se dedican 5,864 hectáreas para el cultivo de ornamentales, de las cuales 5,161 hectáreas son cultivos a cielo abierto o en túneles y 703 hectáreas son bajo invernadero; el Estado se distingue como uno de los principales productores de flor de corte del país, con el 80% de la producción nacional (Vargas, 2006; Orozco y Mendoza, 2003).

Los principales municipios productores de flor de corte en el estado son: Villa Guerrero y Tenancingo, seguido de Zumpahuacán, Malinalco, Coatepec de Harinas e Ixtapan de la Sal. El municipio de Villa Guerrero ocupa el primer lugar en producción de flor de corte en el país (Vargas, 2006; Orozco y Mendoza, 2003).

En el transcurso del tiempo la región florícola del Estado de México se ha caracterizado porque sus actividades productivas se han vinculado tradicionalmente al cultivo de la tierra. En la época de las grandes haciendas, se destacaban los cultivos de trigo y en menor medida, arroz y caña de azúcar. Posteriormente la producción de aguacate y durazno fueron las principales actividades generadoras de recursos económicos para la región (Vargas, 2006; Vázquez y Norman, 1996).

En Villa Guerrero la producción de flor comienza en los años sesenta por parte de familias japonesas Matsumoto y Kano Tachica que buscaban climas favorables para la producción de productos ornamentales. El ave de paraíso, crisantemo y pompón fueron las primeras flores que se introdujeron al municipio, la población local se interesó en esta actividad por lo que en poco tiempo se convirtió en la base de la economía del municipio y tiempo después de la región (Lara, 1999; Vázquez y Norman, 1996).

La construcción de la autopista Ixtapan de la Sal – Toluca facilitó el transporte de la flor, lo que permitió la expansión de la producción ornamental, que aunado a la mano de obra local

y experiencia de productores convirtieron a la floricultura como la principal actividad productiva de la región (Vargas, 2006; Lara, 1999).

Para 1990 las empresas florícolas se ven sometidas a diversas presiones en el ámbito internacional; para mantenerse en el mercado tuvieron que transformar la estructura de las empresas, diversificar la producción, orientarse a nuevos mercados y flexibilizar la organización del trabajo. Los floricultores basaron su competitividad en bajos salarios, disminución de mano de obra y un incremento de la producción; dejando de lado la inversión en tecnología. Lo anterior trajo como consecuencia una deficiencia en los estándares de calidad de exportación, aparición de pequeños productores con aun un menor uso de tecnología, saturación de mercado local con la consecuente baja de precios de los productos ornamentales (Vargas, 2006; Orozco y Mendoza, 2003).

En la región florícola del Sur del estado de México a través de la floricultura se ha generado una serie de efectos multiplicadores en otros sectores de la economía, además de la propagación de negocios y actividades industriales que están relacionadas con esta actividad (Vargas, 2006). El éxito económico de la producción es el resultado del control de los factores naturales, disponibilidad de mano de obra barata o sin costo, calidad del producto, época del año en que se oferta y de precios altos del producto (Orozco y Mendoza, 2003).

La producción que se destina para exportación se canaliza a estados Unidos, Canadá y algunos países europeos, mientras la producción destinada para el consumo nacional se hace en tres puntos principales del país: mercado de la flor en Tenancingo, Estado de México; Central de Abastos de la Ciudad de México y en diferentes mercados locales (Vargas, 2006; Orozco y Mendoza, 2003).

La restricción en inversión destinada a la adquisición de tecnología, así como rotación y ausentismo de personal han disminuido la calidad de la producción de flor. La baja en la calidad además de disminuir la demanda, ha generado un desplazamiento de la producción local por producción extranjera a costos menores, que asociado al incremento en el número de productores generan una baja en los precios del mercado interno y pérdida de rentabilidad de la actividad en la región (Vargas, 2006; Lara, 1999).

## **Crisis de la floricultura**

La floricultura al igual que otras agroindustrias vinculadas a mercados internacionales; requiere innovar, diversificar sus productos e incrementar la capacitación de su personal, para mantener la competitividad. La región florícola del sur del Estado de México paulatinamente a perdido competitividad sin que existan indicios de estrategias para enfrentar la competencia en mercados internacionales (González et al, 2008; Ramírez, 2008; Tomasi y Espindola, 2004).

La crisis que hoy en día esta afectando a la región repercute en los medianos y pequeños productores. Uno de los factores más notables es la ineficiencia del transporte del producto, los pequeños y medianos productores se trasladan en camiones y camionetas, sin refrigeración, lo cual reduce la duración post-corte de la flor que ha traído como consecuencia la venta de productos ornamentales a un costo menor, lo que en algunos casos representa perdidas económicas para los productores (Vargas, 2006).

El predominio del sistema de cultivo a la intemperie y escaso desarrollo de tecnología son factores que afectan la competitividad internacional de la flor de la región. La rotación y el ausentismo del personal son algunos de las problemáticas de los empresarios, que no les permite contar con personal calificado y comprometido con la empresa florícola (Orozco y Mendoza, 2003; Lara, 1999).

La crisis que llevo a la quiebra a algunas empresas productoras de flores fue la exigencia de nuevas y mayores responsabilidades de los trabajadores, menos tiempo de descanso como resultado de la necesidad de disminuir el uso de mano de obra, quizá este han sido el impacto más sobresalientes dentro de la estructuración de las empresas (Orozco y Mendoza, 2003; Lara, 1999).

Como respuesta a la crisis que enfrenta la floricultura los grandes productores florícolas de la región, han tramitado apoyos ante instancias federales, han implementado la restricción de inversiones en tecnología y elevación de la productividad mediante la reorganización del trabajo. En el caso de los pequeños productores buscan la captación de un mayor mercado

cubriendo los requisitos de calidad demandados, para lo cual consiguen créditos y asesorías basadas en innovación y competitividad (Vargas, 2006; Orozco y Mendoza, 2003; Lara, 1999).

El uso indiscriminado y la poca información de agroquímicos utilizados por los floricultores de la región, ha representado un problema que hoy en día es evidente, lo cual a traído consigo un brote de contaminación que pone en riesgo la producción ornamental y en algunos casos problemas serios de salud entre los habitantes. Por parte de las autoridades municipales y estatales no hay un control de este problema, que es un factor de riesgo para el desarrollo de la actividad florícola y las relaciones sociales, económicas y políticas de la región. (Ramírez, 2008; Orozco y Mendoza, 2003).

### **Turismo rural como alternativa para la región florícola del sur del Estado de México**

La necesidad de buscar alternativas de diversificación para los productores de flores del sur del Estado de México, puede ser cubierta por la incorporación del turismo rural como actividad complementaria. Uno de los objetivos del turismo rural es diversificar las actividades en zonas rurales siendo al mismo tiempo un instrumento clave para la reactivación de economías regionales que se encuentran en declive (Besteiro, 2006; García y Calle, 2006; Rico, 2005; Bardini, 2003; Sayadi, 2001).

En el mundo existen diferentes experiencias de lo anterior. En España al integrar el turismo con la actividad agropecuaria han logrado contrarrestar crisis económicas y el declive de las actividades rurales (Millán 2002). En Michigan al implementar el turismo rural se ha contrarrestado la crisis económica de los pequeños productores, al mismo tiempo se ha evitado la emigración hacia las zonas urbanas y han disminuido los costos de la comercialización al acercar al consumidor (Veeck, et al, 2006).

El turismo rural en Galicia ha respondido a las políticas de diversificación de la oferta turística, siendo utilizado como elemento dinamizador de la economía afectada por las medidas de reconversión agraria. El presupuesto económico familiar se ha incrementado con



el crecimiento de la demanda de los turistas y viajeros interesados en el turismo rural gallego (Besteiro, 2006).

El turismo rural en Castilla y León es una alternativa de diversificación del tejido productivo del ámbito rural de la región. El apoyo obtenido por parte de la Unión Europea, la Administración Central y la Administración Regional ha contribuido para la diversificación de actividades turísticas en la zona rural reactivando la economía de la región. La Sierra de Cueca implemento el turismo rural en el sector agropecuario con los que se ha logrado apuntalar el desarrollo y rehabilitación de la comarca (Rico, 2005; Aparicio, 2004).

El turismo en espacios alternativos a los que proporcionan las grandes ciudades es un segmento de auge, los que demandan este tipo de productos turísticos requieren un tipo de actividades distintos al tradicional, tanto de oferta básica como complementaria. Los espacios rurales en México son considerados como una oportunidad de desarrollo turístico por, el incremento en el interés de la demanda por productos situado en un entorno rural-natural.

La crisis que presenta la región florícola del Estado de México requiere de investigaciones que incluyan estrategias de diversificación para hacer frente a este conflicto, en este sentido el presente trabajo buscar conocer las empresas florícolas para conformar un producto de turismo rural que complemente la actividad de la región.

### **Objetivo general**

Evaluar a las comunidades productoras de ornamentales como producto de turismo rural

### **Objetivos específicos**

Conocer las comunidades productoras de ornamentales de la región sur del Estado de México.

Identificar los atractivos bajo criterios de turismo rural de las comunidades productoras de ornamentales.

Evaluar la demanda entre turistas y visitantes de Tenancingo de las comunidades productoras de ornamentales como producto de turismo rural.

## **Metodología**

El trabajo se realizó en tres etapas: Reconocimiento del área de estudio; Determinación de actividades de turismo rural en comunidades productoras de ornamentales; Evaluación de la demanda de comunidades productoras de ornamentales como producto turístico.

Para el reconocimiento del área de estudio, se realizaron recorridos por intención (Pimenta, 2000) en comunidades de los municipios de Tenancingo y Villa Guerrero en el Estado de México. El objetivo de los recorridos fue identificar las características de la zona en general y en específico de las comunidades productoras de ornamentales.

En esta etapa se registró la información recopilada en una cédula de observación que contenía: Nombre del lugar visitado, tipo de cultivo, infraestructura, servicios de energía eléctrica, agua potable, vías de acceso y aspectos generales de la comunidad. Al final de esta etapa se obtuvo una lista de comunidades susceptibles de evaluar en la segunda etapa.

En la segunda etapa, se seleccionaron tres comunidades productoras de ornamentales del municipio de Villa Guerrero, como representativas de oferta de turismo rural. No se trabajó con comunidades del municipio de Tenancingo por considerar que tenían características de crecimiento urbano, lo que se recomienda evitar en turismo rural (Acerenza, 2006; Zamorano, 2002).

Las comunidades seleccionadas fueron Buenavista, San Lucas y San José. En estas se aplicaron las matrices de Integración, interpretación estética y funcionalidad, sugeridas por Zamorano (2002) para caracterizar atractivos de turismo rural. Con la matriz de integración se posibilita la visión global del potencial del producto, se recopila información sobre los atractivos y actividades de las comunidades susceptibles de aprovecharse. Este potencial se basa en actividades que pueden ser de animación turística, ecoturismo, etnoturismo y

turismo de aventura. Con la matriz de interpretación estética se analizaron detalles de diseño y oportunidades interpretativas de los atractivos que pueden causar impacto en el visitante. Finalmente la matriz de funcionalidad. Integró aspectos de traslado y estructura del camino como elementos que se consideran en el recorrido que se realiza en una zona. Al término de esta etapa se elaboró un tríptico promocional con la información obtenida mediante las matrices mencionadas.

En la tercera etapa para conocer la demanda por comunidades productoras de ornamentales como producto turístico, se elaboró un cuestionario dirigido a turistas y visitantes que contenía preguntas sobre residencia, tiempo de permanencia, interés y precio dispuesto a pagar por el producto; así como también las razones de sus respuestas de pago o no.

La aplicación de los cuestionarios se llevó a cabo en los lugares que se consideran como principales atractivos turísticos del municipio de Tenancingo, Estado de México, por considerarse centro económico y lugar de escala para paseantes en la zona, es decir, punto estratégico de estadía para posteriormente desplazarse a otro lugar (Acerenza, 2006) al mismo tiempo que se encuentra a menos de 20 Km. de las comunidades consideradas en la etapa anterior. Los lugares fueron: Parque Nacional del Desierto del Carmen o Nixcongo, Basílica de San Clemente, Monumento de Cristo Rey, Explanada del Jardín Municipal y Mercado de la Flor.

Los cuestionarios se aplicaron durante tres días en cada uno de los lugares mencionados. Se designaron dos horarios de aplicación: 09:00 a 14:00 y 14:00 a 19:00, en cada horario se manejó una cuota de 9 cuestionarios por lugar de aplicación; cuando se cumplía la cuota, no se aplicaban más cuestionarios aún cuando no se hubiera terminado el horario previsto. En aquellos casos en que no se completaba la cuota, los cuestionarios faltantes se aplicaban en las calles céntricas de la Ciudad de Tenancingo.

El tamaño de muestra se calculó a partir de un error de estimación del 6% según el muestreo irrestricto aleatorio para estimación de proporciones, cuando la varianza de la población es desconocida (Sheaffer et al, 1987). Considerando que según datos proporcionados por la Dirección de Turismo del H. Ayuntamiento de Tenancingo, durante 2006 asistieron al

municipio un total de 23800 visitantes o turistas. El tamaño de muestra calculado fue de 275; previendo posibles errores en la aplicación de cuestionarios se proyectó la aplicación de un total de 324 cuestionarios.

La información recabada en los cuestionarios fue organizada en una base de datos, donde las preguntas abiertas fueron codificadas en base a su frecuencia y similitud de conceptos o consideraciones. Los datos fueron analizados siguiendo el procedimiento de estimación del muestreo completamente aleatorizado (Sheaffer et al, 1987). Las variables nominales fueron binomializadas (González, 2005) para poder aplicar el método de estimación.

## **Análisis y desarrollo**

### **Características de la zona de estudio**

Se recorrieron comunidades de los municipios de Villa Guerrero y Tenancingo, buscando que las condiciones de accesibilidad, paisajes para observación de flora y fauna, cercanía a la cabecera municipal y características rurales fueran adecuadas para el turismo rural. El estudio se centro en cuatro comunidades del municipio de Villa Guerrero: Buenavista, San Lucas y San José, del municipio de Tenancingo la comunidad de Santa Ana. A las comunidades de Villa Guerrero se llega en un tiempo aproximado de 30 minutos y a las de Tenancingo en 10 minutos a partir del centro de la ciudad de Tenancingo y considerando transporte público.

Las explotaciones florícolas de las comunidades tiene características susceptibles de aprovecharse para turismo rural, de acuerdo a las áreas en las que se encuentran divididas, estas áreas son producción, empaquetado y refrigeración. La primer área visitada en cada una de las explotaciones fue la de producción que concentra las tierras de cultivo donde la mayor parte del año se siembra algún tipo de ornamental. Las plantas ornamentales encontradas fueron: rosa, gerbera, polar, eleonora, aster, solidago, lili, lether, helecho, cola de zorro, crisantemo y clavel.

El área de empaquetado se caracteriza por tener dimensiones según el tamaño de la explotación, en ella es necesario el uso de tinajas de almacenamiento y mesas donde se separan las plantas según color y grosor para realizar el embalaje y enviar el producto al área de refrigeración.

En el área de refrigeración la temperatura es regulada por aire acondicionado, y se utiliza para hidratar y bajar la temperatura que el ornamental trae de campo y así evitar la descomposición del producto que posteriormente será trasladado al lugar de venta.

El uso de tecnología e infraestructura dependen del tamaño de la explotación, es decir, de las hectáreas sembradas. Los pequeños productores operan menos de una hectárea y en cultivos que requieren luz, utilizan cables de instalación rústica que cubren sus siembras o plantaciones; el riego es rodado. Se utilizan dos trabajadores para obtener la producción. Los productores medianos tienen de una a dos hectáreas y es común el uso de agua potable para riego, área de empaquetado, transformadores de luz y laboran 5 trabajadores para sacar la producción. En el caso de las agroindustrias tienen más de dos hectáreas, se utiliza riego por aspersión, instalación de luz fija, estacionamiento, agua potable, teléfono en oficina, cámaras de refrigeración, transformadores de luz y ocupan un total de ocho trabajadores para la producción.

La comercialización de la producción, también depende del tipo de productor. Los pequeños productores debido a la falta de tecnología, no pueden mantener su producto en óptimas condiciones durante el periodo de vida del producto, resultando más rentable la comercialización del producto en el mercado de la flor de Tenancingo. Los productores medianos ofertan su producto en la central de abastos de la ciudad de México y por lo regular pertenecen a asociaciones de floricultores, las cuales facilitan la comercialización en el Distrito federal y en menor frecuencia en Guadalajara, Jalisco y Estados Unidos.

### **Actividades turísticas en comunidades productoras de ornamentales**

La aplicación de matrices según la metodología de Zamorano (2002) se realizó en las comunidades de Buenavista, San Lucas y San José. La comunidad de Santa Ana en el

municipio de Tenancingo se descartó debido a su alta urbanización en comparación con las comunidades del municipio de Villa Guerrero. Para la visita se realizó recorrido, cuyo objetivo fue la integración de servicios o atractivos que el turista pueda ver, evitando la pérdida del interés. Dentro de cada comunidad los ornamentales se encuentran sembrados en diferentes tierras de cultivo pero en forma lineal.

Las comunidades pueden recorrerse en un tiempo de 30 minutos teniendo como principal característica que el traslado se puede realizar a pie o a caballo, porque los espacios son angostos y los caminos no se encuentran pavimentados, tienen superficies de tierra arcillosa. Dentro de las comunidades las áreas de cultivo se encuentran en gradientes entre planos y pendiente ligera. Los senderos entre los que se caminan en la comunidad de Buenavista y San Lucas son abiertos y claros, es posible la observación de paisajes. Para la comunidad de San José los espacios son cerrados o mixtos, es decir los caminos están cerrados de un solo lado o de ambos por vegetación.

Durante el recorrido se percibió comodidad y seguridad, debido a que los pobladores son amables y es frecuente encontrarlos, lo que impide la sensación de soledad en los caminos; además no se encontraron obstáculos ostensibles que dificulten o incomoden el recorrido. En las comunidades se encuentran oportunidades interpretativas formales e informales. Entre las formales están la flora y fauna, tradiciones, vida rural, sistema productivo tradicional, historia del lugar y arquitectura, las cuales es posible combinar con elementos informales como leyendas y tradiciones, gastronomía, interacción con la población e historia florícola.

Las explotaciones en las comunidades se encuentran cubiertas por estructuras que evitan el paso fluido o libre, como atractivos escénicos se encuentran a un nivel alto en la comunidad de Buenavista permitiendo su observación en general. Para las comunidades de San José y San Lucas el nivel de observación es bajo dando una visualización del atractivo de forma interna. En la comunidad de San José se encuentran paredes rocosas que impiden la observación más allá de las explotaciones dejando un sentir de encierro durante el recorrido; para la comunidad de Buenavista y San Lucas el grado de confinamiento es bajo permitiendo durante el recorrido sentido de amplitud.

Las actividades que deben implementarse están condicionadas por la baja urbanización e industrialización en la zona y altos índices de naturaleza. Es posible implementación de actividades ecoturísticas como caminata, observación panorámica y paseos a caballo a través de los senderos que conducen de los caseríos a los terrenos de cultivo o entre las áreas de producción. Las actividades de animación que pueden ser implementadas son: juegos organizados, corte y empaquetado de ornamentales y posibles visitas a casas. Estas actividades pueden presentarse en su conjunto como rally, senderismo y floricultura. Pueden realizarse en los espacios abiertos y de descanso de los trabajadores tanto en comunidades como en explotaciones.

En las actividades de etnoturismo se pueden integrar unidades visuales como: conocer el cultivo de ornamentales de rosa, gerbera, solidago y aster a cielo abierto o en invernaderos; manteniendo interacción con las familias de las comunidades. En la comunidad de San José es posible encontrar cruces y un cementerio sobre la trayectoria para llegar a las explotaciones. Estas unidades visuales en su conjunto pueden presentarse como comunidad rural, tradiciones y sistema productivo. De las actividades de aventura solo el ciclismo se considera viable, debido a que no se observaron unidades visuales como ríos cercanos que permitan el kayak o pendientes para la práctica del rappel entre otras actividades.

### **Comunidades productoras de ornamentales como producto de turismo rural**

Con los resultados de las matrices se elaboró un tríptico (Figura 1) para presentar como producto de consumo de turismo rural las comunidades productoras de ornamentales; donde se concentro la información de todas las comunidades visitadas. En el Tríptico se enfatiza la producción de ornamentales como principal actividad económica en las comunidades, mostrando fotografías de los productos y caminos principales. Las fotografías fueron acompañadas por frases que resaltaban la interacción con la gente y naturaleza, conocimiento del proceso de producción y apreciación de paisajes florícolas.

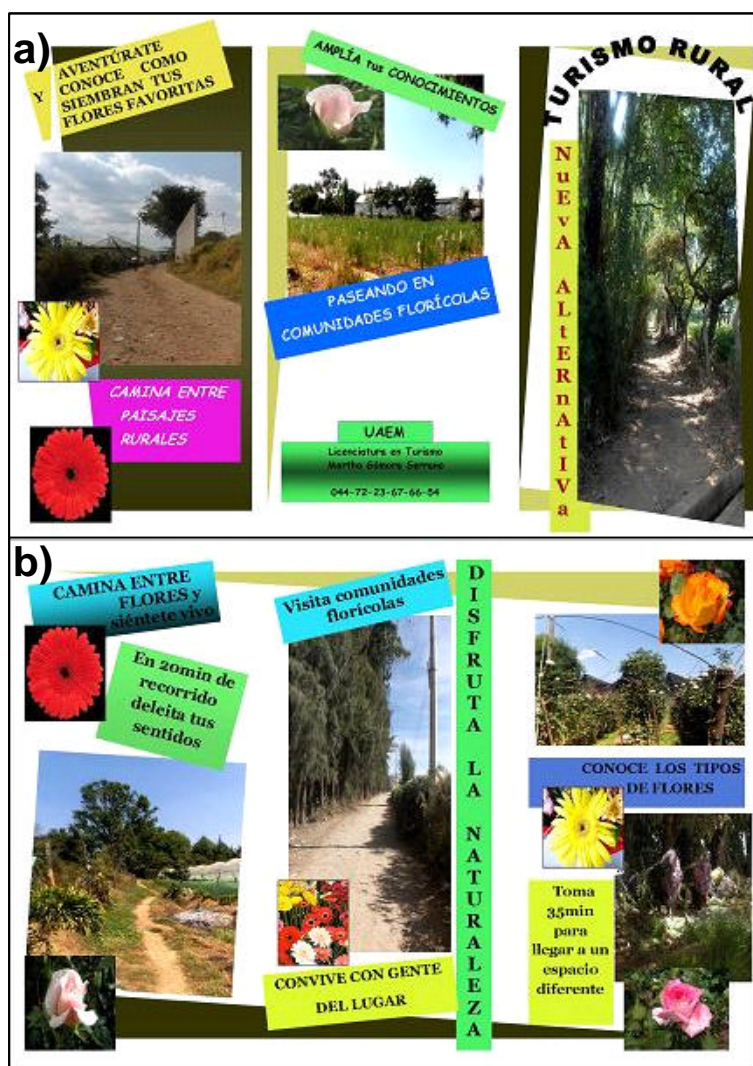


Figura 1. Tríptico donde se presentan sitios de la región florícola Sur del Estado de México como producto susceptible de turismo rural. a) Anverso b) Reverso.

Algunos países han implementado el turismo rural como estrategia de diversificación inicial en comunidades, sin necesidad de infraestructura, estructura o actividades complementarias, (Besteiro, 2006; Armesto y Gómez, 2004) bajo esta lógica en el tríptico se presentó como atractivo principal los caminos de las comunidades, pues como se describió en párrafos anteriores al caminarlos se tienen vistas de impacto estético claramente diferenciadas de los ámbitos urbanos; se considero que las áreas de cultivo podían ser atractivos complementarios donde la interacción con la gente se podía establecer a partir del



conocimiento de la floricultura y la diversidad de flores; estas últimas actividades se seleccionaron pues son parte de la cotidianidad de los productores.

### **Aceptación del Turismo Rural entre Turistas y Visitantes en Tenancingo, Estado de México.**

Se encontró que los turistas y visitantes procedían de 53 poblaciones fuera de la ciudad de Tenancingo, más del 40 % de proceden de ciudades cercanas, a no más de 200 km (Cuadro 1). Lo que implica que de querer implementar turismo rural pudiera existir un mercado cautivo en ciudades cercanas. En experiencia de turismo rural, se menciona que en etapas iniciales los consumidores proceden de ciudades cercanas a la ciudad principal; Barrera (2002), sugiere implantar turismo rural en municipios a no más de 100 Km de la ciudad principal, por su parte Besteiro (2006) reporta que en Galicia el turismo rural se difunde primero en las comunidades de Coruña y Pontevedra que se encuentra a 200 Km entre ellas.

Cuadro 1. Principales Ciudades de procedencia de turistas o visitantes en Tenancingo estimadas a partir de una muestra durante la semana santa del 2008.

<b>Ciudad</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Intervalo</b>
Toluca	23	20-26
Distrito Federal	11	9-13
Comunidades del municipio de Tenancingo	10	8-12

De la población total encuestada 73% mostró interés en realizar un recorrido en comunidades rurales; este tipo de preferencias es explicado por Dimitris, (2005) por la búsqueda de experiencias de contacto con la naturaleza o revivir experiencias de su pasado, tal vez del lugar donde nacieron.

Más del 70% de turistas y visitantes de la ciudad de Tenancingo son del Estado de México, probablemente esto explique que el tiempo promedio de permanencia del turista o visitante en la ciudad de Tenancingo, Estado de México sea 1.72 horas al día. El turismo rural puede

beneficiar a Tenancingo como lo muestran experiencias en comunidades de Francia y España donde ha logrado incrementar el tiempo de permanencia de turistas que originalmente eran atraídos por otros motivos (Armesto y Gómez, 2004). Una de las ventajas de incrementar la permanencia del turista y visitante es el aumento de la derrama económica (Dimitris, 2006).

En la aceptación del turismo rural entre turistas y visitantes de Tenancingo se encontró que el 77% (74-80 %) de la población esta dispuesta a pagar por un recorrido en la comunidades productoras de ornamentales en promedio \$102 (\$94-\$109) pesos; lo que podría generar una derrama económica de \$1,869,252 pesos al año, considerando la afluencia actual de turistas reportada por el Municipio.

Como se muestra en el Cuadro 2, las razones principales para visitar las comunidades productoras de ornamentales son conocer el proceso de producción y la preferencia por el campo. Lo anterior coincide con lo que sucede en comunidades de España donde se reporta, que la demanda turística se enfoca al interés creciente por la tranquilidad y el contacto con la naturaleza (García, 2005); en este sentido Ruiz (2002), coincide en que la característica principal de venta de turismo rural en pueblos mancomunados del Estado de Oaxaca, integra el contacto con la naturaleza y actividades diarias de las familias locales. Bessieré (1998) menciona como producto de turismo rural el proceso de elaboración de quesos artesanales en las comunidades de Francia lo que permitió la preservación de su gastronomía y aumento de sus ingresos económicos.

Cuadro 2. Razones de los turistas o visitantes en Tenancingo entrevistados durante la Semana Santa del 2008 para consumir el producto de turismo rural.

Razón	Porcentaje	Intervalo
Conocer el proceso	50	46-54
Le gusta el campo	11	9-14

Más del 30% de la población interesada en el producto rural en Tenancingo considera el pago justo o interesante (Cuadro 3). Dimitris (2005), Armesto y Gómez (2004), mencionan que los demandantes del producto de turismo rural pagan de acuerdo a las experiencias

obtenidas durante su estancia en una comunidad, valorizando que el gasto realizado por conocer nuevas culturas e interactuar con la gente de las comunidades lo amerita; desde esta perspectiva se puede interpretar que el tríptico mostrado a los entrevistados satisfacía sus expectativas lo que les predisponía a realizar un pago.

Cuadro 3. Razones de pago de los turistas o visitantes en Tenancingo para consumir el producto de turismo rural, entrevistados durante la Semana Santa del 2008.

Razón	Promedio	Intervalo
Parece justo	16	13-18
Interesante	15	12-18
Satisfacción	5	4- 7

Se estima que 26% de los visitantes o turistas no visitarían las comunidades florícolas como recorrido de turismo rural. En el Cuadro 4 se muestran las tres principales explicaciones dadas. 12% pone como condición para el pago la implementación de servicios extra de estructura turística. En Galicia la falta de difusión y errónea información sobre el turismo rural provocó una disminución en la demanda del producto, que se enfrentó con la realización de proyectos promocionales que difunden el sentido de la práctica de turismo rural (Besteiro, 2006); por lo que se puede pensar que el 12% antes mencionado puede ser incorporado al pago de turismo rural adoptando proyectos similares a los de Galicia.

Cuadro 4. Razones por las que el turista o visitante en Tenancingo entrevistados durante la Semana Santa del 2008 no consumiría el producto de turismo rural.

Razón	Porcentaje	Intervalo
No le interesa	14	11- 17
Tiene conocimiento del proceso	6	4-7
No tiene tiempo	4	3-6

## Conclusiones

La práctica del turismo rural en las comunidades de la región florícola del sur del Estado de México es viable pues tiene características de paisaje y urbanización congruente a las necesarias para el turismo rural.

Las matrices de evaluación propuestas por Zamorano (2006) son subjetivas al aplicarse y no ofrecen la forma de incorporar gustos y preferencias de turistas y visitantes.

El uso de un tríptico que muestre la principal actividad económica de una comunidad sirve para la difusión de turismo rural.

Existe demanda potencial para la práctica de turismo rural en las comunidades de Villa Guerrero, Estado de México.

El turismo rural es una alternativa de diversificación para las comunidades productoras de ornamentales.

## Referencias bibliográficas

- Acerenza, M. 2006. Conceptualización, origen y evolución del turismo. Trillas. México. 116 pp.
- Aparicio, A. 2004. El turismo rural: una de las alternativas al desarrollo rural en la serranía de Cuenca. Cuadernos de Turismo. Núm. 013, pp. 73-89.
- Armesto, L y Gómez, M. B. 2004. Tourism and Quality Agro-food products: An Opportunity for the Spanish Countryside. *Economische en sociale Geografic*. Vol. 2. Núm. 97, pp. 166-177.
- Bardini, B. 2003. Viabilidad del turismo productivo agropecuario en el interior Bonarense. *Aportes y Transferencias*. Vol. 1, pp. 97-108.
- Barrera, E. 2002 Programa Argentino de Turismo Rural. pp. 17-42. In: R. Monroy and H. Colín (eds.). *Turismo Rural, Agroturismo y Ecoturismo*. Subsecretaria de Turismo de Morelos y Centro de Investigaciones Biológicas de la UAEM. Cuernavaca, México. 104 p.

- Bessieré, J. 1998. Local Development and Heritage: Traditional food and cuisine as Tourist Attractions in rural areas. *Sociologic rural*. Num. 38, pp. 21-32
- Besteiro, B. 2006. El turismo rural en Galicia. Análisis de su evolución en la última década. *Cuadernos de Turismo*. Núm. 017. pp 25-49.
- Cabrini, L. 2002. Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad. Organización Mundial del Turismo. VII Congreso AECIT Jaén, España. En línea: <http://bibemp2.us.es/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20rural/TURISMO%20DESARROLLO%20RURAL%20Y%20SOSTENIBILIDAD.PDF>  
Consultado el 25 de mayo de 2008.
- Cánoves, G; Herrera, L y Villarino. 2005. Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de Turismo*. Núm. 015, pp. 63-76.
- Dimitris, S.; Anastasia, P.; Gordon, C. 2005. Demand for rural tourism: the effects of quality and information. *Agricultural Economics*. 35. pp 183-192
- Fernández, M y Puig, A. 2003. El papel del cooperativismo en el turismo rural de la comunidad Valenciana. CIRIEC – España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. Núm. 041, pp. 183-212
- Fourneau, F. 1998. El turismo en espacio rural en Francia. *Cuadernos de Turismo*. Núm. 1, pp. 41-53.
- García, B. 2005. Características diferenciales del producto de turismo rural. *Cuadernos de turismo*. Núm. 015, pp. 113-133.
- García, M; Calle, M. 2006. "Turismo en el medio rural: conformación y evolución de un sector productivo en plena transformación. El caso del Valle del Tiétar (Ávila)". *Cuadernos de Turismo*, num. 017, pp.75-101.
- González, J.; García, R.; Herrera, A.; Domínguez, G. y Contreras, M. 2008. Caracterización de productores de Crisantemo (*Dendranthema grandiflora* Tzvelev) en la Región Florícola del Sur del Estado de México. In XI Congreso Nacional y IV internacional de Horticultura Ornamental. Cuernavaca, Morelos, México.
- Juárez, J. P.; Ramírez, B. 2007. El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México (en línea). *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias sociales*. vol. XI, núm. 236. Consultado 26 may. 2008. Disponible en: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-236.htm>

- Lara, S. 1999. Flexibilidad productiva y trayectorias laborales: la floricultura de exportación en México. pp. 285-310. In: Grammont, H; Gómez, M; Gonzalez, H and Schwentesius, R. (cords.). Agricultura de exportación en tiempos de globalización. CIESTAAM, IIS, CIESAS. México. 378 p.
- Macías, J. A. 2006. El marketing turístico rural. Investigación y educación. Vol. III. Núm. 026 , pp. 1-7
- McIntosh, R., Goeldener, C., Brent, R J. 2003. Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas 2ª ed. Limusa. México. 593 pp.
- Millán, M. 2002. La diversificación en el medio rural como factor de desarrollo. Papeles de Geografía. Núm. 036, pp. 223-238.
- Orozco, M y Mendoza, M. 2003. Competitividad local de la agricultura ornamental en México. Ciencia Ergo Sum. Vol. 10, núm. 1. pp. 29-42.
- Osorio, M y Castillo, M. 2006. Ensayos teórico. - metodológicos del turismo: cuatro enfoques. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, Estado de México, México. 95p.
- Pimenta, L. R. 2000. Encuestas probabilísticas vs no probalísticas. Política y cultura No. 13: 263-276.
- Posada, M. 1999. El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso Argentino. Eure. Vol. 25, Núm. 075.
- Presidencia de la Republica Mexicana (PRM) <sup>a</sup>. 2007. Plan Nacional de Desarrollo 2001-2007. Disponible en: [http://www.cetrade.org/v2/revista\\_transicion/2002/revista\\_44\\_el\\_pan/pnd\\_2001-2006](http://www.cetrade.org/v2/revista_transicion/2002/revista_44_el_pan/pnd_2001-2006) (revisado el 20 de mayo de 2008).
- Presidencia de la Republica Mexicana (PRM) <sup>b</sup>. 2007. Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012. Disponible en: <http://pnd.presidencia.gob.mx/> (revisado el 24 de mayo de 2008)
- Ramírez, J. 2008. Desempeño de la floricultura Mexiquense en el contexto internacional. In XI Congreso Nacional y IV Internacional de Horticultura Ornamental. Cuernavaca, Morelos, México.
- Rico, M. 2005. El turismo como nueva fuente de ingresos para el medio rural de Castilla y León. Cuadernos de Turismo. Num. 016. pp. 175-195.

- Ruiz, P. 2002. Proyecto Ecoturístico de los Pueblos Mancomunados, tendencias del turismo del futuro: la integración de redes de proyectos comunitarios: pp. 45-62. In: R. Monroy and H. Colín (eds.). Turismo Rural, Agroturismo y Ecoturismo. Subsecretaría de Turismo de Morelos y Centro de Investigaciones Biológicas de la UAEM. Cuernavaca, México. 104 p.
- Sayadi, S. 2001. Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español. Cuadernos de Turismo Rural. Núm. 007. pp. 131-157.
- Scheaffer, R., Mendenhall, W. y Ott, Lyman. 1987. Elementos de muestreo. Grupo Editorial Iberoamérica. Distrito Federal, México.
- Tomasi, A. y Espindola A. 2004. Las empresas líderes de México. Revista de Gestión de Negocios. HSM Group. (México). Vol. 4. Núm. 4. pp.5-54
- Vargas, J. 2006. El desarrollo local en el contexto de la globalización. 1ª ed. Instituto Nacional de Administración Pública, A.C. Toluca, México, México. pp.368.
- Vázquez, G. LM., y Norman, M. TH. 1996. Crónicas de la evolución de la floricultura en México. Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Ciencias Agrícolas. Toluca, México. 69 p.
- Veeck G; Che, D; Veeck, A. 2006. America's Changing Farmscape: A Study of Agricultural Tourism in Michigan. The Professional Geographer. Vol. 58. Num. 3. pp. 235-248
- Zamorano, F. 2002 Turismo Alternativo, servicios turísticos diferenciados. México Distrito Federal. Editorial Trillas. pp. 167.