

A vibrant street scene in a colorful town, likely in Latin America. The street is paved with cobblestones and lined with buildings in various colors like yellow, pink, and blue. In the foreground, a man wearing a light blue shirt, dark pants, and a white hat is walking towards the camera, carrying a large, round, golden-brown loaf of bread wrapped in clear plastic. In the background, there are outdoor cafe tables with umbrellas, and several people are sitting at the tables. The overall atmosphere is lively and colorful.

TURISMO, DESIGUALDAD Y POBREZA

**Experiencias locales
ante desafíos globales**

Coordinadores

Felix Jiménez Jiménez

Rodrigo Espinoza Sánchez

Daniela Olivares Sastre





TURISMO, DESIGUALDAD Y POBREZA

**Experiencias locales
ante desafíos globales**

**Coordinadores:
Felix Jiménez Jiménez
Rodrigo Espinoza Sánchez
Daniela Olivares Sastre**



DIRECTORIO

Centro de Evaluación de Capacidades
Turísticas de Mercado para el Desarrollo, A.C

Escritura Notarial 699, Registro ante la Secretaría de Economía de los
Estados Unidos Mexicanos A20160317T205422184,
Registro CONACYT RENIECYT 1800882.

Fundadores y miembros honorarios

Dr. Félix Jiménez Jiménez
Lic. Alma Estrella Gallegos Morales
Mtra. Elsi Margarita May Arias
Mtra. Daniela Olivares Sastré
Mtra. María Carolina Leue Luna

Miembros Honorarios

Dr. Rodrigo Espinoza Sánchez
Dr. José Francisco Hernández Libreros

Laboratorio de Observación Urbana y Turística, A.C.

Fundadores y miembros permanentes

Dr. Félix Jiménez Jiménez
Mtra. Daniela Olivares Sastré
Mtra. María Carolina Leue Luna
Mtra. Fanny Guadalupe Montero De la Cruz

Miembros asociados

Dra. Fabiola Lizama Pérez
Dra. Lucia Sandoval Núñez
Dra. Susana Mandujano Contreras
Mtra. Cristel del Carmen Plata Domínguez
Mtra. Elsi Margarita May Arias
Mtra. Beatriz Morales García
Dr. Luciano Osorio Arias



Universidad Popular de la Chontalpa

Biól. Antonio Enrique del Ángel Flores. Rector.
Mtra. Petrona Gómez Rivera. Secretaria Académica.
Dra. Juana Marín Turriza. Directora Académica

Cuerpo Académico Análisis Regional y Turismo
Universidad de Guadalajara

Dr. Rodrigo Espinoza Sánchez
Dra. Rosa María Chávez Dagostino
Dra. Myrna Leticia Bravo Olivas
Dr. Edmundo Andrade Romo
Dr. José Luis Cornejo Ortega

Cuerpo Académico Políticas Públicas y Desarrollo Local
Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo

Mtra. Juana Jiménez Jiménez
Dr. Gilberto Antonio Avilez Tax
Dr. Carlos Rubén Ojeda Cerón
Ing. Edwin Alejandro Puc Hau
Mtro. Carlos Valentín Interian Sandoval

Cuerpo Académico Turismo, Marketing y Estudios Humanísticos
Multidimensionales, Universidad Estatal en la Región de la Chontalpa.
Denominada Universidad Popular de la Chontalpa

Dr. Félix Jiménez Jiménez
Dr. Luciano Osorio Arias
Mtra. María Carolina Leue Luna
Mtra. Daniela Olivares Sastré
Mtra. Fanny Guadalupe Montero De la Cruz

Editor

Centro de Evaluación de Capacidades
Turísticas de Mercado para el Desarrollo, A.C.
Laboratorio de Observación Urbana y Turística, A.C.



TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS ©2020

Centro de Evaluación de Capacidades
Turísticas de Mercado para el Desarrollo, A.C.
Laboratorio de Observación Urbana y Turística, A.C.

Diseño y emprendimiento digital
Keren Bolaina Lara

Fotografía de portada
Carlos Esteban Guzmán Hurtado

¡No imprimas ni fotocopies este libro, por un turismo responsable con el desarrollo humano e integración responsable con la naturaleza!

ISBN-13: 979-8689622699
ISBN-10: 8689622699
Sello & Pubicación Independiente

EDICIÓN

Luis Antonio González Silva
Plumas Negras Editorial

PRIMERA EDICIÓN

**D. R. © AUTORES, COORDINADORES
Y COAUTORES DENTRO DE ESTA PUBLICACIÓN.**

Se prohíben la reproducción total o parcial de esta obra y su transmisión por cualquier medio, actual o futuro, sin el consentimiento expreso por escrito del titular del derecho. La composición de interiores y el diseño de cubierta son propiedad del autor respaldado por los coautores de este libro.



PRESENTACIÓN

Dr. Rodrigo Espinosa Sánchez
SNI-CONACYT.
Universidad de Guadalajara. CUC.
Promotor del turismo con calidad de vida
y bienestar social.



La movilidad de personas a nivel mundial, hasta antes de la pandemia por COVID 19, era sin lugar a dudas, un aspecto de importancia trascendental para la dinámica económica de todos y cada uno de los países, y a la vez, el incremento en los flujos de viajeros vía aérea y marítima se consolidaba de manera significativa, lo que hacía parecer que la globalización a través del turismo como agente vertebrador de esos flujos fortalecía ese intercambio tan fuerte de personas y, como consecuencia de mercancías para satisfacer necesidades entre las naciones y, donde la aplicación de la tecnología para estos intercambios y conectividad se mostraba como una base sólida que apuntalaba ese dinamismo expresado en crecimiento de economías fuertes, y proponía ciertas alternativas de crecimiento económico para economías emergentes o en vías de desarrollo donde la pobreza en todas sus dimensiones se había pronunciado por tiempo prolongado.

El turismo a nivel mundial se muestra como un fenómeno socioeconómico y ambiental con capacidades de propiciar crecimiento y desarrollo para beneficio de poblaciones locales, sin embargo, el modelo de turismo masivo no enfocado a modificar las asimetrías de los países, regiones y localidades en un territorio dado, genera opulencia, especulación, acaparamiento, desarrollismo, entre otros por lo que es preciso enfatizar que el desarrollo turístico debe plantearse bajo el enfoque de los derechos humanos de los pueblos, y por ende, que los impactos de esta actividad turística sean de manera compartida para los anfitriones y los invitados que cocrean la experiencia turística.

Ante esta perspectiva, la presente obra académica hace un acercamiento al análisis del binomio de turismo y pobreza a

través de la aportación de trabajos de alrededor de sesenta autores y expertos en turismo de diferentes instituciones de educación superior tanto de México como del extranjero que unen esfuerzos para poder comprender desde posicionamientos diferentes las iniciativas de desarrollo turístico en las diversas esferas territoriales en las que cada investigador con sus líneas de trabajo incide acorde al contexto en el cual sus institución se localiza. Se conjuga la visión de científicos miembros del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), profesionales, gestores, líderes empresariales y jóvenes investigadores, en turismo.

La obra contiene tres ejes temáticos en forma de capítulo que refieren a: 1°. Turismo y Desigualdad, 2°. Turismo y Pobreza y 3°. Turismo, Desigualdad y Pobreza: Nuevos Paradigmas. La introducción en forma novedosa expresada en un ensayo contiene la visión de la desigualdad y la pobreza desde el desarrollo turístico humano o turismo con rostro humano. El contenido plantea una visión positiva y autocrítica de casos de éxito y retos en los que el turismo demuestra posibilidades para abatir desigualdades y superar la pobreza en distintos escenarios rurales y urbanos, así como tipologías de diferentes expresiones del turismo, lo que permite plantear nuevos paradigmas útiles para la gestión exitosa de un turismo incluyente con calidad de vida y bienestar social, asumiéndose el principio que la pobreza generada socialmente, provocada por catástrofes y pandemias son universalmente remediabiles cuando se considera al ser humano como el agente principal del desarrollo.

SOBRE LOS AUTORES

En orden alfabético

Ana María Cardona Giraldo

Especialista en Derecho Tributario y Aduanero, Universidad Católica de Colombia; Contadora Pública, Instituto de Educación Técnica Profesional, Colombia. Profesora en la Facultad de Ciencias de la Administración y Organizaciones de la Universidad del Valle en las áreas de Administración de Empresas y Tecnología en Dirección de Empresas Turísticas y Hoteleras. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Carlos Esteban Guzmán Hurtado

Maestro en Gestión, Desarrollo y Gobierno en la Universidad de Guanajuato y se desempeña como profesor adscrito a la División de Arquitectura, Arte y Diseño y a la Escuela de Nivel Medio Superior de Guanajuato. Pertenece al Colegio de Historiadores de Guanajuato A. C. Licenciado en Historia por la Universidad de Guanajuato. Fundador de la Asociación Civil Somos Guanajuato A.C. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Carlos Hernández Vega

Doctor en Ciencias para el Desarrollo Sustentable y Turismo, y Maestro en Administración del Tiempo Libre y la Recreación. Profesor de tiempo completo en la Universidad de Guadalajara. Autor de libros y artículos. Consultor empresarial en Integra, Crece y Gana S.C. Capacitador en cultura de los vinos y en ventas y calidad en el Servicio en restaurantes. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Carlos Salvador Peña Casillas

Maestro en Administración de Negocios por la Universidad de Guadalajara en el Centro Universitario de la Costa y Licenciado en Contaduría Pública. Postulante a Doctor en Gestión de las Organizaciones por la Universidad Autónoma de Nayarit. Líneas de investigación: Emprendimientos, diseño organizacional, turismo. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Claudia Concepción Olivas Olivo

Doctor en Gestión del Turismo por la Universidad Autónoma de Occidente, Campus Mazatlán. Maestra en Administración por la Universidad de Occidente (UdeO). Licenciado en Turismo. Profesor

investigador de la Universidad Autónoma de Occidente y la Universidad Autónoma Indígena de México. Miembro del Instituto de Apoyo a la Investigación e Innovación (INAPI). Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Cristel del Carmen Plata Domínguez

Profesora y Directora de la División Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma de Guadalajara, Campus Villahermosa. Maestra en Turismo de Naturaleza por la Universidad Estatal en la Región de la Chontalpa también denominada Universidad Popular de la Chontalpa. Exbecaria del Programa CONACYT FOMIX-Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Daniela Olivares Sastré

Maestra en Educación por la Universidad Pedagógica Nacional Unidad UPN 271. Licenciada en Administración de Empresas Turísticas por la Universidad Mundo Maya. Profesora en la Universidad Estatal en la Región de la Chontalpa también denominada Universidad Popular de la Chontalpa. Fundador y socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D. Fundador y socio activa del Laboratorio de Observación Urbana y Turística (LUSTUR).

Edgar Chayanne García Patiño

Maestro en Mercadotecnia por la Universidad del Valle de Atemajac. Profesor de tiempo completo y certificador en competencias profesionales en la carrera de gastronomía, de la Universidad Tecnológica de Nayarit. Miembro del cuerpo académico CEINGASTRO. Pertenecer a la Academia Mexicana de la Investigación Turística y a la red de investigadores Delfín. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Edmundo Andrade Romo

Doctor en Antropología Cultural por la Universidad de Oviedo, España. Profesor-Investigador de la Universidad de Guadalajara. Miembro del Cuerpo Académico Consolidado "Análisis Regional y Turismo". Miembro fundador de la Red Latinoamericana de Investigadores en Desarrollo y Turismo (RELIDESTUR). Miembro de la Red Académica Iberoamericana Global-Local (RAI-Glocal). Autor de libros y artículos en turismo, patrimonio cultural y bienestar social. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Erika Soto González

Graduada del Programa Doctoral de Nova Southeastern University. Egresada de la Universidad del Valle de Atemajac. Experta en turismo y administración. Investigador del Centro de Estudios e Investigaciones en Gastronomía de la Universidad Tecnológica de Nayarit. Cuentan con perfil PRODEP y con más de 10 años de experiencia docente en los programas educativos de turismo y gastronomía en dicha universidad. Ponente en eventos nacionales e internacionales. Dispone de amplia trayectoria profesional en la operación de empresas de servicios turísticos y en la industria alimenticia. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Esmeralda Gómez López

Es Licenciada Desarrollo Turístico por la Universidad Intercultural del Estado de Tabasco. Es profesora en la misma institución y realiza investigación turística comunitaria. Miembro del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D, A.C.

Fanny Guadalupe Montero De la Cruz

Licenciada en Sociología por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Postulante a Maestra en Psicología Laboral por Universidad Estatal en la Región de la Chontalpa también denominada Universidad Popular de la Chontalpa. Profesora con experiencia en Sociología del Turismo. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D Fundadora y socia activa del Laboratorio de Observación Urbana y Turística (LUSTUR).

Félix Jiménez Jiménez

Doctor en Turismo por la Universidad Antonio de Nebrija-OMT. Maestría en Población, Seminario en Población, Recursos Naturales y Medio Ambiente, en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO, Organismo Internacional de la Organización de las Naciones Unidas, ONU). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores-CONACYT. Evaluador Nacional RECEA-SINECYT-CONACYT en turismo y ciencias sociales. Profesor de tiempo completo en la Universidad Estatal en la Región de la Chontalpa también denominada Universidad Popular de la Chontalpa, Profesor Invitado en la Universidad del Valle de México-Laureate International Universities. Línea de investigación en turismo desde la perspectiva del desarrollo humano. Miembro honorario y fundador del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D y del Laboratorio de Observación Urbana y Turística, LUSTUR.

Giovanni Peña Fernández

Maestro en Administración de Negocios de Alimentos y Bebidas. Profesor de tiempo completo en la Universidad Tecnológica de Cancún y es profesor invitado en el Instituto Universitario "CULINARY". Chef del restaurante Ko'oten Hanal dentro de la Universidad Tecnológica de Cancún. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Gabriela Patricia Bahena Hernández

Joven investigadora en turismo sostenible y de naturaleza. Técnico Superior Universitario en Gestión y Desarrollo Turístico por la Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas Nuevo Vallarta. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Ildelfonso Palemón Hernández Silva

Maestro en Ciencias en Economía del Desarrollo Rural. Pertenece al Sistema Estatal de Investigadores de Quintana Roo. Miembro de la Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional y de la Alianza Internacional Universitaria por la Paz. Secretario de Relaciones Académicas de la Asociación de Egresados de Chapingo en Quintana Roo. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Jennifer Andrea Ruiz Aguirre

Licenciada en Administración de empresas, Tecnóloga en Dirección de Empresas Turísticas y Hoteleras Universidad del Valle Colombia. Postulante de la Maestría en Administración de Negocios Universidad de Guadalajara, CUC. Experiencia empresarial en Recursos Humanos, enfocada a la investigación. Participante del XXII Verano de investigación Científica y Tecnológica del Pacífico. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Julio César González Morales

Profesor Investigador de El Colegio de Tlaxcala A.C. Docente en la Maestría en Gestión del Turismo Sustentable y coordina la línea de investigación sobre Empoderamiento y desarrollo de las Inteligencias de los actores locales del turismo alternativo en Tlaxcala. Doctor en Ciencias Psicológicas. Instituto de Psicología. Academia de Ciencias de Moscú. Docente, Investigador, Consultor, Analista de medios. Ha colaborado en diferentes proyectos en Cuba, Puerto Rico, Brasil, México y Estados Unidos. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Laura Alicia Aguilar González

Doctora y Maestra en Cooperación y Bienestar Social de la Universidad de Oviedo, España. Emprendedora en el ramo del Agroturismo con un modelo de negocio sobre la Cocina Ancestral Mexicana a través del Tour del Chocolate artesanal; su visión de empresa comunitaria es la puesta en valor de la cultura del cacao con fines turísticos. Como académica, su línea de investigación está enfocada en la etnohistoria de los alimentos regionales y su difusión como recurso del turismo gastronómico. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Laura de Guadalupe Vázquez Paz

Maestra en Gastronomía por la Universidad de Oriente en Yucatán, con Especialidad en Gestión e Innovación en la Industria Gastronómica y Licenciada en Gastronomía por la Universidad del Caribe en Cancún. Profesor investigador de tiempo completo de la Universidad Tecnológica de Cancún. Cuenta con reconocimiento de Perfil Deseable otorgado por PRODEP-SEP y del Sistema Estatal de Investigadores COQCYT. Integrante del Cuerpo Académico de Gastronomía, responsable de la línea de investigación Patrimonio Gastronómico. Pertenece a la Red de Estudios Multidisciplinarios de Turismo, REMTUR-CONACYT. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Luciano Osorio Arias

Doctor en Psicología y Maestro en Psicoterapia Humanista por Instituto Universitario Carl Rogers. Licenciado en ciencias de la educación por Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Certificación por competencias bajo la norma CONOCER 2018-2021. Con experiencia profesional en estudios sobre el comportamiento del visitante en la línea de investigación psicología del turista.

María Carolina Leue Luna

Maestra en Administración por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Postulante a Doctora en Administración por la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG) Campus Tabasco. Licenciada en Relaciones Comerciales por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Profesor de tiempo completo en la Universidad Estatal en la Región de la Chontalpa también denominada Universidad Popular de la Chontalpa. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D. Fundadora y socia activa del Laboratorio de Observación Urbana y Turística (LUSTUR).

María Guadalupe Morado Huerta

Maestra en Administración y licenciada en Administración de Empresas Turísticas. Profesora de Tiempo Completo Asociado en las carreras de Turismo, Desarrollo de Negocios e Ingeniería en Negocios y Gestión Empresarial de la Universidad Tecnológica de San Juan del Río Unidad Académica Jalpan. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

María José Rios Enhorabuena

Joven investigadora en turismo sustentable y economía turística comunitaria. Licenciada en Turismo con la especialidad en Gestión de Empresas e Investigación Turística del Instituto Tecnológico de San Luis Potosí. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Mónica Pérez Sánchez

Doctora en Marketing, Maestría en Mercadotecnia Turística y Master en Dirección y Gestión de empresas. Licenciada en Administración de Recursos Turísticos. Profesor investigador de tiempo completo en la Universidad de Guanajuato. Líneas de investigación en marcas, estrategia, lujo, personalidad de destino, gastronomía y turismo. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Nuvia Alaenci Guerrero Pérez

Joven investigadora en turismo área hotelería por la Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas. Con habilidades en tecnologías y patrimonio cultural. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

Selina Valero Ortiz

Maestra en Ingeniería Ambiental y Tecnologías Sustentables por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Licenciada en Ingeniería en Tecnología Ambiental en la Universidad Politécnica del Estado de Morelos. Líneas de investigación en turismo sustentable y comunitario con énfasis en los Pueblos Mágicos de Morelos. Socio activo del Centro de Evaluación de Capacidades Turísticas de Mercado para el Desarrollo, CECTURM-D.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN ¿POR QUÉ UN LLAMADO A LOS AGENTES DEL TURISMO PARA ABORTAR DESIGUALDADES Y SUPERAR LA POBREZA? LA VISIÓN DESDE EL DESARROLLO TURÍSTICO HUMANO.....	21
---	----

Félix Jiménez Jiménez

Cristel del Carmen Plata Domínguez

Daniela Olivares Sastre

CAPÍTULO 1

TURISMO Y DESIGUALDAD	31
------------------------------------	-----------

DESCIFRANDO LA DINÁMICA DE GESTIÓN DEL GASTO PÚBLICO DE LA CIUDAD DE GUANAJUATO EN MATERIA DE TURISMO. NOTAS PARA UN MEJOR APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS.....	33
---	----

Carlos Esteban Guzmán Hurtado.

TURISMO RURAL Y EL PROGRAMA TECHOS DE MÉXICO COMO INSTRUMENTO PARA ABATIR DESIGUALDADES EN CHACALA, NAYARIT....	53
---	----

Nuvia Alaenci Guerrero Pérez

Marcela Salazar Martínez

Rafael Villanueva Sánchez

EL ECOTURISMO COMO PROYECTO COMUNITARIO. EL CASO DEL CENTRO ECOTURÍSTICO KOLEM CHÉN.....	67
--	----

Esmeralda Gómez López

Beatriz Morales García

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE ROLDANILLO, VALLE DEL CAUCA, COLOMBIA. CASO DE ESTUDIO: TURISMO DEPORTIVO PARAPENTISMO.....	83
---	----

Ana María Cardona Giraldo

Fernando Moreno Betancourt

Carlos Alberto Rojas Trejos

EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE UN MUNICIPIO COMO ALTERNATIVA PARA ABATIR LA DESIGUALDAD SOCIAL. EL CASO DE CHOIX, SINALOA.....	109
---	-----

Claudia Concepción Olivares Olivo

Silvestre Flores Gamboa

Rodolfo Ángel Leyva Reyes

TURISMO DE NATURALEZA COMO INCLUSIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN LA EMPRESA CANOPY RIVER EN BENEFICIO AL EJIDO EL JORULLO, JALISCO.....	137
---	-----

Gabriela Patricia Bahena Hernández

Marcela Salazar Martínez

Juan Carlos Velázquez Torres

LA INCLUSIÓN EN LOS PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO	153
---	-----

Mónica Pérez Sánchez

Mónica Isabel Mejía Rocha

Betzabeth Dafne Morales

CAPÍTULO 2

TURISMO Y POBREZA.....	171
------------------------	-----

MAÍZ, FRIJOL Y CACAHUATE: INGREDIENTES GENERADORES DE ALTERNATIVAS CULINARIAS Y ECONÓMICAS PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DEL TURISMO EN LA ZONA SERRANA DE NAYARIT.....	173
---	-----

Edgar Chayanne García Patiño

Ernesto Alonso Fernández Inda

Gustavo Gómez Díaz

ASPECTOS ETNOHISTÓRICOS DEL CACAO EN EL OCCIDENTE MEXICANO, SU PURSTA EN VALOR PARA EL TURISMO EN COMUNIDADES RURALES DE NAYARIT.....	195
---	-----

Laura Alicia Aguilar González

Victoria del Carmen Zepeda Arce

EL PROFESIONAL DE LA GASTRONOMÍA Y SU ROL CON LA SEGURIDAD ALIMENTARIA.....	213
---	-----

Erika Soto González

José Ulises Ríos Arteaga

Liliana Esperanza Martín Benítez

EMPREDURISMO Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA PARA MITIGAR LA POBREZA EN UN DESTINO TURÍSTICO RURAL: TAPALPA, JALISCO.....	233
--	-----

Carlos Hernández Vega

Pedro Pablo Villafanía Gongora

Gonzalo Hernández García

EL DESEMPEÑO DEL SECTOR HOTELERO EN EL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL PUEBLO MÁGICO CUATROCIÉNEGAS.....	251
<i>Selina-Valero Ortiz</i>	
<i>José Gamaliel Castañeda Gaytán</i>	
<i>Dra. María Guadalupe-Valladares Cisneros</i>	

TURISMO SUSTENTABLE; ANÁLISIS DE LA DIVERSIDAD ECONÓMICA TURÍSTICA Y SU IMPACTO EN LOS PUEBLOS MÁGICOS DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ, MÉXICO.	269
<i>María José Ríos Enhorabuena</i>	
<i>Mayra Angelica Barcenás Castro</i>	

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y CALIDAD DE VIDA LABORAL. CASO DE ESTUDIO EMPRESA CANOPY RIVER.....	277
<i>Jennifer Andrea Ruiz Aguirre</i>	
<i>Rodrigo Espinoza Sánchez</i>	
<i>María Del Carmen Verduzco Villaseñor</i>	

LA INDAGACIÓN APRECIATIVA EN LA FORMACIÓN DE ACTORES LOCALES DEL TURISMO: ANTÍDOTO DE LA POBREZA ESPIRITUAL.....	291
<i>Julio César González Morales</i>	
<i>Ileana Prieto Borrazás</i>	
<i>Olga Lidia Cortés Hernández</i>	

EDUCACIÓN PATRIMONIAL VS. DESIGUALDAD Y POBREZA	311
<i>Edmundo Andrade Romo</i>	
<i>José Luis Cornejo Ortega</i>	

CAPÍTULO 3

TURISMO, DESIGUALDAD Y POBREZA: NUEVOS PARADIGMAS.....	331
---	------------

MODELO DE TURISMO RURAL PARA LA DELEGACIÓN DE TANCOYOL, JALPAN DE SERRA, QUERETARO.....	333
<i>María Guadalupe Morado Huerta</i>	
<i>Edgardo López Hernández</i>	
<i>Sergio Soto Sevilla, Juan Ibarra Pérez</i>	

CLUSTERIZACIÓN, TURISTIZACIÓN Y GENTRIFICACIÓN EN ESPACIO TURÍSTICO DEL EJIDO "EL JORULLO".....	345
<i>Carlos Salvador Peña Casillas</i>	
<i>Rodrigo Espinoza Sánchez</i>	
<i>Alicia del Carmen Valencia Ovalle</i>	
<i>María del Carmen Verduzco Villaseñor</i>	

KANTUNILKÍN: NUEVA PROPUESTA DE TURISMO SUSTENTABLE "RITUALES Y GASTRONOMÍA"	365
<i>Giovanni Peña Fernández</i>	
<i>José Efraín Andrés Flores</i>	
<i>Jessica Hernández Matus</i>	
MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO RURAL A TRAVÉS DEL PATRIMONIO CULINARIO DE QUINTANA ROO.....	389
<i>Laura de Guadalupe Vázquez Paz</i>	
<i>Yolanda Daza Roldán</i>	
<i>José Armando Carrillo Silvano</i>	
METODOLOGÍA CUANTITATIVA PARA EVALUAR EL BIENESTAR INDIVIDUAL EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS Y CONSTRUIR UNA VISIÓN DE TURISMO HUMANO	407
<i>Félix Jiménez Jiménez</i>	
<i>Ana Isabel Muñoz Mazón</i>	
CONCLUSIONES. ÉXITOS Y RETOS DEL TURISMO ANTE LA DESIGUALDAD Y LA POBREZA	425
<i>María Carolina Leue Luna</i>	
<i>Fanny Guadalupe Montero De la Cruz</i>	
<i>Luciano Osorio Arias</i>	
DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES: PROSPECTIVA DEL DESARROLLO HUMANO EN EL TURISMO MEXICANO. BREVE RESEÑA.....	431
<i>Ildfonso Palemón Hernández Silva</i>	

Emprendurismo y competitividad empresarial como estrategia para mitigar la pobreza en un destino turístico rural: Tapalpa, Jalisco

*Carlos Hernández Vega²⁹,
Pedro Pablo Villafania Gongora³⁰
Gonzalo Hernández García³¹*

Abstract

This publication presents the results of a diagnosis of competitiveness and entrepreneurship in SMEs dedicated to tourism in Tapalpa, Jalisco, 2018/2019. This research focuses on the principle that in the locality a high percentage of its inhabitants work in tourist activities in companies whose owners, for the most part, are oblivious to the social problems and daily life of the people because they do not live there. Another lower proportion is of inhabitants who have started a business and with ups and downs have gone ahead to have an acceptable economic and social life.

According to the results of the field, it is evident the need that both the already established businessmen with seniority, as well as the new entrepreneurs, require training for business strengthening in order to improve their competitiveness, influence sustainability and contribute to improve poverty conditions in the population.

In that sense, a linking program is proposed between the Research Center in Entrepreneurship, Incubation, Consulting, Consulting and Innovation of the Centro Universitario del Sur of the Universidad de Guadalajara.

The proposal focuses on the fact that through advanced professors and students there is an approach with the businessmen of the study area through the Associations and Chambers of Commerce and the Municipal Government itself in order to sensitize them to medium-term training.

²⁹ Profesor Docente de tiempo completo del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara. carlos.hernandezv@cusur.udg.mx

³⁰ Profesor Docente de tiempo completo del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara. pedro.villafania@cusur.udg.mx

³¹ Mtro. En Administración de Negocios. Profesor Docente de tiempo completo del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara. gonzaloh@cusur.udg.mx

Key words: tourism and poverty, entrepreneurship and competitiveness.

Resumen

En esta publicación se presentan los resultados de una investigación sobre el diagnóstico de competitividad y emprendurismo en PYMES dedicadas al turismo en Tapalpa, Jalisco, año 2018/2019. El estudio se centra en el principio de que en la localidad un alto porcentaje de sus habitantes trabaja en actividades turísticas en empresas cuyos propietarios, en su mayoría, son ajenas a los problemas sociales y vida cotidiana del pueblo debido a que no viven ahí. Otra proporción más baja, es de habitantes que han emprendido un negocio y con altas y bajas han salido adelante para tener una vida económica y social aceptable.

De acuerdo a los resultados de campo, se evidencia la necesidad de que tanto los empresarios ya establecidos con antigüedad, como los nuevos emprendedores, requieren de capacitación para el fortalecimiento empresarial con el fin de mejorar su competitividad, incidir en la sustentabilidad y poder contribuir a mejorar las condiciones de pobreza en la población.

En ese sentido, se propone un programa de vinculación entre el Centro de Investigación en Emprendurismo, Incubación, Consultoría, Asesoría e Innovación del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara.

La propuesta se centra en que por medio de profesores y alumnos avanzados se tenga acercamiento con los empresarios de la zona de estudio por medio de las Asociaciones y cámaras de Comercio y el propio Gobierno Municipal con el fin de sensibilizarlos a la capacitación a mediano plazo.

Palabras clave: turismo y pobreza, emprendurismo y competitividad.

Introducción

El fin de este artículo es la presentación de un diagnóstico sobre las condiciones de competitividad y emprendurismo que se vive en una población rural catalogada como Pueblo mágico por 17 años. (Gómez, 2013), la investigación se aplicó en la población de Tapalpa, Jalisco, México en el año 2019 debido a sus condiciones de ser un destino turístico de montaña con presencia de índices de pobreza, marginación, migración y rezago educativo, por lo que se ve como una opción para desarrollar programas de

capacitación a microempresarios y con ello incidir en mejorar la competitividad, impulsar el emprendurismo y comenzar a aplicar principios de sustentabilidad desde la postura empresarial como estrategia para mitigar la pobreza. Durante la investigación se presentaron, algunos inconvenientes para la recopilación de datos, como es el caso de la dispersión geográfica de las empresas, lugares vacíos entre semana, lugares atendidos por personal no autorizados para responder a las preguntas y lugares no dispuestos a responder las preguntas por falta de interés.

Antecedentes

Existe un triángulo geográfico- turístico ubicado entre las poblaciones de Ciudad Guzmán, Tapalpa y Mazamitla, Jalisco, el cual cuenta con diversas empresas dedicadas a la atención de los turistas. De este triángulo se toma solo la parte de Tapalpa para el presente artículo. De acuerdo con los datos arrojados por la Dirección de Inteligencia de Mercados; Información Estadística y Evaluación de Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco, en esta zona territorial de Tapalpa, se ha presentado un incremento de visitantes en los últimos 7 años, que van desde un 2% en los años del 2012 al 2014, hasta un 8% acumulado en promedio del 2015 al año 2017, (SECTURJAL, 2012-2017), tanto de turistas como de excursionistas, los cuales cada día demandan más y mejores servicios de calidad en hospedaje, alimentación y diversión. Este aumento de viajeros trae consigo diversidad de necesidades, gustos y preferencias de los paseantes que repercuten en una mayor exigencia de calidad en los servicios, mejores precios y la búsqueda de empresas con responsabilidad social. Como una respuesta a lo anterior, la oferta de servicios que demandan los visitantes también ha incrementado, propiciando el crecimiento de algunas empresas ya existentes, al mismo tiempo, otras han incursionado en emprendimientos comerciales. De lo anterior se desprende que, al no existir un diagnóstico empresarial, surge la necesidad de realizarlo con base en los aspectos básicos de competitividad y emprendurismo en las que se encuentra la población para poder satisfacer las necesidades de los visitantes, población local y desarrollarse en concordancia con los principios de sustentabilidad que exige la sociedad en términos de responsabilidad social.

En ese sentido surge la siguiente interrogante: ¿los prestadores de servicios turísticos cuentan con las condiciones de competitividad y sustentabilidad suficientes para mantenerse,

crecer y en su caso emprender nuevos negocios, y con ello contribuir a la generación de empleos mejor remunerados?

Turismo y pobreza

El turismo, a 19 años del siglo XXI, ha tomado diversos matices que lo engloban en una actividad social con fuertes repercusiones en lo económico y lo ambiental, al respecto César y Arnaiz (2002:9), parten del principio de que “El turismo es en la actualidad un fenómeno masivo de grandes consecuencias económicas, sociales, culturales y ambientales; pese a ello, el mundo académico poco ha abordado su estudio y análisis.” En ese sentido la postura sociológica de Hiernaux (2000), de ver al turismo como un proceso societario de viajar, crea un evidente hecho que trae consigo diversas secuelas, las cuales pueden ser positivas como la conservación y generación de culturas manteniendo la identidad local, o en su versión contraria, la pérdida de valores culturales de la población adoptando otros modos de vida; estos elementos repercuten indirectamente en los cambios de hábitos de vida y de consumo económico, pudiendo generar empleos de buena calidad o dar puerta abierta a la explotación de recursos territoriales que finalmente contribuyen a la pobreza riqueza económica de una localidad.

Dado lo anterior, especificar un concepto único de turismo, permitiría anunciar una serie de verdades inconclusas en virtud de que el turismo proporciona numerosas opciones de objeto de estudio, dependiendo lo que se busque indagar, así por ejemplo de acuerdo con Virgen (2014:23), “El turismo ha cobrado una mayor importancia como fenómeno social, debido al gran número de desplazamientos de personas que provoca y a lo complejo de las interrelaciones que genera, lo que hace difícil su definición, al adoptar diferentes roles e interpretaciones dependiendo de la forma que se estudie..” En ese tenor, el turismo a casi 20 años del siglo XXI, sigue siendo un fenómeno social proveniente del tiempo libre con numerosas y variadas consecuencias, entre ellas, puede ser un factor que contribuya a la explotación de recursos humanos y territoriales o en su caso puede también ser un bastión para el desarrollo regional e incidir en mitigar la pobreza.

Pobreza

De acuerdo al Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco IIEG (2018), la pobreza “Está asociada a condiciones de vida que vulneran la dignidad de las personas, limitan sus derechos y libertades fundamentales, impiden la satisfacción de

sus necesidades básicas e imposibilitan su plena integración social”, para este efecto el mismo IIEG, expone que una persona es considerada en situación de pobreza multidimensional cuando sus ingresos no son suficientes para adquirir los bienes y los servicios que requiere para satisfacer sus necesidades y presenta carencia en al menos uno de los siguientes seis indicadores: rezago educativo, acceso a los servicios de salud, acceso a la seguridad social calidad y espacios de la vivienda servicios básicos en la vivienda.

En términos generales de acuerdo con su ingreso y a su índice de privación social, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, (CONEVAL), creó la metodología con la siguiente clasificación:

- a).- Pobres multidimensionales. - Población con ingreso inferior al valor de la línea de bienestar y que padece al menos una carencia social.
- b).- Vulnerables por carencias sociales. - Población que presenta una o más carencias sociales, pero cuyo ingreso es superior a la línea de bienestar.
- c).- Vulnerables por ingresos. - Población que no presenta carencias sociales y cuyo ingreso es inferior o igual a la línea de bienestar.
- d).- No pobre multidimensional y no vulnerable. - Población cuyo ingreso es superior a la línea de bienestar y que no tiene carencia social alguna.

Bajo esta clasificación Tapalpa presenta al menos tres de lo antes descrito, aunque en bajas proporciones, queda manifiesto.

Emprendurismo

El emprendurismo o emprendimiento, están relacionados con la actitud y la aptitud para crear nuevas ideas y ponerlas en práctica, pero a su vez conlleva a muchos otros elementos más que suelen surgir ante la necesidad de algo nuevo cuando lo existente ya no está funcionando, de esta forma se cataloga emprendedor a los genios que han logrado grandes inventos en beneficio de la comunidad.

De esta forma para Madrigal (2015), el emprendurismo desde las universidades conlleva a dos elementos básicos: Un factor interno que implica actitudes y percepciones del emprendimiento por parte de los involucrados; y factores externos como las políticas públicas y programas de educación en las universidades.

Madrigal (2015), lejos de tratar de conceptualizar el emprendurismo, parte del principio de que es en las

universidades donde se debe de propiciar estas actitudes tomando en cuenta que las instituciones educativas del siglo XXI, tienen entre sus actividades tres funciones sustantivas: Docencia, Investigación Extensión, y es ahí en la difusión del conocimiento científico, donde surge la aplicación mediante vinculación para impulsar el desarrollo local, regional y nacionales con posturas globales, tal es el caso de la creación de empresas en las zonas con potencial turístico que permitan a los propios pobladores hacerse de un negocio que les permita, ya sea un ingreso extra a su vida cotidiana o la independencia laboral como empleado dependiente de un hotel, un restaurante o cualquier otra actividad relacionada con el turismo.

El emprendurismo entonces puede incidir no solo en una persona, sino en toda una comunidad, cuando de manera organizada, se juntan varias personas interesadas en crear alguna actividad nueva e involucran ya no solo a ellos mismo, sino a las autoridades gubernamentales, representantes educativos y empresariales para formar una triple hélice y llegar acuerdos, como el caso de la Feria Nacional de la Birria, en Ciudad Guzmán, Jalisco, cuyo ejemplo de emprendimiento ha alcanzado ya 5 ediciones fortaleciendo microempresarios birrieros y contribuyendo a la conservación de la cultura gastronómica de la región Sur de Jalisco, (Hernández, 2018).

Competitividad

Para efectos del turismo, la competitividad es conocida como la capacidad de generar sistemáticamente mejores beneficios a la sociedad y rentabilidad a los empresarios de manera constante, en relación al giro de referencia en que se compite.

Para el caso de esta publicación se considera la postura del Instituto Mexicano de la Competitividad IMCO (2005), quien menciona que una empresa de cualquier giro, llega a ser competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios, cuyos costos y calidades son equiparables o mejores a los de sus competidores en el resto del mundo. En ese sentido y pensándolo en términos turísticos, la competitividad en un destino rural de montaña como el caso de Tapalpa Jalisco, queda sujeto a satisfacer las necesidades de los visitantes tanto como empresa y como destino en la suma de valores locales.

Dado la anterior, la competitividad juega un papel muy importante en las PYMES dedicadas a atender turistas en el entendido de que en estos sitios, el visitante busca encontrarse con el ámbito rural, de los pueblos originarios cuya característica

de servicio va de la mano de la identidad con productos locales y atención con calidez, además de la puesta en valor de la experiencia vivencial que podría ser única e irrepetible, es decir que el mayor sello de competitividad que pueda llevarse el turista se centre en la experiencia vivida al ponerse en contacto con ámbitos diferentes a su estilo de vida cotidiana en sus lugares de origen.

Descripción de la zona de estudio

El municipio de Tapalpa, Jalisco se ubica en la Sierra que lleva el mismo nombre que su jurisdicción y también se designa con el mismo nombre a la cabecera municipal, la cual, además, tuvo el distintivo de Pueblo Mágico desde el año 2002 hasta el año 2018. Esta área montañosa es una zona forestal localizada al sur del estado de Jalisco (aproximadamente a 130 km de la capital del estado, Guadalajara) y abarca nueve municipios, entre ellos el de Tapalpa, originalmente el aprovechamiento de los recursos naturales de esta zona se basaba en el uso forestal, agrícola y, en menor medida ganadero, (Martínez, 2010).

De acuerdo a la Dirección de Estadísticas del SECTURJAL, (2017), Tapalpa es un destino turístico de montaña cuya afluencia en el año 2016 fue de 119, 389 visitantes. El total de habitantes en el municipio hasta el año de 2015 fue de 19,506, es decir que el número de visitas supera en más del 80% al total de habitantes en un año. Pese a ser un destino turístico preferido por los visitantes, de acuerdo al IIEG, en Tapalpa el 61.1 % de la población vive en situación de pobreza, de esta forma el 30.3%, se considera vulnerable por carencias sociales; el 3.5 % es vulnerable por ingresos y sólo 5.1 % es no pobre y no vulnerable. Cabe resaltar que en el año 2010, el 10.9 % de la población presentó pobreza extrema, la cual para el 2015 disminuyó a 8.4 %, por otro lado, en 2010 un 48.7 % de la población estaba en pobreza moderada y para 2015 aumentó su porcentaje a 52.7 %, es decir paso de extrema a moderada (Instituto de Información estadística y geográfica., 2018), (Secretaría de Desarrollo Social, 2016). En el área de estudio conforme al Instituto de Información estadística y geográfica., (2018), “el municipio de Tapalpa cuenta con 823 unidades económicas a noviembre de 2017 y su distribución por sectores revela un predominio de unidades económicas dedicadas al comercio, siendo estas el 45.3% del total de las empresas en el municipio”. En distribución de las unidades económicas 2017: Agricultura, 0.4 % - comercio, 45.3% - servicios,

42.8 % - Industria, 11.5 %, con lo anterior se identifica su vocación para el turismo.

En el ámbito de los empleos el municipio de Tapalpa desde la perspectiva de trabajadores asegurados registrados ante el IMSS se ha incrementado, en diciembre de 2017, se reportó un total de 1,892 asegurados. En este tenor el sector económico que más empleos genera es la Agricultura con un total de 1,265 trabajadores concentrando el 66.9% del total de éstos en el municipio. El segundo sector con más trabajadores asegurados es la Construcción de edificaciones de ingeniería civil, que registró 156 asegurados, que representan el 8.2% del total de trabajadores asegurados. (Instituto de Información estadística y geográfica., 2018).

Llama la atención que el mayor número de registros ante el IMSS, lo tenga un sector ajeno directamente al turismo, lo que invita a analizar que, si bien el turismo genera empleos, estos, no se adaptan a las prestaciones establecidas por la Ley Federal del Trabajo.

Metodología

La metodología para la obtención de datos que nos permitieron diagnosticar la situación de emprendurismo y competitividad en Tapalpa, Jalisco se basó en un enfoque mixto con un alcance exploratorio pasando posteriormente al descriptivo, tomando en cuenta que no existe una investigación similar sobre el tema. Se llevaron a cabo los siguientes pasos:

- a) Investigación documental. - Se revisaron los textos escritos, en diversas fuentes bibliográficas sobre temas de turismo en la zona de estudio, luego,
- b) Se realizó un inventario documental y en campo de las empresas dedicadas al turismo
- c) Se inventariaron las empresas con el apoyo de la Dirección de Turismo del municipio y se encontró un total de 150 negocios activos
- d) Se diseñó y validó el instrumento para aplicarse físicamente mediante la encuesta en línea.
- e) Se aplicó en campo una muestra al 50% de los negocios, sin embargo, se encontraron diversas dificultades que obligaron a bajar la muestra al 30% con el criterio de aplicarse a los negocios que estuvieran en condiciones de responder las preguntas, lo anterior debido a que una gran mayoría, son empresas cuyos dueños viven fuera de la población y pocas veces van a atenderlo, algunos de ellos (en el caso de

cabañas), fueron construidas como casas de campo o segundas residencias y al dejar de ir de paseo, optaron por rentarlas, poniendo para su atención a los empleados de limpieza o mantenimiento, por otro lado muchos negocios solo abren los fines de semana o en temporada de vacaciones y no fue posible localizar a los dueños. Quedó claro con la investigación que del 100% de las empresas ya establecidas e inventariadas para el turismo, sólo el 60% se mantiene constante, o están legalmente constituidas, sin embargo, en temporadas de puentes y vacaciones, surge el doble de las inventariadas y atienden a los turistas en hospedaje, alimentación y servicio de guías. El instrumento completo comprende preguntas de diversos temas que involucran, sustentabilidad, emprendurismo, competitividad, planeación estrategia, cultura organizacional y otros temas; de este cumulo se separó sólo la parte de emprendurismo por considerarla estrategia separada para contribuir a mitigar la pobreza.

f) El análisis de datos se realizó en el software SPSS Statistic.

Resultados

Emprendedurismo

¿Cómo inicio el negocio?

El emprendurismo en Tapalpa se ha visto reflejado de diferentes maneras; la mayoría de las empresas, es decir el 40% (n=16,) iniciaron sus negocios porque se les presentó la oportunidad, seguidos del 30% (n=12), que tomaron un riesgo sin saber del negocio que representa, el 20% (n=9) emprendieron sus negocios por tradición familiar y el resto por razones diversas entre las que destacan el tener una preparación académica relacionada con los negocios.

Giro, género y edad de los emprendedores

De las 44 empresas encuestadas el 11.4% (n=5) son restaurantes, de los cuales tres fueron emprendidos por mujeres con una edad entre los 25 a 30 años y dos por varones con un rango de 25 a 55, mientras que en los restaurante-bar, el 22.7% (n=10) 7 pertenecen al sexo masculino con una edad que oscila desde los 18 hasta más de los 55, y 3 son del sexo femenino con una edad de 25 a 35.

En cuanto a las cafeterías (chocolaterías) que representan el 11.4% (n=5), 4 fueron emprendidas por mujeres con rango de 45 a 55 años y solamente 1 a un varón con un rango de edad de 25 a 34 años. En cuestiones de hospedaje con un 18.2% (n=8) de hoteles, 5 son emprendidos y dirigidos por mujeres, en su mayoría de 25 a 35 años y 3 por hombres del mismo rango; con respecto a las cabañas que representan el 16% (n=7), 4 de estas pertenecen a varones de 25 a 35 y de 45 a 55 años, los 3 restantes son de mujeres con una edad de 18 a 35.

En el ámbito gastronómico el 4.5% (n=2) son fondas, todas atendidas por sexo femenino con una edad de 25 a 34 y más de 55, mientras que los bares que son representados solamente por el 2.3 % (n=1) este pertenece a un hombre entre 45 y 55 años, este dato de tan sólo un bar, obedece a que el destino es de carácter familiar y en virtud de haber sido catalogado como Pueblo Mágico, existen pocos. En ese sentido la gran mayoría de los visitantes que consumen alcohol sin alimentos, suelen hacerlo en las cabañas y los beneficios económicos recaen en las tiendas que venden vinos y licores, mismas que no cuentan con permiso para su venta después de las 11 de la noche.

Por otro lado, los operadores turísticos representados por el 4.5% (n=2), los dos son varones entre 35 y 55 años. De las empresas dedicadas al turismo en Tapalpa, los resultados fueron muy equitativos, mostrando que en la segunda década del siglo XXI las oportunidades laborales para las mujeres se han ampliado, ofreciendo una diversidad de ámbito laboral en la que ambos géneros se pueden desenvolver por igual, emprendiendo negocios.

¿Cuáles fueron los principales problemas al iniciar el negocio?

Los principales problemas que se presentaron al iniciar un negocio para los emprendedores encuestados fue el desconocimiento de procesos administrativos, con un equivalente al 68% (n=30) seguido de la falta de capital, representando un 32% (n=14). El 11.4% (n=5) son restaurantes, de los cuales cuáles tres fueron emprendidos por mujeres, el 60% tuvo problemas por la falta de conocimiento en procesos administrativos y el 23 % por falta de capital. De las otras dos atendidas por varones, se tuvo la misma respuesta, lo que indica que los temas básicos para emprender un negocio no son exclusivos del género.

En los restaurante-bar siendo el 22.7% (n=10) 7 pertenecen al sexo masculino en donde más de las tres cuartas partes

presentaron problemas con la falta de conocimiento administrativo y el resto en cuestiones monetarias, mientras que de las 3 femeninas, el 55% tuvo problemas por la falta de conocimiento y el 28% con la falta de capital; en el tema de las cafeterías (chocolaterías) que representan el 11.4% (n=5), 4 corresponden a las mujeres las cuales más del 90% tuvo problemas con los procesos administrativos y el 14% con la falta de capital y solamente 1 corresponde a los hombres el cual tuvo problemas por falta de conocimiento.

En cuestiones de hospedaje el 18.2% (n=8) de los hoteles, 5 son dirigidos por las mujeres las cuales en su mayoría presentaron problemas con los procesos administrativos al igual que los 3 hombres y con respecto a las cabañas que representan el 16% (n=7), 4 de estas siete pertenecen a varones con una problemática de falta de conocimiento en procesos administrativos, mientras que sólo 3 mujeres, las problemáticas se presentan por igual; en el ámbito de las dos fondas, atendidas por mujeres, ambas problemáticas se les presentan por igual, en el caso de único bar encuestado y atendido por un hombre, su principal impedimento fue la falta de capital y por último los operadores turísticos manifestaron tener dificultades por el desconocimiento de procesos administrativos.

¿Cuáles fueron las decisiones más importantes al emprender la empresa?

Establecer un sistema de control financiero y establecer metas y objetivos, son las decisiones más complicadas que han tomado los empresarios de Tapalpa al emprender su negocio. Esto lo manifestaron los restauranteros, los hoteleros y los operadores turísticos, en el caso de las fondas, manifiestan manejar un sistema sencillo de entradas y salidas de dinero, sin embargo, todos ellos evidenciaron la necesidad de conocer mejores maneras de llevar controles contables y aprender a definir metas y objetivos. Cabe mencionar que de las empresas que fueron emprendidas y actualmente atendidas por mujeres, el 36% cuenta con estudios de licenciatura seguido del bachillerato y secundaria. En el caso de los hombres el nivel de estudios de licenciatura lo tiene un 40%, seguido por el bachillerato y secundaria en proporciones iguales estos últimos.

Cabe mencionar que el máximo nivel educativo que se enseña en la población y a 80 kilómetros de distancia, es el de bachillerato, en ese sentido los que han logrado el nivel de licenciatura han tenido que emigrar a diversos centros

educativos, incluyendo entre el ellos el Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara, a dos horas de distancia en camión y con pocas rutas o corridas de salida.

¿Se tienen planes para introducir nuevos productos y servicios en su empresa?

La mayoría de los empresarios del ramo turístico de Tapalpa, tienen planes innovar al introducir nuevos productos o servicios en su empresa así lo expresó el 60% (n=26), mientras que el 40% restante prefiere mantenerse a la zaga en los cambios cotidianos que tiene la vida económica de negocios. En el caso de los restaurantes, son las mujeres las que visualizan seguir emprendiendo innovaciones con el fin de satisfacer a los visitantes e incrementar sus ingresos.

Los restauranteros que también cuentan con bar, es decir el 22.7% (n=10) 7 son propietarios masculinos con edades desde los 18 hasta los 55, de ellos sólo 4 tiene planes de innovación, mientras que las 3 femeninas piensan mantenerse con los mismos servicios. Sobre las cafeterías (chocolaterías) que representan el 11.4% (n=5), 3 ya están pensando en introducir nuevos productos o servicios, este tema es complicado en cuanto la innovación debido a que el concepto los turistas de viajar a la sierra está relacionado con alimentos propios de la localidad, como el caso del Borrego al pastor, la birria y las carnes asadas, además de los antojitos propios del Estado de Jalisco, sin embargo esto no limita a generar creatividad en la presentación de los platillos, decoración y hasta en la optimización de los procesos operativos para atender al cliente, que son también temas del emprendurismo.

Las 2 fondas involucradas en la investigación y que son atendidas por mujeres, están divididas sus percepciones para crear nuevos productos.

En cuestiones de hospedaje el 18.2% (n=8) de los hoteles, 5 son dirigidos por las mujeres, en su mayoría de 25 a 35 años las cuales todas están dispuestas a aportar nuevas ideas. En tanto las cabañas que representan el 16% (n=7), 4 hombres y 3 mujeres planean innovar, pero no saben cómo. mientras que los bares que son representados solamente por el 2.3 % (n=1) este pertenece a un hombre entre 45 y 55 años dispuesto a planificar la introducción de nuevos productos y servicios al igual que los operadores turísticos que también representan el 4.5% (n=2) en donde los dos son varones entre 35 y 55 años.

En términos generales, el sexo, la edad y el giro de los emprendedores no es tema de límites para la constante innovación de productos y servicios con el fin de mejorar la calidad e incrementar sus ingresos y los de su personal.

¿Cuáles considera que son sus cualidades como emprendedor?

El 62% (n=27) de la muestra de los empresarios del ramo turístico de Tapalpa considera que una de sus principales cualidades como emprendedor es la motivación, mientras que, a la parte restante, que representa al 38% (n=17) menciona que se caracterizan por su capacidad intelectual.

Cabe mencionar que la motivación de acuerdo a los teóricos, es el principal elemento o cualidad que debe de tener toda persona que pretenda emprender un proyecto, ya sea negocio o idea de beneficio a una comunidad. Los restaurantes, representado por el 11.4%, de los cuáles tres fueron emprendidos por mujeres manifiestan que tienen la motivación como cualidad para iniciar negocios, mientras que los varones perciben que su principal cualidad es la capacidad intelectual; por otro lado, los restaurantes-bar correspondiente al 22.7% (n=10), en 7 de ellos predomina la motivación, seguida de la capacidad intelectual con los 3 restantes. En cuanto a las cafeterías (chocolaterías) que representan el 11.4% (n=5), el total consideran que su principal cualidad al momento que emprendieron su negocio y aun la mantienen es la motivación. Caso contrario es el de los de hospedaje en donde el 84% considera la capacidad intelectual como su principal cualidad, seguido por la motivación

Para las fondas, bares y operadoras turísticas se presenta el mismo caso donde la motivación es su principal característica. De las empresas dedicadas al turismo en Tapalpa, los resultados fueron muy equitativos, mostrando que en la segunda década del siglo XXI las oportunidades laborales para las mujeres se han ampliado, ofreciendo una diversidad en el ámbito laboral en la que ambos géneros se pueden desenvolver por igual.

Competitividad

¿Sabe quiénes son sus competidores?

El conocer las características mínimas de las empresas que se dedican al mismo giro, en términos de mercadotecnia se les llama competidores, y es una de las recomendaciones elementales, el saber con quienes se compite, en ese sentido de las empresas

encuestadas en Tapalpa, casi todas, es decir el 96% (n=42) tiene conocimiento sobre quiénes son sus competidores. Esta respuesta por la gran mayoría, se debe en cierta parte a que la población es pequeña y permite una cercanía entre las personas que se dedican al turismo. Resalta en este apartado el hecho de que son los hombres en su totalidad los que manifiestan conocer este dato, y el 4% restante corresponde a las mujeres específicamente aquellas dedicadas al servicio de hospedaje.

¿Sabe cuáles son las ventajas competitivas de su empresa?

En el entendido de que las ventajas competitivas son aquellas características que diferencian a un negocio de otros, el 96% (n=42) de las empresas encuestadas en Tapalpa dicen si tener conocimiento de cuáles son las ventajas competitivas de su negocio, en ese sentido se consideran mejor que otras que ofrecen el mismo producto, sólo el 4% restante manifestó desconocerlas, esto ocurre justamente en ambos sexos de emprendedores y en concreto en el giro del restaurante bar. Es menester explicar que la población de Tapalpa es un destino turístico familiar y los ambientes de consumo de alcohol, se dan condicionados a la ingesta de alimentos a excepción de los muy pocos bares. En términos de oferta de alimentos, la gran mayoría de los restaurantes venden los mismos platillos, a excepción de unos pocos cuyo giro específico es el pizzas y hamburguesas.

¿Qué acciones ha tomado basado en las ventajas competitivas de la empresa?

Para los empresarios del turismo en Tapalpa incluidos en la investigación, la mejor acción que han tomado para mantenerse en un buen estándar de competitividad, radica en mejorar el precio y la atención, así lo expresó el 49%, los cuales corresponden al giro de los alimentos, seguido del 46% de los entrevistados, los cuales respondieron que entre sus principales acciones está mejorar la calidad del servicio, y solamente el 4.5% mencionó ampliar el menú.

En ese sentido, algunas empresas han comenzado a participar en capacitaciones y apoyos gubernamentales, como el caso del extinto INADEM, cuyos apoyos se dieron mediante la consultoría para el fortalecimiento empresarial, pero solo aprovechado por algunos pocos de la actividad turística y si aplicado a otros giros comerciales.

¿Ha hecho comparaciones de productos y servicios contra los competidores (características, precios, variedad, entre otros), para identificar ventajas y desventajas de su empresa?

Tras realizar las encuestas correspondientes se sabe que el 66% (n=29) de las empresas dedicadas a la atención de los turistas de Tapalpa han realizado comparaciones de productos y servicios contra sus competidores, para de esta manera identificar las ventajas y desventajas de su empresa, mientras que el 34% (n=15) no lo han hecho.

De estos datos, las empresas que si han hecho comparativas son las de alimentos y bebidas en general en el caso de las mujeres ligeramente en porcentajes más altos que los de operadores turísticos y en el tema de los hombres, se da con más frecuencia en los restaurantes y muy bajo en los de hospedaje.

Conclusión

Tapalpa, Jalisco es un destino turístico de montaña cuyos visitantes generalmente lo hacen en grupos de familias y amigos, con una exigencia que en su mayoría va acorde a la oferta de hospedaje, alimentación y recreación, tipificada en el rango de visitas de temporada que va desde los fines de semana, puentes y periodos vacacionales. Los empresarios por su parte poco han innovado en el sentido de competitividad debido a que finalmente los visitantes siguen prefiriéndolo. En ese tenor, se considera necesario que los prestadores de servicios mejoren su sentido de competitividad, por un lado, para mantenerse a la vanguardia y por otro con el fin de satisfacer aún mejor a los turistas en virtud de que cada día, estos incrementan sus exigencias. Pero sobre todo es conveniente que sean más competitivos con el fin de mejorar sus ingresos y los de sus empleados al tener más herramientas para manejar sus negocios, como el caso de los procesos administrativos, estrategias mercadológicas y maneras de contabilización.

En el ámbito del emprendurismo con miras a mitigar la pobreza, queda evidente que la mayoría de los negocios son hechos por los mismos grupos de personas, sin que haya nuevos emprendedores y los que han incursionado en micros y pequeñas, les es insuficiente los pocos conocimientos tanto para mejorar las que ya tienen como para crear nuevas. Por otro lado, las mejores empresas son manejadas por personas ajenas a la población y los pobladores se quedan con las ganancias solo como trabajadores,

muchos de ellos con insuficientes prestaciones y seguridad laboral.

Ante esta situación surge la siguiente propuesta de manera general: Crear un programa de vinculación por parte del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara por medio del Centro de Investigación en Emprendurismo, Incubación, Consultoría, Asesoría e Innovación, (CIEICAI) específicamente para la población de Tapalpa mediante el modelo de la Triple Hélice, que involucre a los comerciantes y el gobierno municipal.

Literatura citada

CESAR A., ARNAIZ S. (2002). "Globalización Turismo y sustentabilidad". México, Universidad de Guadalajara.

GOMEZ NIEVES, S. "Diagnóstico de competitividad y sustentabilidad de los pueblos mágicos de Jalisco Estudio de Tapalpa". [En línea]: https://secturjal.jalisco.gob.mx/sites/secturjal.jalisco.gob.mx/files/u16/agenda_de_tapalpa.pdf (consultado el 17/07/2019).

HIERNAUX, D. (2000). La vida cotidiana su espacio y temporalidad, artículo "La fuerza de lo efímero, apuntes sobre la construcción de la vida cotidiana en el turismo. México D. F. Colegio Mexiquense –UNAM- Anthropos.

HERNANDEZ, VEGA, C. (2018). La Feria Nacional de la Birria: Caso de Éxito de la Triple Hélice. México. Universidad de Guadalajara.

INSTITUTO DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y GEOGRÁFICA. (2018). "*Tapalpa diagnóstico del municipio*". Jalisco. <https://iieg.gob.mx/contenido/Municipios/Tapalpa.pdf> (Consultado 16/07/2019)

INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD. (2005). "Los retos de la competitividad en México. Una agenda de reformas inmediatas". [http://cidac.org/esp/uploads/1/Los retos de la competitividad e n M xico. Una agenda de reformas inmediata PDF.pdf](http://cidac.org/esp/uploads/1/Los_retos_de_la_competitividad_en_Mexico._Una_agenda_de_reformas_inmediata_PDF.pdf) (Consultado 18/07/2019).

SECTURJAL. Dirección de Estadísticas. 2019. [En línea]:
<https://secturjal.jalisco.gob.mx/invierte-en-jalisco/estadisticas>
(Consultado 17/07/2019)

- Anuario 2011
- Anuario 2012
- Anuario 2013
- Anuario 2014
- Anuario 2015
- Anuario 2016

MADRIGAL TORRES B. (2015). "Cuatro elementos para formar una cultura emprendedora". México. Prometeo.

MARTÍNEZ IBARRA J. A. et al. (2010). "Fortalecimiento de las capacidades locales para el uso de la fauna silvestre como atractivo ecoturístico en Jalisco, México". Revista Gestión Ambiental No. 19, Pp. 19-32. Chile.

VIRGEN AGUILAR, C. (2015). "Turismo y Desarrollo Sustentable, un acercamiento al estudio del turismo" México. Universidad de Guadalajara- AMESTUR- UFPR.

SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL. (2016). "Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social 2016". Jalisco.
<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/185255/Jalisco.pdf>
(Consultado 20/07/2019)