



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**“PROPUESTA DE UN MODELO DE TURISMO RURAL
COMO ALTERNATIVA PRODUCTIVA EN EL
MUNICIPIO DE COAHUAYANA”**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

RENÉ AUGUSTO MARÍN LEYVA

Director de Tesis:

DR. EVARISTO GALEANA FIGUEROA

MORELIA, MICHOACÁN, ABRIL DE 2013



DEDICATORIA

A esposa e hijos...

AGRADECIMIENTOS

A todos aquellos que influyeron para que este trabajo este terminado.

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	1
ABSTRAC	1
1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. Planteamiento del problema	7
1.1.1. Pregunta de Investigación	8
1.2. Objetivos	9
1.3. Justificación	9
1.4. Hipótesis	9
1.5. Metodología	11
2. CONCEPTUALIZACIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA	
2.1. La industria turística	15
2.1.1. La evolución del turismo	23
2.1.2. Características del turismo antiguo y el nuevo modelo turístico	31
2.1.3. Dos grandes modelos de desarrollo turístico: Fordista de Masas y Postfordista	33
2.2. La evolución del turismo en México	38
2.2.1. Importancia actual del turismo en México	42
2.2.2. Modelos turísticos en México	44
3. EL TURISMO RURAL, SOSTENIBILIDAD Y SU CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA.	
3.1. Aproximación teórica al concepto de turismo rural	48

3.2. El turismo rural como segmento del turismo alternativo	51
3.2.1. Ecoturismo	52
3.2.2. Turismo de aventura	53
3.2.3. Turismo rural	54
3.2.3.1. Talleres artesanales	55
3.2.3.2. Vivencias místicas	55
3.2.3.3. Aprendizaje de dialectos	55
3.2.3.4. Fotografía rural	55
3.2.3.5. Talleres gastronómicos	55
3.2.3.6. Preparación y uso de medicina tradicional	56
3.2.3.7. Etnoturismo y casa rural	56
3.2.3.8. Eco-arqueología	56
3.2.3.9. Agroturismo	57
3.2.4. El concepto de Desarrollo Sostenible como parte del turismo rural	57
4. DESCRIPCIÓN GEO-SOCIOECONOMICA DEL MUNICIPIO DE COAHUAYANA	
4.1. Historia	65
4.2. Localización	66
4.3. Principales poblaciones	67
4.4. Tipos de suelo	68
4.5. Orografía	68
4.6. Hidrografía	71
4.7. Climatología	72

4.8. Flora	74
4.8.1. Selva mediana subcaducifolia	74
4.8.2. Selva baja caducifolia	75
4.8.3. Mangla	76
4.8.4. Selva espinoza caducifolia	76
4.8.5. Bosque de Pino-Encino	77
4.8.6. Palmeras de cayaco	77
4.8.7. Vegetación de dunas costeras	77
4.8.8. Sabana	77
4.9. Fauna	78
4.9.1. La asociación de selva mediana subcaducifolia	78
4.9.2. La asociación de los desmontes	79
4.9.3. La asociación en las selvas bajas	79
4.9.4. La asociación en lagunas y ríos de agua dulce	80
4.9.5. La asociación de los manglares	80
4.9.6. La asociación en agua de litoral	80
4.10. Situación demográfica del Municipio	81
4.11. Infraestructura y servicios básicos	82
4.12. Situación económica del municipio	83
4.12.1. Población económicamente activa	83
5. CREACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO RURAL PARA EL MUNICIPIO DE COAHUAYANA	
5.1. La planeación turística en el contexto rural	85
5.2. Consideraciones de la planeación turística rural	85

5.3. Panorámica del proceso de planeación del turismo rural	88
5.4. Diagnóstico situacional	89
5.4.1. El análisis de la oferta	90
5.4.1.1. Inventario de los recursos naturales	93
5.4.1.2. Inventario de recursos culturales	95
5.4.1.3. Inventario socioeconómico	95
5.4.1.4. Inventario de infraestructura y servicios	99
5.4.1.5. Inventario turístico	109
5.4.1.6. Elemento gubernamental	113
5.4.1.7. Elementos de seguridad	114
5.4.1.8. Elementos de imagen	115
5.4.2. El análisis de la demanda	118
5.4.2.1. Análisis Cuantitativo	118
5.4.2.2. Análisis Cualitativo	121
5.4.3. El análisis de la competencia	123
5.4.4. Tendencias	124
6. ESTRATEGIA: CREACIÓN DE UN MODELO DE TURISMO RURAL PARA EL MUNICIPIO DE COAHUAYANA	
6.1. Creación de un producto turístico diferente	126
6.2. Potencialización de la afluencia turística	130
6.3. Apoyos federales para proyectos de Ecoturismo	139
6.4. Composición ejidal del municipio de Coahuayana y los recibidos por dependencia	157
6.5. Zonificación del desarrollo turístico	159
6.6. Diversificación de la oferta zonificada	160

6.7. Presupuesto proyectado	164
6.8. Sostenibilidad en nuestro modelo	167
7. RECOMENDACIONES	169
8. CONCLUSIONES	173
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	177
10. ANEXO	182

RESUMEN

El turismo rural ha cobrado cada día mayor interés a nivel mundial, es así que cada momento un mayor número de países se preocupan por crear modelos turísticos con el fin de maximizar los beneficios para las comunidades receptoras de turismo rural, y en México esta situación no es la excepción ya que la Secretaria de Turismo de la federación así como la del estado han creado una serie de políticas y guías con las cuales se pretende crear modelos turísticos en los municipios del país.

El municipio de Coahuayana de Hidalgo; Michoacán se encuentra ubicado en la zona costera del estado de Michoacán sin embargo y a pesar de que cuenta con un gran potencial turístico el mismo no se ha podido desarrollar de acuerdo a su potencial, es por esto que este municipio el cual es uno de los más marginados del estado fue considerado para el estudio de esta investigación, para lo cual se realizo un estudio sociodemográfico detallado en el cual se demostró que se cuenta con las condiciones para crear una propuesta de un modelo de turismo rural.

Se formulo un diagnóstico de la situación que vive el municipio de Coahuayana lo cual es relevante para crear una estrategia adecuada para desarrollar un modelo de turismo rural, ya que si se toma la decisión de utilizar el turismo rural como un potencializador de desarrollo se hace necesaria que la calidad de la planeación y de la propia estrategia.

Es importante establecer que la propuesta contribuirá al desarrollo de un turismo rural competitivo y sostenible, que sea capaz de adaptarse a las nuevas demandas con la innovación de nuevos productos en complemento con los tradicionales. Es por eso que la estrategia de creación de un modelo de turismo rural adecuado para el municipio de Coahuayana tiene como meta el desarrollo del mismo.

ABSTRAC

Rural tourism has gained ever-increasing worldwide interest, so that each time a larger number of countries pursuing tourism modeling in order to maximize

benefits to host communities of rural tourism in Mexico and this situation is the exception, where the Secretary of Tourism of the federation and the state have created a series of policies and guidelines which are intended to create models of tourism in the municipalities.

Coahuayana Township of Hidalgo, Michoacan is located in the coastal area of Michoacan but despite that has a great tourism potential it failed to develop according to their potential, which is why this county which is one of the most marginalized of the state was considered for the study of this research, for which we performed a detailed demographic study which has demonstrated that the conditions to create a proposal for a model of rural tourism.

Diagnosis was made of the situation in the municipality of Coahuayana which is relevant to create an appropriate strategy to develop a model of rural tourism, as if the decision to use tourism as a potentiator rural development is needed that the quality of planning and the strategy itself.

Within the strategy we propose the creation of a totally different tourism product as tourism with its multiplier effect will increase the income levels of the population in addition to drag on other sectors of the economy.

It is important to establish that the proposal will contribute to the development of a competitive and sustainable rural tourism, which is able to adapt to new demands with new product innovation in supplement to traditional. That is why the strategy of creating a model suitable for rural tourism Coahuayana municipality aims at the development.

1. INTRODUCCIÓN

La finalidad de la presente investigación es la de crear un modelo de turismo rural en el municipio de Coahuayana, en esta parte del estado de Michoacán se hace necesario que existan investigación sobre una nueva clase de turismo que impacte de manera importante sobre los niveles de ingresos de sus habitantes y de la misma manera ayude a abatir el rezago social en el que existes los mismos; sus alcances serán determinados en el avance de la misma investigación, debido a que su utilidad económica creemos que será de importancia, ya que no es posible en este momento determinar a ciencia cierta la proyección de trascendencia económica que tendrá en un futuro.

Es una realidad que el desarrollo económico va a la par de la implantación de modelos teóricos que se ven materializados en ciertos espacios y momentos determinados, de esta manera es que en este trabajo se presenta un modelo de turismo rural el cual al ser una aproximación de la realidad que vive el municipio servirá al mismo tiempo como herramienta de análisis y propuesta de desarrollo para el propio municipio.

En el capítulo dos se explica el concepto de turismo y como es que se ha dado la evolución del mismo a través del tiempo y cómo el turismo como actividad multisectorial requiere la concurrencia de las distintas áreas de la economía, de la misma manera requiere a los sectores públicos y privados, en donde podemos destacar que el turismo ha demostrado un crecimiento casi ininterrumpido a lo largo del tiempo, aumentando en períodos de auge económico, moderando su crecimiento en períodos de recesión y recuperando rápidamente su elevado ritmo de crecimiento tras un período de crisis económica.

En lo que se refiere a su evolución se comienza explicando los periodos de evolución del turismo, pasando a los dos grandes modelos de turismo. Y en un tercer momento explicamos cómo se dio el nacimiento del turismo en México y la evolución que tuvo el mismo y la importancia que este tiene actualmente a través de los modelos que maneja la Secretaria de Turismo.

En el capítulo tres se explican los conceptos de turismo rural y sostenibilidad en donde podemos definir que los perfiles del turismo rural como actividad turística aparecen difusos, no existiendo un consenso académico o legal sobre el concepto de Turismo Rural, problema puesto ya de relieve por la propia investigación ya que de acuerdo a los documento revisados podemos afirmar que hay dificultades existentes, dada la inexistencia de definiciones y fronteras conceptuales exactas, no ya para el concepto de Turismo Rural sino incluso de espacio rural, conceptos que pueden englobar acepciones muy distintas en función de los países.

Sin embargo, podemos decir que el turismo rural incluiría el agroturismo y todas las actividades deportivas, culturales y cinegéticas que se desarrollen en el medio rural. De la misma manera es importante retomar el concepto de Secretaria de Turismo la cual concebía igualmente al turismo rural como un gran contenedor donde incluir cualquier aprovechamiento turístico en el ámbito del mundo rural, precisando que el protagonista principal y destinatario de sus frutos debía ser la propia sociedad rural.

El concepto de desarrollo sostenible, está claro que ha sido construido en torno a la ética. En él se subraya que cualquier plan de desarrollo sostenible debe definirse de forma simultánea y equilibrada hacia facetas del desarrollo (económico y social) la preservación y conservación del medio ambiente.

Mantener el necesario equilibrio entre el desarrollo y el medio ambiente es por tanto el gran motivo del desarrollo sostenible. Pero, antes de proseguir en esta presentación del concepto de desarrollo sostenible, interesa reseñar tres asuntos de relativa importancia: la adaptación de la Tierra a cualquier situación, que el desarrollo sostenible es un asunto de largo plazo y la poca ética por parte de las decisiones de las naciones sobre desarrollo.

En el capítulo cuatro se hace de manera sistemática una descripción físico geográfica del municipio de Coahuayana donde se puede observar cuales son las características que muestra en su conjunto el área de estudio que sé está realizando.

De la misma manera observamos cómo está integrado geográficamente el municipio de Coahuayana, lo cual es apoyado por mapas tanto de macrolocalización como de microlocalización los cuales nos ayudan a comprender y a ubicar nuestro objeto de estudio.

Para la realización de este capítulo se utilizaron la enciclopedia estadística de los municipios las cuales fueron de carácter digital e impreso, estas fueron de gran apoyo ya que los datos que se pueden obtener en ellas son confiables.

Es de destacar la importancia que tiene conocer estos datos ya que con ellos podemos hacer un análisis específico de cuáles son los antecedentes con los que se cuentan para poder abordar el tema del turismo rural en el municipio de Coahuayana.

En el capítulo cinco hacemos un diagnóstico situacional del municipio explicando, en un primer momento, cómo se da la planeación en el contexto del turismo rural la cual será una condición de suma importancia para la viabilidad del proyecto, además de ser condición necesaria para poder aspirar a ser objeto de los apoyos del gobierno federal de los cuales hablaremos más adelante, lo cual nos sirve como antecedente metodológico para realizar el análisis tanto de la oferta, en donde propio análisis nos permite conocer con profundidad nuestra base de recursos, así como los posibles impactos ecológicos sociales y culturales que pudieran derivarse de la explotación turística de tales recursos. De la misma manera se analiza la demanda, donde se trata de descifrar la posible existencia de segmentos de demanda; reales o potenciales consumidores de los productos turísticos zonales, de manera que dispongamos de un cierto margen de actuación comercial y no se trate de una mera apuesta en el vacío, por último realizamos un análisis de la competencia y las tendencias.

En el capítulo seis se explica de manera detallada como crear un modelo de turismo rural a través de una estrategia de potencialización de este tipo de turismo, en donde los apoyos del gobierno federal jugarán un papel importante, ya que se encuentra que existe un desconocimiento por parte de los ejidatarios del municipio de cómo los apoyos que reciben pueden ser utilizados para la creación

de modelos de turismo rural, y de la misma manera como acceder a nuevos apoyos los cuales pueden coadyuvar a crear nuevas formas de turismo y desarrollar el modelo que se está proponiendo.

1.1. Planteamiento del problema

En el municipio de Coahuayana podemos encontrar una serie de problemáticas que se manifiestan a simple vista, donde podemos decir que en lo que se refiere al nivel de cobertura de servicios con que cuenta el municipio tiene grandes carencias y los equipamientos para cada uno de los rubros en los que entra esta definición también es muy pobre especialmente en la zona Norte del municipio.

De la misma manera, podemos decir que las principales deficiencias estructurales del lugar son:

La anarquía, improvisación y desorden en la actividad turística ya que el municipio no cuenta con ninguna clase de documento rector que apoye a los interesados en crear empresas turísticas rurales y cuando se tiene alguna clase de iniciativa se hace esta misma de la manera antes mencionada.

La falta de capacitación y know-how específico es un tema desconocido para lo ofertadores de servicios turísticos. En el municipio no existe una instancia que ofrezca este tipo de servicios, sin embargo también es importante resaltar que tampoco existe una cultura por parte de los ofertadores en buscarla, lo cual crea un círculo vicioso; en este sentido, debemos recordar que el conocimiento de los procesos creadores adquiere un valor cada vez más importante, ya que la creación de modelos turísticos llevara consigo una beneficio para el propio ofertador.

La creación de servicios adecuados es una parte importante en cualquier modelo de desarrollo y en este no puede ser la excepción ya que en el municipio la falta de servicios es latente lo cual no ayuda de ninguna manera en la implantación de nuevas modalidades de potencialización productiva. Sin embargo no es único para el municipio de Coahuayana, ya que la falta de servicios es un problema común en el estado de Michoacán.

La escasez de recursos financieros es una problemática que debe ser planteada siempre que de problemas estructurales se habla en México y esta no es exclusiva de algún estado en particular o municipio, ya que los flujos de

recursos necesarios para la creación de Pymes o cualquier otro tipo de empresa conlleva siempre a una problemática más aguda de la economía mexicana.

Sin embargo, es este nicho de oportunidad el cual debe de ser explotado con el conocimiento de cuáles apoyos son a los que puede acceder la población, los ejidatarios, las organizaciones civiles o cualquier otro innovador que quiera hacer crear una empresa turística rural y centrar parte importante de la investigación sobre estos apoyos a la población.

Encontramos en el municipio que hay una inexistencia de una política consensuada e integral para el desarrollo del sector turístico del propio municipio.

El municipio de Coahuayana de Hidalgo se encuentra en una situación desfavorable en lo que refiere a su desarrollo económico y social, el turismo es un tema olvidado en la agenda municipal por lo tanto se hace necesario plantear un esquema de turismo que sea adecuado a las necesidades del entorno, y en ese sentido podemos plantearnos la siguiente pregunta:

1.1.1. Pregunta de Investigación

¿Es viable la creación de un modelo de turismo rural como estrategia para incrementar la afluencia de turismo en el municipio de Coahuayana?

Ya que nuestra área de estudio se encuentra en una situación privilegiada en lo que respecta a su situación geográfica ya que al estar localizado en la costa michoacana se hace necesario plantear una estrategia que permita el desarrollo económico del mismo.

1.2. Objetivos

Desarrollar un modelo de turismo rural en el municipio de Coahuayana el cual se consolide como una alternativa productiva para el mismo, con lo que se tendrá un desarrollo económico y social, de la misma manera con el incremento en la estructura y productividad de las empresas turísticas se incrementara el ingreso y el bienestar de las familias

Demostrar que el desconocimiento de los distintos apoyos federales por parte de las autoridades municipales y de los ejidatarios en cuanto al turismo rural se refiere, es un factor clave para el bajo o inexistente nivel de desarrollo que tiene el municipio en materia de este tipo de turismo.

1.3. Hipótesis

El desconocimiento de los distintos apoyos federales por parte de las autoridades municipales y de los ejidatarios en cuanto al turismo rural se refiere, es un factor clave para el bajo o inexistente nivel de desarrollo que tiene el municipio en materia de este tipo de turismo.

1.4. Justificación

Es una realidad que el turismo es una fuente importante de divisas en donde debemos considerar que México es el país número uno en la captación de turistas internacionales en América Latina los cuales durante el 2010 ingresaron al país por el orden de los 21 millones de turistas, sin embargo es prioritario destacar que este solo fue el 20% del turismo total, lo cual nos indica que los turistas nacionales que recorrieron el país durante ese año fue de 80 millones de turistas lo cual representa una cantidad importante de turistas nacionales.

La actividad turística emplea aproximadamente a 2.4 millones de mexicanos y genera alrededor de 12 mil millones de dólares al año lo que demuestra la importancia de este sector en nuestro país, presentándose como una estrategia alterna a la venta exclusiva de hidrocarburos y al mismo tiempo generar una base sólida de crecimiento y desarrollo.

De la misma manera podemos decir que a pesar del inmenso potencial que tiene el turismo como herramienta generadora de desarrollo y la importancia que

se le está dando a nivel internacional a las políticas turísticas alternativas como fuentes de mitigación de la pobreza, la relación entre el turismo rural y la mitigación de subdesarrollo sigue siendo una tierra desconocida en el ámbito académico nacional.

No obstante la relevancia económica que tiene el sector turismo en los países en desarrollo, mayoritariamente por la generación de ingreso de divisas, por atraer la inversión extranjera directa, por incrementar la recaudación fiscal y sobre todo por la creación de nuevos empleos, no fue hasta hace poco tiempo que se comenzó a considerar al turismo como una estrategia de interés para generar desarrollo y disminuir la pobreza.

Lo anterior se fundamentara ampliamente en donde podremos indicar que el beneficio que trae consigo al sector de los pobladores locales en la venta de bienes y servicios de la actividad, expandiendo y diversificando las economías locales, un alto consumo de la mano de obra local y el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.

Ya que el turismo rural es una tema poco estudiado en el Estado de Michoacán, y de la misma manera en el municipio de Coahuayana, la conveniencia de desarrollar un modelo de turismo en el sentido de incrementar la base de investigación sobre el tema en el Estado de Michoacán; de esta manera podemos determinar que la trascendencia social será importante ya que el beneficio que puede reportar esta investigación a la población del municipio puede ser altamente benéfica ya que puede resolver de manera práctica y ante la ausencia de modelos de turismo rural, la problemática central que se plantea en esta investigación.

Por lo tanto podemos decir que la presente contribuirá a generar un modelo turístico rural el cual pretendemos que se consolide como una alternativa de desarrollo económico y social.

La problemática en el turismo en el estado de Michoacán no es un tema nuevo, es una realidad que en esta no se ha puesto énfasis a este rubro el cual a nivel nacional contribuye con el 8.3% del PIB, genera 1.88 millones de empleos

directos, el 6% del personal ocupado en el ámbito nacional, con ingresos superiores en 30% a la media nacional. Según estimaciones, el turismo contribuyó con casi cinco mil millones de dólares de ingresos tributarios.¹

Es por lo anterior que se hace necesario hacer una investigación del tipo que estamos planteando.

1.5. Metodología

La investigación se realizó en su mayor parte desde el enfoque cualitativo, realizando también un análisis descriptivo cuantitativo, con una revisión importante de la literatura turística, haciendo uso del método inductivo, lo que nos permite generar una estrategia para la creación de un modelo de turismo rural para el municipio de Coahuayana.

Se realizaron visitas de campo al municipio con el fin de llevar a cabo una entrevista a los ejidatarios del municipio lo que marcaría la tendencia que sigue esta investigación al plantearse un método mixto de investigación de tipo secuencial en la cual en la primera etapa recolectamos los datos cualitativos a través de la encuesta y en un segundo momento se analizó que sucede con el ingreso que se tiene por apoyos federales y la posibilidad de utilizarlos en alguna de las modalidades del turismo rural.

Para la etapa de recolección de datos de la investigación utilizaremos una muestra probabilística basada en el software para computadora Decision Analyst STATS 2.0 de ejidatarios en Coahuayana

De una población de 716 ejidatarios del municipio de Coahuayana se desea conocer si fueron objeto o conocen los apoyos federales para proyectos de ecoturismo y para ello se desea tomar una muestra por lo que se necesita saber la

¹ www.sectur.gob.mx

² Para Krippendorff (1985) los ocios, y el turismo en tanto que uno de sus aspectos, no constituyen un mundo apartado que tiene sus propias leyes. Ellos son la consecuencia, y simultáneamente un componente, del sistema social industrial, de la organización de los seres humanos y de la civilización moderna.

³ (Mazón, 2001).

⁴ "Según datos de Economics Research Associates (ERA) se trata de un fenómeno que en el año 2000 se puede cifrar en 342 parques, mayoritariamente en Estados Unidos y Canadá (33%) y Asia

cantidad de ejidatarios a entrevistar para tener una información adecuada para lo cual estableceremos un nivel de confianza del 95% y un error del 10%.

Valores a estimación:

$$n = ?$$

$$e = 5\% = 0.10$$

$$Z = 1.96 \text{ (tabla de la distribución normal para el 95\% de confiabilidad y 5\% de error)}$$

$$N = 716 \text{ (universo)}$$

$$\rho = 0.50$$

$$q = 0.50$$

Ecuación:

$$n = \frac{Z^2 \rho \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 \rho \cdot q}$$

En seguida el software realiza las operaciones para calcular n :

Ilustración 1

The screenshot shows the 'Decision Analyst STATS™ 2.0' window. The main title is 'Sample Size Determination (Sample Size for Population Percentage Estimates)'. The interface is divided into two main sections: 'Inputs' and 'Results'. In the 'Inputs' section, the 'Universe Size' is set to 716, 'Maximum Acceptable Percentage Points of Error' is set to 10%, 'Estimated Percentage Level' is set to 50%, and 'Desired Confidence Level' is set to 95%. The 'Results' section shows 'The Sample Size Should Be...' with the value 85. At the bottom, there are buttons for 'Calculate', 'Reset', and 'Exit'. The footer contains the contact information '817 640-6166 | www.decisionanalyst.com'.

Section	Field	Value
Inputs	Universe Size	716
	Maximum Acceptable Percentage Points of Error	10%
	Estimated Percentage Level	50%
	Desired Confidence Level	95%
Results	The Sample Size Should Be...	85

Fuente: Software para computadora Decision Analyst STATS 2.0.

Para la investigación se necesita una muestra de al menos 85 encuestas a ejidatarios.

Lo que aquí se hace es dividir a la población en subpoblaciones o estratos por cada uno de los ejidos y se selecciona la muestra para cada estrato. La estratificación aumenta la precisión de la muestra e implica el uso deliberado de diferentes tamaños de muestra para cada estrato, " a fin de lograr reducir la varianza de cada unidad muestral " (Kish, 1965), en su libro de muestreo que en un número determinado de elementos muestrales $\eta = \sum \eta_h n$ la varianza de la media muestral $\bar{x}$ puede reducirse al mínimo si el tamaño de la muestra para cada estrato es proporcional a la desviación estándar dentro del estrato.

$$f_h = \frac{\eta}{N} = K S_h$$

En donde f_h es la fracción del estrato, η el tamaño de la muestra, N el tamaño de la población, S_h es la desviación estándar de cada elemento del estrato h , y K es una proporción constante que nos dará como resultado una η óptima para cada estrato.

Siguiendo nuestro problema de los ejidatarios, tenemos que la población es de 716 ejidatarios y que el tamaño de la muestra es $\eta = 25$, la fracción para cada estrato será f_h :

$$f_h = \frac{\eta}{N} = \frac{25}{716} = 0.034916$$

De manera que el total de la subpoblación se multiplicará por esta fracción constante a fin de obtener el tamaño de muestra para el estrato. Sustituyendo tenemos que:

$$N_h \times f_h = \eta_h$$

Tabla 1

**MUESTRA PROBABILÍSTICA ESTRATIFICADA DE EJIDATARIOS DEL
MUNICIPIO DE COAHUAYANA**

Municipio	Núcleo Agrario	Ejidatarios fh=0.118715	Muestra
-----------	----------------	----------------------------	---------

		Nh(fh)=nh	
COAHUAYANA	ACHOTAN	30	3
	CERRITO DE LAS	20	15
	COMPUERTAS		
	COAHUAYANA	120	7
	COL. 20 DE	60	16
	NOVIEMBRE		
	EL RANCHITO	130	10
	EL TICUIZ	80	4
	LA PEÑA	35	7
	PALOS MARÍAS	56	5
	SAN MIGUEL DEL	40	9
	RIO		
	SAN VICENTE	70	4
	UNIÓN DE	30	6
	CAMPESINOS		
	ZAPOTAN	45	3
TOTAL		716	85

Fuente: Elaboración propia con base en Núcleos Agrarios Certificados por el Procede, Registro Agrario Nacional Delegación Michoacán, Morelia 2008.

El cuestionario se presenta como anexo numero 1

2. CONCEPTUALIZACIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

2.1. La industria turística

El turismo es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas -agricultura, construcción, fabricación- y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo, en Singapur, una actividad turística importante, son las compras, pero no el entretenimiento; en Londres, tanto el entretenimiento (teatro, cine, conciertos, museos y monumentos) como las compras son entradas importantes para el sector del turismo.

Ubicado el turismo en el sector servicios (o sector terciario), enfocaremos nuestra atención a su evolución histórica.

En principio, precisamos que "turismo y viajes no son palabras sinónimas, aunque el turista viaje y a veces ese viajero sea turista" (Secretaría de Turismo, 2004). Esto es porque el ser humano ha sido viajero desde los albores de su historia, pasando por los fenicios, los romanos, los grandes viajeros de la edad media (recuérdese las cruzadas), sin olvidar al legendario Marco Polo, hasta llegar a la edad moderna y con ella los grandes descubrimientos geográficos. (Secretaría de Turismo Estado de Michoacán, 2000) (Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, 1984)

En otras palabras, hasta ese momento los viajes se hacían con diferentes objetivos: comerciales, científicos, religiosos, de aventura, expansión territorial, etc., pero encontramos un común denominador en todos ellos: el efectuar viajes era arriesgado porque durante siglos prácticamente los medios de transporte fueron los mismos, y tuvieron un progreso casi imperceptible.

Este panorama cambió radicalmente con el advenimiento del capitalismo como modo de producción hegemónico. Concretamente, es en este período

histórico cuando el viajero común deja de ser simplemente eso, para pasar a convertirse en turista. La causa fue, principalmente, el hecho de verse motivado a desplazarse por diferentes motivos a los que habían existido, ya que al desarrollarse los medios de transporte, teniendo como ejemplo las grandes empresas ferroviarias de los Estados Unidos de América se tuvo un enorme auge de personas que necesitaban viajar por motivos de negocios sin embargo estos viajes representaban ya un peligro mínimo al que en antaño se tenía al intentar atravesar del este al oeste de esta nación por el medio de caravanas.

Este cambio se vio generalizado en las naciones que su desarrollo tecnológico les permitió avanzar de manera veloz en la manera en la que hacían los viajes y en el objeto de los mismos.

El ocio ha sido definido por Dumazedier (1962) como un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria, sea para descansar, sea para divertirse, sea para desarrollar su información o su formación desinteresada, tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales. Es por ello que la actividad turística ha sido definida como una variante del ocio, con unas determinadas características espacio-temporales, que parten a su vez del esquema dual ocio-trabajo y que se asocia con las emociones, el juego y la satisfacción que pueden proporcionar igualmente otras fuentes de actividad². Pero, los ocios, y el turismo en tanto que uno de sus aspectos, no constituyen un mundo apartado que tiene sus propias leyes. Ellos son la consecuencia, "y simultáneamente un componente, del sistema social industrial, de la organización de los seres humanos y de la civilización moderna" (KRIPPENDORF, 1985, pág. 167).

En esta civilización "el turismo tiene menos que ver con el campo de las necesidades que con el de las posibilidades: es una actividad vinculada con el lujo generalizado, propia de las sociedades ricas" (DE PABLOS & CABRERA, 2004,

² Para Krippendorf (1985) los ocios, y el turismo en tanto que uno de sus aspectos, no constituyen un mundo apartado que tiene sus propias leyes. Ellos son la consecuencia, y simultáneamente un componente, del sistema social industrial, de la organización de los seres humanos y de la civilización moderna.

págs. 261-262). En palabras de Turner y Ash (1975), el "turismo es una invasión exterior de los centros metropolitanos altamente desarrollados, hacia la periferia incivilizada", y en esta actividad, el ritual representado, la naturaleza aparentemente impoluta, la emoción de la aventura "quedan rápidamente inmortalizadas, con el desarrollo tecnológico, en una película fotográfica o en vídeo. Lo efímero, el simulacro de la realidad, pasa a ser lo 'auténtico' y el compartir, 'lo democrático', queda sumido en una forma paralela al estilo de vida, el consumismo. La oferta turística se basa siempre en estampas y promesas excitantes de ruptura con el ritmo de vida cotidiano, cálidas playas y ambientes tropicales-culturales para los integrantes de la población periférica (Santana, 2003).

Según la Organización Mundial del Turismo (1998) el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros. Se trata de una definición amplia y flexible, que concretiza las siguientes características más importantes del turismo: 1) introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, "ocio, negocios, otros"; 2) acotación temporal del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos -tres meses- o con la periodificación previsto por algunas legislaciones para delimitación de lo que se considera residencia habitual - seis ,meses-; 3) delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el período de estancia; 4) localización de la actividad turística como la actividad realizada "fuera de su entorno habitual", y que la Organización Mundial del Turismo establece que consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente.

Característicamente, pues, el turismo implica³: a) un desplazamiento de gente a través del espacio y por un período de tiempo en el que se permanece en un nuevo lugar; b) por un período de tiempo determinado, en un lugar fuera del

³ (Mazón, 2001).

ámbito de residencia y trabajo con la intención de volver al hogar; c) los lugares elegidos no están directamente conectados con el trabajo y normalmente suponen un contraste con el trabajo; d) dado que mucha gente participa de las prácticas turísticas, se desarrollan formas socializadas de hacer frente a ese turismo masivo; e) los lugares de destino se eligen con anticipación sobre la base de ensoñaciones, fantasías o ilusiones. Esta anticipación constituye o se sustrae de actividades sociales no turísticas tales como la televisión, el cine, la literatura, etc.; f) el turista busca las características que lo separen de la vida cotidiana.

La Organización Mundial del Turismo (2002), en lo que se refiere al turismo internacional, destaca que su evolución ha registrado un crecimiento casi ininterrumpido a lo largo del tiempo, aumentando en períodos de auge económico, moderando su crecimiento en períodos de recesión y recuperando rápidamente su elevado ritmo de crecimiento tras un período de crisis económica. Esta organización señala que en el 2002 la llegada de turistas internacionales ha rebasado la frontera de los 700 millones, y, a pesar de las desalentadoras expectativas y de los debates sobre la crisis, el año terminó con un aumento del 3,1 por 100. Así, el turismo demostró su resistencia y desafió a los pronósticos más pesimistas formulados por muchos agentes relevantes del sector tras los atentados del 11-S. En total, según los datos preliminares enviados a la Organización Mundial del Turismo por fuentes oficiales de países Miembros y no Miembros, 715 millones de llegadas turísticas se registraron el año 2003, cifra que representa 22 millones más que en 2001, si la comparamos con el "año del milenio" -que para muchos expertos es la referencia obligada- casi 19 millones más que en 2000.

Las cifras anteriores justifican que el turismo sea uno de los fundamentos básicos de la economía de muchos países, y distintos indicadores muestran que el incremento de las actividades turísticas proseguirá, y a mayor ritmo. Así, por ejemplo, la Organización Mundial del Turismo (2002), tomando en cuenta las previsiones del World Travel and Tourism Council (World Tourism Organization, 2003) recogidas en el cuadro uno, estima que el turismo tendrá una producción de 7,1 trillones de dólares en el año 2006. Teniendo en cuenta que en 1996 el turismo

representó el 10,7% del Producto Interior Bruto (PIB) mundial, empleó a 255 millones de personas en el mundo, supuso 766 billones de dólares en nuevas instalaciones y equipamiento, y una recaudación de 653 billones de dólares en impuestos, puede deducirse que el incremento del turismo reporta un claro beneficio a la economía en general. Según la Organización Mundial del Turismo (2002), más de 1000 millones de turistas internacionales viajarán en el año 2010 y se calculan 1602 millones para el 2020; los ingresos por turismo alcanzarán la cifra de 621000 millones de dólares en el 2000, de 1,5 billones en el 2010 Y de 2 billones en el 2020.

Tabla 2

ESTIMACIONES MUNDIALES EN TURISMO 1996-2002			
	1996	2006	Crecimiento real
Trabajo	US\$ 255 millones	US\$ 385 millones	50.10%
Trabajo % Total	10.70%	11.10%	-
Output	US\$ 3.6 millones	US\$ 7.1 millones	48.70%
PIB	10.70%	11.50%	49.60%
Inversiones	US\$ 766 millones	US\$ 1.6 trillones	57.30%
Exportaciones	US\$ 766 billones	US\$ 31.5 trillones	51.20%
Impuestos	US\$ 653 billones	US\$ 1.3 trillones	49.60%

FUENTE: OMT, 2002

La actividad turística está claramente influenciada por el crecimiento económico. Basándose en esta correlación la Organización Mundial del Turismo (2002) distingue las siguientes etapas en su evolución:

1) Desde los años cincuenta hasta la década de los ochenta, el número de viajes internacionales en el ámbito mundial se duplicó cada diez años aproximadamente. Además, cabe referir que en este período de tiempo, la demanda de todo tipo de bienes se caracterizó por un continuo crecimiento.

2) En la década de los años ochenta, el mercado del sector turístico alcanzó un mayor grado de madurez, caracterizándose por un crecimiento más lento de la demanda y por exceso de oferta-o Así, el aumento medio de las llegadas de turistas internacionales a los destinos concretos creció a un ritmo más lento, en torno a 14,5% anual.

3) En el comienzo de la década de los años noventa el turismo internacional no ha mostrado una tendencia clara en su crecimiento, aunque se ha caracterizado por presentar un elevado grado de resistencia a las fluctuaciones económicas. No obstante, se registraron algunas disminuciones en las tasas de crecimiento del turismo internacional en los años 1991 y 1993, debido a la influencia de la fuerte recesión económica de los países industrializados a raíz de la Guerra del Golfo. Sin embargo, la experiencia disponible pone de relieve que el turismo tiene una resistencia extraordinaria y una habilidad sin parangón con otras industrias para superar las crisis. En su expansión, el turismo internacional ha sufrido importantes fluctuaciones de su tasa de crecimiento. Sin embargo, desde el inicio de la serie cronológica en 1950 no ha experimentado en todo el mundo ni un solo año de disminución significativa.

Paralelamente a esta expansión, se han desarrollado nuevos productos y la actividad turística se ha ido extendiendo a nuevas regiones del planeta y esto ha sido posible por la conjugación de una serie de factores, como el incremento y la consolidación de los períodos vacacionales pagados, una mayor flexibilidad en el horario de trabajo, la incorporación de la mujer al mercado laboral, el retraso en la edad de contraer matrimonio y tener hijos, el mayor porcentaje de adultos solteros, el envejecimiento de la población, una mejor calidad de vida. A lo que se le une el conocimiento previo de los distintos países a través de los medios de comunicación de masas e Internet.

Además, en la industria turística, desde la perspectiva de la oferta, se observa que las transformaciones se han multiplicado en subsectores claves de la cadena de valor turístico, con la aparición de nuevos agentes y modelos de negocio que han dado lugar a diferentes estructuras de mercado a las que se han debido adaptar, no con pocos costes y esfuerzos, las estrategias de las empresas tradicionales. Éste es el caso del impacto de las compañías de bajo coste en el transporte aéreo, de las agencias virtuales o los portales institucionales en el campo de la distribución y del crecimiento desbordante de la oferta residencial en zonas turísticas para el sector del alojamiento, y, por otro, de la multiplicación de iniciativas de creación de parques temáticos⁴, y como reflejo de que el entretenimiento no es sólo un campo de actividad sino un ingrediente necesario para entender el funcionamiento de la economía y de la sociedad en la fase actual del capitalismo. Tanto es así que la civilización del ocio preconizada por Dumazedier (1962) se traduce en la introducción de los valores del ocio en los procesos productivos y de consumo convencionales. Por ejemplo, "el concepto de 'experiencia', es actualmente requerido por todos los sectores productivos. A través de la creación de marcas que proponen estilos de vida, las grandes corporaciones incorporan a sus productos no sólo capital humano y tecnológico sino también, y especialmente, capital simbólico. El entretenimiento explica, sencillamente, que una relación de mercado no se circunscribe únicamente a la venta de bienes, y de servicios sino que puede ocasionar experiencias. La producción de productos y de equipamientos de ocio (incluidos el turismo, la cultura, los juegos y los medios de comunicación) cataliza esta dinámica y se

⁴ "Según datos de Economics Research Associates (ERA) se trata de un fenómeno que en el año 2000 se puede cifrar en 342 parques, mayoritariamente en Estados Unidos y Canadá (33%) y Asia (35%). En conjunto generan 545 millones de visitas. En 1990, según la misma fuente, el número de parques en todo el mundo era de 225, el total de visitas fue de 300 millones y los ingresos se cifraron en torno a los 7 mil millones de dólares. Estas cifras expresan un crecimiento del 51 % en el número de parques, del 82% en el número de visitas y del 97% en el volumen de negocio entre 1990 y 2000. La tendencia al crecimiento es, pues, acelerada, especialmente si se tiene en cuenta que una parte significativa de este incremento se realizó entre 1995 y 2000" (Antón, 2005, pág. 70).

inscribe de manera plena, en consecuencia, en el negocio de la economía de la experiencia" (Antón, 2005)⁵. Una industria cuyos actores se reflejan en la tabla 2.

Tabla 3

PARTICIPANTES DEL SISTEMA TURÍSTICO		
Sistema turístico		
	Participantes directos	Participantes indirectos
Sociedades de Origen	Agente de viajes (promotores)	Grupos de población cercanos al turista (familia, amigos vecinos etc.)
	Turistas potenciales (demanda supresiva-efectiva)	Grupos gubernamentales (conservacionistas ligados al desarrollo)
	Fuerza de trabajo	
Destino	Turistas	Población residente cercana (fuera del área de destino)
	Fuerza de trabajo foránea	Políticos, gestores y administradores
	Fuerza de trabajo local	Agentes de comercio (proveedores del destino)
	Población residente en el área de destino (locales y foráneos con residencia permanente)	Grupos no gubernamentales (conservacionistas ligados al desarrollo)

FUENTE: Santana, (2003).

⁵ Véanse Ritzer (2000), Rifkin (2000) para quienes la consolidación de la industria de la experiencia es el último estadio evolutivo del capitalismo.

2.1.1. La evolución del turismo

El turismo puede ser reconocido desde el momento en que se empezó a viajar; la narrativa de Marco Polo en siglo XIII, el Grand tour de la aristocracia británica a Europa en el siglo XVIII y los viajes de David Livingstone por África en el siglo XIX son ejemplos del turismo temprano. A Thomas Cook se le considera el fundador de los viajes organizados en la medida en que utilizó, en 1841, un tren alquilado para transportar turistas de Loughborough a Leicester. Antes de 1950 el turismo europeo era sobre todo una actividad nacional, exceptuando algunos viajes internacionales, en particular dentro de Europa continental. En el periodo de recuperación que siguió a la II Guerra Mundial, una mezcla de circunstancias dio ímpetu a los viajes internacionales.

Las antiguas maravillas constituyeron los primeros atractivos para el turismo. Las siete maravillas del mundo de la antigüedad fueron:

- 1) Las pirámides de Gizeh en Egipto.
- 2) Los jardines colgantes de Babilonia.
- 3) La estatua de Zeus (Júpiter) en Olimpia.
- 4) El templo de Artemisa (Diana) en Efeso.
- 5) El mausoleo de Halicarnaso.
- 6) El coloso de rodas.
- 7) El faro de Alejandría (Domínguez Guzmán, 2002).

El final de la Edad Media trajo consigo el surgimiento de la cultura occidental, ya que al entrar en contacto las culturas occidental y oriental durante las cruzadas, se encontraron ambas.

Se avanzó con certeza en la hipótesis de la redondez de la tierra. Por su parte, Cristóbal Colón descubre América, hecho que dio a conocer por vez primera las tierras y las culturas de un mundo que, con justa razón, viene a ser llamado nuevo (para España). Sus seguidores, sin embargo, tuvieron plena conciencia de estar explorando un mundo inédito para los europeos; la navegación se

perfeccionó para los viajes largos y, en consecuencia, los desplazamientos humanos se incrementaron notablemente.

Años más tarde, surge la Revolución Francesa y con ella la influencia de nuevas políticas que se diseminan a una velocidad vertiginosa por todo el mundo, hecho que trajo aparejada una constante motivación a las personas de esa época para desplazarse, ya fuera para fines comerciales o para lograr la satisfacción de otros intereses.

El turismo ha pasado de ser una práctica de reducidas dimensiones para minorías adineradas, a ser un suceso que por su volumen, rapidez de crecimiento y efectos producidos, ha sido caracterizado como un fenómeno de masas, y como un vehículo de cultura, ocio, recuperación física y emocional, y sobre todo, como una conquista del Estado del Bienestar. Para la aparición del turismo de masas, tenían que darse los siguientes dos requisitos que no se produjeron hasta después de la Segunda Guerra Mundial: 1) la revolución de los transportes y su acceso a un gran número de personas, que acercaba enormemente en tiempo y dinero lugares previamente muy lejanos, y 2) una extensión de cierto bienestar entre las clases populares que sólo fue posible con el Estado del Bienestar. De hecho, "la primera definición académica de turismo se produce en 1942, coincidiendo con dicha guerra. Estas condiciones socioeconómicas unidas evidentemente a los avances tecnológicos, y no otras, son las que permiten a Turner & Ash poder hablar de Nómadas de la Opulencia, los que proceden de las nuevas Constantinoplas -de ciudades como Nueva York, Londres, Hamburgo o Tokio-, quienes han creado un nuevo territorio, tanto social como geográfico, sumamente dependiente: la Periferia del Placer" (Mendez, 2003, pág. 48).

El turismo ha experimentado una evolución que ha coincidido con la culminación de ciertos períodos o etapas históricas, explicativas de diversos cambios y del comportamiento de sus perfiles⁶. En este sentido, se han efectuado distintas periodizaciones, por ejemplo, Fayos-Solá (1993) establecen que la evolución del turismo se puede clasificar en las siguientes tres etapas:

⁶ (Lichorish & Jenkins, 2000)

1) la etapa artesanal: se caracteriza porque el producto turístico es personalizado, hecho a medida. Existe un gran contacto entre los pocos turistas existentes y proveedores de la experiencia turística; 2) la etapa Fordiana: el mercado se caracteriza por cambios tecnológicos (aparición de los aviones de pasajeros a reacción), por nuevos procedimientos de gestión (franquicias, tarifas Apex), por cambios sociales profundos (costumbres, sistemas educativos) y por un contexto económico más dinámico (bajo precio) del petróleo, globalización progresiva de la economía). Estos factores favorecieron la aparición de una demanda numerosa, poco experimentada, con la motivación básica de sol y playa, así como la respuesta por parte de la oferta turística con la creación de rígidos paquetes turísticos estandarizados, cuya ventaja competitiva esencial era el bajo precio conseguido a través de economías de escala; 3) la nueva era del turismo: se caracteriza fundamentalmente por una mayor competencia entre las empresas y destinos turísticos, en un mercado altamente saturado por la aparición de una demanda más experimentada y madura, mucho más informada, con nuevas y diferentes motivaciones y exigencias y, además, por el surgimiento de nuevas tecnologías que inciden directamente en el comportamiento de la oferta y la demanda. En este contexto, la oferta turística estandarizada a bajos precios ya no es la estrategia óptima para la obtención de rentabilidad a largo plazo. La creciente sofisticación de los consumidores requiere nuevos sistemas de gestión que respondan, a través de una mayor flexibilidad y segmentación, a los diferentes deseos y necesidades de los clientes.

De modo sintético, y haciendo recopilación de la literatura, podemos establecer la siguiente evolución del turismo:

1) Primeros veinticinco años (1900-1918): el turismo en general se concibe exclusivamente como un privilegio de determinadas clases sociales, pertenecientes a rangos elevados, profesional o políticamente hablando. Son los continuadores de los jóvenes ingleses que efectuaban el ritual del Gran Tour. Ahondando en los orígenes del turismo moderno, "conviene analizar cómo en el siglo XVIII ya se empleaba en Inglaterra la frase de origen francés faire le Grand Tour, para referirse a aquellos jóvenes que, tanto para complementar su

educación como por otro tipo de objetivos efectuaban largos recorridos por diferentes países del continente europeo, dentro de la más pura tradición antigua. En el Grand Tour encontramos el soporte de lo que puede considerarse el verdadero "fósil" del turista moderno" (Mazón, 2001, pág. 69).

2) Período entre guerras (1919-1945): el turismo continúa siendo un privilegio. Así mismo, el turismo internacional, por el efecto del avance tecnológico (especialmente el ferrocarril y el del automóvil) acelera su crecimiento. El turismo interior en los países más desarrollados (especialmente en Europa y en los EE.UU.), comienza a tener valores significativos. El turismo internacional se identifica exclusivamente a movimientos asociados a circunstancias ligadas a viajes muy específicos, originados especialmente por motivaciones de carácter social, política, actividades artísticas, reuniones científicas. En lo que se refiere al turismo interior, podemos decir que era un poco más amplio y admitía que las familias con niveles significativos de renta, adoptasen la costumbre del desplazamiento vacacional, en particular durante el período veraniego.

3) Tercer período, la masificación 1946-1975): en este período, con el final de la guerra, el concepto de turismo, cambia. A partir de del año 1945 se produjo un cambio radical, "ya que la aviación comercial se incorporó, de forma plena, a los medios de transporte utilizados por la industria turística, por lo que la 'Periferia del placer' pudo expandirse y abarcar nuevos destinos vacacionales para las masas y que hasta entonces se encontraban demasiado alejados, en factor tiempo, de los principales centros emisores de turistas, como es el caso de España, Grecia, Bermudas, Bahamas, Cuba, Hawái, y un largo etcétera" (Mazón, 2001, pág. 92).

La creciente disposición de los turistas a la hora de viajar utilizando el avión ha dado lugar, señala Mazón (2001, pág. 94), a tres fenómenos de relevancia desde el año 1945: a) se incrementa sustancialmente el flujo anual de los norteamericanos que, gracias al avión, pueden cruzar con comodidad y en corto espacio de tiempo el Atlántico para acudir a Europa; es decir, se potencia firmemente un fenómeno en el que los nuevos imperialistas se ven atraídos por

visitar las decadentes culturas europeas, de las que buena parte de ellos mismos son descendientes; b) se produce un gran crecimiento de la industria turística en las zonas del mar del Caribe, en donde los norteamericanos han podido explotar el vacío dejado por la retirada política de las antiguas potencias coloniales y, de esta manera, poder controlar y disfrutar de esta privilegiada área turística; e) en Europa tiene lugar una espectacular explosión de los centros vacacionales del Mediterráneo, "aprovechando sobre todo la necesidad de sol de los turistas procedentes de las regiones más frías del continente; esta corriente turística ha afectado sobre todo a Francia, Italia y España; las dos primeras construyeron su industria turística sobre su experiencia y por su herencia cultural; sin embargo para el caso de México la evolución se dio de manera distinta como se explica continuación."

En el tercer período la masificación en la actividad se impone, dado que los determinantes de la demanda nunca han sido más favorables para propiciar el gasto en viajes y ocio. Así, "un continuo aumento del Producto Interior Bruto (PIB), del 3% o más anual en los años más prósperos, para los países de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), fue un estímulo para el crecimiento o de los viajes en un 6% o más cada año. El turismo ha demostrado ser elástico a la renta. Superando cierto umbral de ingresos, una vez cubiertas todas las necesidades primarias, la población de los países más ricos tiende a gastar la repta disponible en lo que anteriormente se consideraba un lujo" (Lichorish & Jenkins, 2000, págs. 29-30).

Las cifras del turismo internacional en el año de 1975 llegaron al valor de 222 millones y el turismo interior, formalmente reforzado por los esfuerzos para desarrollar el turismo social, llega en los países de la OCDE a ser casi el 50% de la población total. En este tipo de turismo quienes tenían control eran los touroperadores y las cadenas hoteleras. Por ejemplo, según la Organización Mundial del Turismo (1998), en EE.UU. los principales actores responsables de la creación del turismo de masas fueron las cadenas hoteleras (Holiday Inn, Hilton Hotels, etc.) y las aerolíneas (American Airlines, TWA, etc.) Las cadenas, a través de las marcas y el establecimiento de un servicio estándar en todo el mundo,

suministraban seguridad acerca de las características del hotel que iba a ser ocupado, y daban confianza a aquellos consumidores que necesitaban rodearse de comodidades que les fueran familiares, en entornos completamente desconocidos para ello. En Europa, los touroperadores (Club Méditerranée, Nouvelles Frontières, Thomson Holidays, etc.) jugaron el mismo papel que los hoteles en EE.UU., proporcionando igualmente ciertos niveles de seguridad en el entorno que rodeaba al consumidor, a través de su control sobre la oferta en el destino y la compañía aérea utilizada para viajar. Los paquetes turísticos europeos incluían siempre los vuelos chárter y eran en su mayor parte viajes intra-europeos dirigidos hacia los destinos soleados del Mediterráneo (Véase tabla 3).

Tabla 4

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE MASAS EN EUROPA Y EE.UU.

	EE.UU.	Europa
Fuerza motriz	Oligopolios de aerolíneas y de sus precios promocionales	Touroperadores con paquetes turísticos muy estructurados
	Cadenas hoteleras	Vuelos chárter
Viajes	Principalmente viajes nacionales	Viaje intra-europeo
	Viajes de negocios	Viaje de placer
Tiempo de vacaciones	Viajes de fines de semana	Mas vacaciones pagadas
	Descansos cortos	Vacaciones más largas
Gestión	Marketing de masas	Marketing de masas
	Marcas de hoteles	Marcas de vacaciones
	Extensas aerolíneas y cadenas hoteleras	Capacidad de compras de Touroperadores
	Boom en la construcción de hoteles	Touroperadores ofrecen seguridad y asumen riesgos
	Hoteles y aerolíneas	

FUENTE: OMT, (1998)

4) Cuarto período, calidad y sostenibilidad (desde 1976 hasta la actualidad): se produce el nacimiento de una nueva conciencia por la calidad de los servicios turísticos⁷, por la conservación medio ambiental y de la naturaleza, y sobre todo, se generalizan los destinos turísticos. Aparece el convencimiento en numerosos países en vías de desarrollo que de apoyar actividades de servicios como la turística, podrán mejorar el nivel de calidad de vida y su desarrollo. El turismo "internacional ejerce dos impactos fundamentales: 1) en el comercio. El impacto sobre el comercio es propio de la demanda turística.

Cuando los turistas viajan a conocer países, el acto de viajar por sí mismo estimula el comercio: la mayoría de los viajeros de larga distancia utilizan el avión, a su vez, la mayor parte de los aviones se fabrican en Estados Unidos y después son exportados a otros países. (...) En consecuencia, para el país receptor del turista, estas importaciones representan pérdidas. En cambio, para la economía internacional, constituyen oportunidades de negocio y generan exportaciones; 2) en la redistribución. El impacto redistributivo del turismo internacional consiste en que la mayoría de turistas internacionales proceden de países desarrollados con ingresos elevados y gastan parte de su renta disponible en países con renta inferior mediante la actividad turística. De esta forma, una parte de la renta de los países más ricos se redistribuye por otros países a través del turismo, dándose la circunstancia de que muchos países están en vías de desarrollo" (Lichorish & Jenkins, 2000, pág. 84).

⁷ La calidad de los servicios turísticos es la apuesta más segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Esta es la filosofía que sostiene la Calidad Total. Su objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta forma beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes.

En este período se destaca que ha terminado la homogeneidad en el tráfico mundial y los distintos mercados muestran distintas tasas' de crecimiento y respuestas a las fuerzas económicas. Antes de 1990 "ya estaba bien establecido un mercado altamente segmentado en Europa y los países industrializados. La demanda y comportamientos tradicionales han sido superados por nuevas modas y preferencias, y por los nuevos intereses de la población muy móvil, experimentada y sofisticada en cuanto a viajes y ocio" (Lichorish & Jenkins, 2000, pág. 47).

En este período, aumenta el interés por la especialización de una actividad, viajar por un motivo, por deporte, aprendizaje, salud o en busca de aficiones. La notable reducción en el coste real de los viajes internacionales, especialmente en las rutas de larga distancia, ha abierto nuevas posibilidades, y ha incrementado en gran medida las fuerzas competitivas. Las expectativas de mayor calidad, valor del dinero y preocupación por las satisfacciones medioambientales son nuevos factores importantes que inciden en la demanda en el conjunto. El atractivo de los simples 'productos de masas' anteriores, tales como el sol, el mar y la arena ya no son suficientes para asegurar el éxito a largo plazo. Por ello, los destinos turísticos, en sus esfuerzos de mantenimiento y mejora de su competitividad, tienen las siguientes cuatro estrategias: a) conceder prioridad al medio ambiente, b) convertir al turismo en un sector líder, e) fortalecer los canales de distribución del destino y d) fomentar un sector privado local más dinámico.

Las anteriores estrategias se justifican en tanto que la industria turística se está reorganizando, y un nuevo tipo de turismo está emergiendo. Un turismo caracterizado por la calidad, la flexibilidad, la sensibilidad hacia aspectos medioambientales, la individualización y la innovación. Así, se proclama que la producción turística en masa tuvo su momento y su lugar, y el protagonismo lo tiene ahora la producción turística flexible. Con la prestación de servicios turísticos en masa "los beneficios se obtenían a través de la reproducción en grandes cantidades de paquetes idénticos, consiguiendo importantes economías de escala y bajos costos unitarios. Con la prestación flexible la estandarización ha sido desplazada por la variedad y la especialización, las empresas han pasado a

competir en calidad y no en precios, segmentan sus mercados, escuchan con atención a los clientes y tratan de adaptarse lo más posible a sus necesidades y deseos" (Vázquez & Díaz, 1999, pág. 515).

Esta dinámica se acentúa con el informacionalismo, y que se distingue por "la revolución de las tecnologías de la información y su difusión en todas las esferas de la actividad social y económica, incluida la contribución para proporcionar la infraestructura para la formación de la economía global" (Castells, 2000, pág. 258). Informacionalismo y economía global están plenamente relacionados, incluso Castells (2000, pág. 218) los identifica cuando argumenta que el ascenso de la economía informacional global se caracteriza por el desarrollo de una nueva lógica organizativa que está relacionada con el proceso actual de cambio tecnológico, pero que no depende de él. La convergencia e interacción entre un nuevo paradigma tecnológico y una nueva lógica es la que constituye el cimiento histórico de la economía informacional. Esta lógica organizativa se ha manifestado en tendencias diferentes en la transformación organizativa, pero todas ellas se basan en redes. Las redes "son el elemento fundamental del que están y estarán hechas las nuevas organizaciones. Y son capaces de formarse y expandirse por todas las calles principales y los callejones traseros de la economía global porque se basan en el poder de la información, proporcionado por el nuevo paradigma tecnológico".

2.1.2. Características del turismo antiguo y el nuevo modelo turístico

Poon (1993) describe en la siguiente tabla (4) las características del antiguo turismo (de masas) y del nuevo turismo (postfordista). De este modo, del turismo de masas de los años sesenta y setenta "se ha pasado a un turismo selectivo, o mejor dicho, a la convivencia del turismo de masas con el turismo selectivo y diversificado, atento a la pluralidad de gustos y elecciones de los potenciales consumidores. De esta manera, las causas del placer de los visitantes serían muy variadas, y por tanto, también los criterios que motivan, acorde con las ingentes posibilidades para viajar que existen hoy día. Pero la lógica del placer es insaciable: cada vez son necesarias mayores dosis para lograr satisfacer el mismo

estímulo, lo que genera una espiral continua. Más sitios, más formas, más originalidad y novedad. Lo que ya está visto vende poco, hay que crear e innovar: el turismo sexual, el turismo de riesgo, (DE PABLOS & CABRERA, 2004, pág. 263).

El turismo ha pasado de ser una actividad que sólo podían realizar personas privilegiadas a estar al alcance de mayor población en las sociedades industrialmente avanzadas. Asimismo, se reconoce la significación del turismo al considerado como una actividad económica importante y se ha facilitado el acceso al turismo ya que el crecimiento acelerado de las plazas de alojamiento, en múltiples destinos turísticos, así como el de las plazas en los medios de transportes, han abaratado el precio del bien turístico, cosa que ha facilitado la generalización de éste.

Tabla 5

CARACTERÍSTICAS DEL ANTIGUO Y EL NUEVO MODELO TURÍSTICO		
	Antiguo turismo	Nuevo modelo
CONSUMIDORES	Búsqueda de sol	"Con ropa"
	Inexperiencia	Madurez
	Gregarismo seguro	Singularización
TECNOLOGÍA	No amistosa	Relacionable
	Usuarios limitados	Todos somos usuarios
	Aislada	Integrada
PRODUCCIÓN	Competición mediante precio	Competición a través de innovación
	Economías de escala	Economías de escala y gama
	Integración vertical y horizontal	Integración diagonal
GESTIÓN	Mano de obra es un costo de producción	Mano de obra es clave para la calidad
	Maximizar capacidad	Gestionar el rendimiento

Vender lo que se produce	Escuchar a los consumidores
Regulación	Desregulación
Crecimiento económico	Reestructuración
Crecimiento incontrolado	Límites de crecimiento

FUENTE: Poon (1993)

Por otra parte, el deterioro del medio urbano que obliga a escapar temporalmente de las grandes ciudades, el fuerte avance tecnológico de los medios de transporte que ha reducido el tiempo y la incomodidad de los viajes han hecho que el consumo turístico se ampliase. En cualquier caso, "de forma genérica puede afirmarse que, el concepto de consumo demostrativo para referirse al turismo, ha ido dejando paso en las sociedades modernas a la idea de ocio compensatorio que encuentra cada día mayor espacio dentro de la distribución del gasto familiar en todos los estratos sociales. Por su parte, la gran diversidad de oferta para todos los niveles adquisitivos, ha conseguido una imagen de cierta nivelación social por medio del consumo turístico, desde los modelos estandarizados (mcdonalizados de viajes, hoteles y restaurantes, siguiendo la expresión de Ritzer) a precios- muy asequibles, frente a servicios muy sofisticados y trato personalizado, para un público de alto nivel adquisitivo. No obstante, esos mismos no dejan de evidenciarse como la persistencia de una gran diferenciación social" (Rubio, 2003, pág. 272).

2.1.3. Dos grandes modelos de desarrollo turístico: Fordista de Masas y Postfordista

Las anteriores etapas se han sintetizado, por Lash y Urry (1996), en dos grandes modelos de desarrollo turístico:

1) El modelo de consumo de masas o fordista. Según Santana (2000) la industria turística fordista se desarrolla a partir de los años sesenta. En la búsqueda de nuevos mercados, dentro de estrategias de globalización, las grandes compañías se esfuerzan por alcanzar una mayor cuota de mercado y una

mayor concentración, lo que acaba configurando un sector oligopolístico en el que se pueden manipular los flujos de origen-destino. Estas compañías funcionan con economías de escala y productos homogéneos. Por todo ello, esta situación se puede considerar análoga a la producción fordista de bienes. El turismo fordista se desarrolla ahora en los "nuevos mediterráneos turísticos" mientras los países tradicionales intentan reconvertirse.

2) El modelo postfordista de turismo. Para Santana (2000) la industria turística postfordista no constituiría una ruptura clara con lo anterior, sino una evolución de la misma. En términos generales vendría marcada por la desintegración vertical y la externalización de actividades periféricas mediante la subcontratación. Esta "nueva demanda turística" se caracteriza por un mayor conocimiento del producto, tendencia hacia los productos a la carta y mayor hábito de consumir ocio de forma turística. Se intensificarán los desplazamientos cortos, en fines de semana o vacaciones cortas. Cada tipo de demanda tendría un predominio entre determinadas clases sociales. Las clases trabajadoras aprovechan las economías del fordismo turístico, mientras que las formas alternativas son en principio consumidas por turistas con notable experimentación fordista anterior, cuadros profesionales o con perfiles educativos superiores.

El modelo postfordista permite afrontar, gracias al manejo informático, la gestión integrada en un proceso continuo de varios productos turísticos intermedios, junto a un producto final flexible, la disminución de rentabilidad relativa que la producción en masa (fordismo) del turismo afronta por los menores incrementos de productividad y rigidez de su oferta. Tal como indica Antón (2005, pág. 232), las nuevas oportunidades de consumo, la incorporación de las tecnologías a la producción y la globalización del entretenimiento mediático está generando dudas acerca de lo que efectivamente está ocurriendo en las maneras como las personas se relacionan.

Los cambios son rápidos y globales. Ahora bien, "también es cierto que existe continuidad entre los modos de producción y consumo instaurados en la modernidad de los sistemas de producción fordistas clásicos y la actualidad. Así,

más allá de la coherencia del marco interpretativo que provee el posmodernismo acerca de determinados aspectos característicos de los parques temáticos y de la emergencia de una cultura de consumo que ha conquistado el tiempo de ocio, puede sostenerse que los parques temáticos son un fenómeno anclado en la modernidad, que atiende al consumo de masas, que implica estructuras rígidas y que pone el acento en la racionalización. Desde esta perspectiva, por lo tanto, puede considerarse y evaluarse la hipótesis de que la disneyalización, como la mcdonalización, es un fenómeno moderno que continúa siendo importante en un mundo que desde algunas interpretaciones se ha considerado postmoderno".

Ante las modificaciones que afectan a los insumos de información y de integración turística se están produciendo recomendaciones en la combinación de los factores de producción del turismo e innovaciones organizativo-administrativas. Sus efectos más sensibles "son la mayor integración vertical de la oferta para permitir una gestión cohesionada de todas las fases en que se divide el proceso de organización productiva de las firmas, cuyo resultado evidente es el proceso de integración en grandes cadenas de buena parte de la oferta turística internacional" (Marchena Gómez, 1994, pág. 82).

Pero simultáneamente, la presión social de ciertas capas para desmasificar el uso del tiempo de ocio turístico ha abundado, en una desintegración vertical o externalización de la producción entre formas especializadas subcontratadas para la realización temática de una tipología turística específica⁸, por grandes operadores, o funcionando en asociación, o en red, como empresas libres articuladas. En cualquiera de esas posiciones de respuesta al fordismo en la industria turística se asiste a una incontestable globalización de los mercados y mayor competencia mundial, y a una búsqueda de eficiencia en los incrementos de productividad del trabajo y capital, al cambiarse los insumos tecnológicos y hallarse nuevas formas en la organización del trabajo y el proceso productivo. Hecho este último que afecta notablemente a una actividad como la turística, cuya singularidad reside en los servicios personales.

⁸ Bruner y Alarcón (2005).

Estas nuevas formas han generado la paradoja de que en un contexto productivo postfordista, se den espacios recreativos altamente fordistas.

Así, partiendo del ejemplo de los parques turísticos, Ritzer y Liska (1997) sostienen que si bien la tesis de Urry (1990) del tránsito desde el fordismo al postfordismo en el turismo es cierta (en el sentido de que los viajes altamente estandarizados están en declive), también es cierto que los parques turísticos siguen siendo una de las opciones preferentes de la demanda y siguen siendo productos cerrados. De hecho, "los viajes organizados en grupo están pensados para ofrecer previsibilidad y eficacia. Es decir, algo que no produzca sorpresas aunque ello signifique mantener un contacto mínimo con la gente, la cultura y las costumbres de los países que se visitan. En esta misma línea, los turistas se sienten más cómodos conociendo el programa diario antes de que el día comience, y quizás incluso antes de que empiece el viaje. En concreto, por lo tanto, afirman que si bien pueden ser más flexibles que sus predecesores descritos por Urry, cualquier viaje organizado está todavía altamente rutinizado" (Antón, 2005, págs. 216-217).

Sin embargo, no se puede olvidar el hecho de que los servicios personales constituyen medios para evidenciar la propia posición social. Como indica Santana (2003, págs. 19-20) "el turismo postfordista cumple una importante función de diferenciación social, mediante la cual los sujetos constituyen su posición social a través del consumo. Especialmente aquellos que aspiran a incrementar su capital cultural eligen sus vacaciones para diferenciarse de los vulgares turistas, que disponen de dinero para gastar pero no de gusto para elegir. Dado que se trata de diferenciarse más que de integrarse se multiplican las actividades que pueden considerarse turísticas. En la actualidad casi cualquier actividad que permita diferenciarse puede convertirse en turística. Del turismo sin adjetivos, hemos pasado a los turismos: turismo deportivo, turismo de salud, turismo de negocios, turismo ecológico y turismo solidario".

La tabla siguiente (5) presenta de manera breve los tipos de lugares turísticos según los factores que los configuran.

Tabla 6

**FORMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO DESDE UNA PERSPECTIVA
SOCIO-ANTROPOLÓGICA Y FACTORES DEFINITORIOS**

	Turismo Fordista	Turismo Postfordista
Localización física	Relativamente cercana (en horas) a los centros industriales. Separada físicamente de los mismos. Contrapuesta a los mismos: sol, mar.	Lejana o cercana a sociedades industriales. Incluso dentro. Se confunden los límites de los espacios físicos y no turísticos.
Localización temporal	Concentrada en verano	Extendida a todo el año
Actividades	Actividades de integración y "disolución en la masa", playa, actividades masivas	Todo tipo de actividades. Diferenciación social

FUENTE: Santana (2003).

En términos generales, el modelo postfordista, para Santana (2000), vendría marcada por la "desintegración vertical" y la "externalización" de las actividades periféricas mediante la subcontratación. El siguiente cuadro (6) resume las diferencias entre el turismo fordista y el postfordista.

Tabla 7

**FORMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO DESDE UNA PERSPECTIVA
SOCIO-ECONÓMICA Y FACTORES DEFINITORIOS**

	Turismo Fordista	Turismo Postfordista
Tipo de economía predominante	Economías de escala	Economías de escala y de red
Tipo de organización industrial	Concentración industrial Integración vertical	Desintegración Subcontratación

Abanico de productos/ servicios	Pequeño abanico de productos estandarizados de viajes	Vacaciones flexibles, personalizadas
Tipo de organización del viaje	Viajes organizados, circuitos, paquetes, vuelos charters Programación minuciosa	Viajeros individuales, contratación de transporte y alojamiento por separado, menor mediación

FUENTE: Santana (2003).

La demanda turística postfordista se caracteriza por un mayor conocimiento del producto y una tendencia hacia los productos a la carta y mayor hábito de consumir OCIO de forma turística. Intensificándose los desplazamientos cortos, en fines de semana o vacaciones cortas. Algunos de ellos son globales y relacionados con el mercado en general, incluyendo la apertura de nuevos mercados, nuevos destinos de similares características, y a veces fuertemente competitivos en precios.

2.2. La evolución del turismo en México

Hay indicios de que hubo en México prehispánico, alguna forma de turismo, puesto que antiguamente existió en el cerro del Tepeyac un centro ceremonial al que acudían múltiples peregrinos procedentes de Oaxaca y Guatemala para visitar a la diosa Tlazolteotl.

Por otra parte, conviene destacar que en la época del México prehispánico, el imperio azteca había sojuzgado a gran parte de Mesoamérica (abarcaba gran parte de la hoy República Mexicana y parte de Centroamérica); los dominios mexicas llegaron hasta Xicalanco, región lacustre entre Tabasco y Campeche, donde habían establecido colonias, conviviendo así con los mayas. Cerca de la Gran Laguna de Términos empezaba el imperio maya libre, desde los dominios del cacique Tabzcoob, en Centla (Tabasco), colindando con la vieja ciudad, ya casi abandonada, de Comalcalco hasta la zona de la Mar de Jade (el Caribe).

Ahora bien, en principio cabe señalar que algún tiempo antes de la llegada de Cortés, habían naufragado en la zona en referencia un grupo de españoles, de los cuales únicamente sobrevivió Jerónimo de Aguilar, quien convivió con los mayas, cuyo dialecto aprendió. Por otra parte conviene destacar asimismo que la provincia de Cuetlaxtlan (Cotastla) en cuya jurisdicción se encuentran los pueblos de Xaltipan y Painalla, este último en el que nació Malintzin, era una provincia rica e importante, por ser lugar de paso de los pochtecas.

Cuando llegó Cortés a tierras de Tabasco y venció a los mayas, el cacique Tabzcoob le entregó en calidad de tributo varias bellas doncellas entre las que iba Malintzin, quien ya en poder de los españoles fue bautizada, convirtiéndose en Marina. Pues bien, Cortés entregó a Malintzin a Don Alonso Hernández Portocarrero con el cual cohabitó. No obstante, en una ocasión, Marina se dirigió hacia el sitio en donde unas nativas hacían "tamallis" y pidió en náhuatl uno para comérselo, un soldado español que la escuchó se lo comunicó a Cortés, el cual intuyó que Marina podría ser de gran utilidad para comunicarse con los súbditos de Moctezuma, Jerónimo de Aguilar, a quien había rescatado durante su estancia en Tabasco, pues como señalamos previamente, había aprendido el maya, de tal manera que este podía comunicarse con Marina y ella con los mexicas en náhuatl (que era su lengua materna).

Marina aprendió rápidamente el castellano, lo cual permitió agilizar el viaje de Cortes hacia la gran Tenochtitlan. Marina se convirtió en la primera y excelente guía trilingüe, ya que fungió como intérprete con extranjeros, al realizar traducciones simultáneas.

Ahora bien, durante la época virreinal, hasta un poco antes de la revolución de 1910, el mexicano ni viajaba ni estaba habituado a convivir con viajeros. Sin embargo, la vorágine de la Revolución transformó profundamente al régimen porfirista, por lo que la población salió de su letargo y empezaron a surgir las primeras corrientes turísticas que permitirían al mexicano salir de su país para admirar nuevos panoramas e incorporarlo a otras poblaciones.

El turismo se da cuando se presentan dos fenómenos: uno social, que se hace patente en las vacaciones como derecho laboral y otro económico, que se manifiesta en la construcción de la infraestructura vial, la hotelería empieza a organizarse ya que aparece la asociación de propietarios de hoteles, constituida por 58 socios. Asimismo aparece la primera disposición mexicana, la ley General de Población, consigna una indicación encaminada a reglamentar la categoría jurídica de turista". (Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, 1984)

En este estudio del turismo en México (Herrerías, 1993), encontramos tres etapas más o menos bien definidas durante el último siglo:

PRIMERA ETAPA: se denomina "de nacimiento" y abarca de 1920 a 1940.

Aparecen las primeras corrientes turísticas extranjeras; aun no existe el turismo nacional.

Nacen los primeros servicios propiamente turísticos: la hotelería y las primeras agencias de viajes.

Surgen diversos organismos de carácter privado: la Asociación Mexicana de Hoteles, la Asociación Mexicana de Turismo y la Asociación Mexicana de Automovilistas, entre otros. En 1938 surgen el club de viajes PEMEX y la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes.

Por su parte, el Estado comprende la importancia alcanzada por el fenómeno turístico. Como signo de ello, encontramos varios rasgos que merecen mencionarse aparte:

Durante el gobierno de Calles se promulga la Ley de Migración del 15 de enero de 1926. En ella aparece por primera vez en nuestra legislación el concepto de "turista", al considerar así a todo extranjero que visite el país, ya sea por distracción o por recreo y cuya permanencia en el territorio nacional no exceda los seis meses.

El 6 de julio de 1929 se crea la Comisión Mixta Pro-Turismo, cuya meta era incrementar el turismo receptivo.

Se promulga la Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo y su Reglamento.

En 1933 se promulgó el Reglamento que creó la Comisión, el Comité y el Patronato de Turismo.

Durante el gobierno del General Lázaro Cárdenas se creó la Comisión Nacional de Turismo (1937) y el Consejo Nacional de Turismo (1939) que vinculaba los gobiernos federal y estatal mediante las Comisiones Locales de Turismo.

SEGUNDA ETAPA: Va de 1940 a 1958, fue conocida como "de desarrollo".

El fenómeno turístico cobra gran auge la década de los cuarenta: se crean los grandes hoteles, se multiplican las agencias de viajes, aparecen los transportes turísticos y los guías especializados y Polos de Desarrollo Turístico (como Acapulco).

Por parte, de la iniciativa privada surgen pioneros del turismo, las primeras promociones, organizaciones y servicios. Asimismo, se sientan las bases para la posterior constitución de la industria del turismo.

Las cadenas hoteleras transnacionales hacen su aparición en México (Hilton e Intercontinental).

El sector oficial, por su parte, lleva a cabo las siguientes acciones:

Concede a la industria turística un lugar privilegiado en la planeación del desarrollo social y económico del país, llegándose a constituir, desde ese entonces, como una de las actividades más importantes en la economía nacional.

En 1949 se publica la primera Ley Federal de Turismo, vinculada a la Secretaría de Gobernación a través del Departamento de Turismo.

Durante el gobierno de Ruiz Cortines se creó el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo (1956), manejado como fideicomiso por Nacional Financiera, S. A.

TERCERA ETAPA: es llamada "de tecnificación"; comprende desde 1958 hasta la actualidad.

Se crean algunas cadenas hoteleras nacionales e internacionales.

Se crean organizaciones hoteleras.

Se da la vinculación entre los hoteles y los transportes.

Se crearon nuevos Polos Turísticos.

Se da apertura a consumidores de ingresos medios.

Surgen los llamados "paquetes turísticos".

Se transformó y modernizó de la Industria Hotelera. (Herrerías, 1993)

2.2.1. Importancia actual del turismo en México

La industria turística fue la única que en los años de la crisis económica de 1995, mantuvo su planta laboral. Varios sectores, de acuerdo con las experiencias mundiales, han coincidido en que la forma más viable y rápida para resolver la crisis del país es el turismo, porque México es un país de jóvenes que necesitan empleos y el turismo es la primera fuente generadora de empleos y la tercera fuente de divisas (Secretaría de Turismo, 1993).

Durante el 2007 el sector turismo creó empleo para uno de cada nueve mexicanos, donde generó una derrama económica directa cercana a los 18 mil millones de dólares; de la misma manera alienta la inversión nacional y extranjera por un monto cercano a los 25 mil millones de dólares; contribuye con más de 3500 millones de dólares en impuestos y, por supuesto, impacta positivamente sobre múltiples actividades económicas contribuyendo con ello a mejorar el nivel de vida de los mexicanos.

Los hoteleros han planteado a la Secretaría de Turismo que en las circunstancias actuales más que otorgar créditos blandos o con tasas diferenciales para la construcción de nuevos hoteles, lo que se debe hacer es otorgar créditos para la reestructuración de deudas, ampliación y remodelación de hoteles (Secretaría de Turismo, 1993, págs. 45-47).

En el panorama turístico mexicano están presentes cuatro grandes corrientes que se mencionan a continuación:

Corriente turística extranjera fronteriza. Esta corriente se caracteriza por su bajo nivel de estadía en el país (menos de 72 horas). Aquí conviene destacar que no todo el volumen de divisas captado es de tipo turístico ya que las transacciones que se realizan en la frontera comprenden gran número de mercancías de consumo ordinario.

Corriente turística extranjera al interior del país. Es la que tiene mayor trascendencia en la actividad turística mexicana en la medida que significa fuerte aportación de divisas. No solo comprende a extranjeros sino también a nacionales residentes en el exterior (en Estados Unidos especialmente).

Turismo nacional o interno. Es el que circula dentro de las fronteras de México. Significa una derrama de gasto que contribuye a la redistribución de ingresos de zonas con alto nivel económico a otras marginadas. Es positiva en el sentido en que evita la salida de turistas nacionales al extranjero y con ello la salida de divisas.

Turismo nacional egresivo. Viajan fuera de las fronteras nacionales y significa egreso de divisas. El de tipo fronterizo es notablemente más numeroso que el que se dirige al interior de otros países (Secretaría de Turismo, 1993).

2.2.2. Modelos turísticos en México

El gobierno juega un papel definitivo en el desarrollo de la actividad turística de México, pues es quien tiene el poder de crear políticas públicas, así como el marco de acción legal y financiero que el turismo requiere para su desarrollo. Principalmente, el Estado puede proveer al turismo infraestructura y “puede igualmente controlar la ‘industria’ y sus actividades en virtud de lograr que las actividades y los estándares de seguridad se mantengan en el interés público” (Elliot, 1997, pág. 4).

Otro papel importante del gobierno es el de generar la estructura administrativa para diseñar productos turísticos con base en insumos clave como: los recursos naturales y los hechos por el ser humano, las tradiciones, las costumbres, la gastronomía, el folklor, entre otros; además de que impulsa la promoción, el fomento al desarrollo, el financiamiento y el estudio del turismo.

La administración es la estructura funcional que se requiere para hacer realidad palabras y promesas de políticos. El turismo, para que sea efectivo, no puede atenerse a declaraciones, programas y planes sin ningún soporte real de ejecución. La justificación de la administración pública en el turismo sólo es posible por medio de resultados, es decir, su práctica y desempeño deberá reflejar validación, legitimidad, profesionalismo, efectividad y eficacia.

Una más de sus responsabilidades, en el ámbito cultural, la señala Elliot, quien nos dice que el gobierno “está involucrado en el turismo no sólo viéndolo como industria lucrativa; sino también como experiencia educativa y cultural tanto para los turistas como para la comunidad receptora. El turismo no sólo tiene impacto económico, sino medioambiental y en la cultura local” (1997, pág. 4)

Los encuentros culturales que genera este sector provocan una cultura, donde los participantes conviven y tratan de aceptarse, al tiempo que mezclan sus costumbres. También en este sentido debe actuar el gobierno, y no sólo por las ganancias económicas que genera el turismo, sino por los beneficios cualitativos que implica, a fin de tener un mejor efecto e imagen en el ámbito internacional

como destino turístico: ser un país seguro, de fácil oferta para el cliente-turista del mundo.

La forma en que se administre el turismo dependerá de la propia cultura política del país y de la ideología de su gobierno. Elliot señala que “un gobierno será tan activo en el manejo del turismo, dependiendo de su ideología política y la importancia que le da a esta actividad” (1997, pág. 17). Por ejemplo, para el caso México, en el PNT 2001-2006 y en el PST 2007-2012 queda claro que hay un avance en las declaraciones del Poder Ejecutivo acerca de la importancia que representa esta actividad. Sin embargo, en sexenios anteriores se le dio poca atención a las declaraciones en beneficio de este sector.

Es importante señalar que, de acuerdo con Elliot (1997), gobierno se refiere a las instituciones y procesos mediante los cuales la sociedad puede tomar, imponer y hacer cumplir decisiones. La administración pública, por su parte, es responsable de dirigir organizaciones que busquen lograr los objetivos del gobierno, al igual que formular e implementar política pública. La administración pública participa en el sistema político y con la sociedad debido a que hay ciertos principios generales que se deben seguir y el gobierno es el responsable de implementarlos.

Cuanto más se cumplan estos principios y en cómo se interpreten dependerá de la cultura política nacional y del gobierno (Elliot, 1997, pág. 40).

Por su parte, para López Palomeque también queda claro que debemos comprender el papel de la administración pública en relación con el turismo: “La intervención de la administración pública en el sector turístico en el último medio siglo (...), formalizado en lo que se denomina política turística, se ha ido adaptando a los factores condicionantes y a las diversas necesidades del sector [y a] la evolución y los cambios en la organización de la administración turística y en política turística durante las últimas décadas” (2004, pág. 33).

El sistema político se entiende como un patrón persistente de relaciones humanas que implica, en gran medida, poder, dominio y autoridad. Quienes detentan el poder poseen, entre otras, las capacidades para vencer una resistencia y para modificar el comportamiento de otros, o incluso de detenerlos,

de obtener lo que ellos quieran. El poder determina quién obtiene qué, cuándo y cómo (Elliot, 1997).

Por tanto, entender que la política pública es útil para aplicar acciones que sigue un actor (o grupo de actores) para resolver algún problema o asunto de interés, deja en claro la relación con la administración pública y la importancia del gobierno en todos los sentidos. Éste ha demostrado interés por el turismo debido a los efectos económicos y los usos sociales que genera en la economía del país. Las creencias y valores ideológicos y filosóficos del sistema político definen el alcance de cada gobierno para intervenir en el sistema económico, en el papel del sector privado y, por ejemplo, en qué tanto soporte y financiamiento se le otorgará al turismo (Elliot, 1997).

José Silvestre Méndez define la política turística como “un conjunto de acciones que realiza el Estado en materia turística con el fin de fomentar el turismo interno y externo y las actividades ligadas a éste” (1998, pág. 18). Las políticas turísticas provienen de las políticas económicas, que se generan para marcar pautas de acción del gobierno en asuntos generales de nivel macro. La actividad turística no se puede aislar de un entorno económico, el cual es necesario para que exista en un mercado global.

Así, por medio de la política pública se establecen las acciones del gobierno en materia de turismo, haciéndolas posibles desde su misma estructura pública, que es la administración pública misma. Es importante señalar que cuando se toma la decisión de establecer una política turística, se debe contemplar –a un mismo tiempo– el organismo responsable de su ejecución, el cual “asumirá el diseño de las acciones que considere adecuadas para satisfacer, dentro de un orden de prioridades, las metas generales que acotan la política turística seleccionada” (Méndez, 1998).

Para que el turismo esté presente en un mercado se requiere que sea un producto; entonces, es necesaria la convergencia de otras actividades económicas; con esto se logra que la política turística contemple tal relación en todo su contexto, efectos y usos sociales. Sin embargo, debido a lo complejo de esa relación, la propuesta al Poder Legislativo de la política turística –en su

mayoría– no es integral, con las consecuencias negativas que esto conlleva en las que quedan de manifiesto sus efectos y usos sociales, así como la desintegración de su esencia misma. López Palomeque reconoce que “las particularidades del sector turístico, en definitiva, lo hacen especialmente receptivo a numerosas políticas instrumentales. Resulta oportuno señalar que el turismo, como actividad económica receptora de divisas, de creación de riqueza y de empleo.

3. EL TURISMO RURAL, SOSTENIBILIDAD Y SU CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA.

Los perfiles del turismo rural como tal actividad turística aparecen difusos, no existiendo un consenso académico o legal sobre el concepto de Turismo Rural, problema puesto ya de relieve por la propia investigación ya que de acuerdo a los documentos revisados podemos afirmar que hay dificultades existentes, dada la inexistencia de definiciones y fronteras conceptuales exactas, no ya para el concepto de Turismo Rural sino incluso de espacio rural, conceptos que pueden englobar acepciones muy distintas en función de los países.

Ante este panorama, existe todo un conjunto bastante disperso de definiciones que contempladas desde una óptica integradora podrían ayudar a una mejor precisión del concepto de turismo rural y a comprender la complejidad del fenómeno.

3.1. Aproximación teórica al concepto de turismo rural

Dada la disgregación apreciada en dicho universo, una visión panorámica debería tratar de organizar la dispersión existente en base a determinadas categorías de agregación. Dichas categorías de agrupación propuestas serían las siguientes:

- A. Definiciones a contrario o por exclusión: tratan de delimitar el concepto de turismo rural a partir de lo que no es, o no se considera turismo rural, en este sentido, Crosby y Moreda, (1996) entendiendo por tal aquella modalidad de turismo que tiene lugar en áreas no urbanas y que sigue un modelo de desarrollo completamente diferenciado del turismo costero masificado.
- B. Definiciones por elemento espacial: presentan como denominador común el hecho espacial del medio rural, encontrando a medida que se profundiza una enorme disparidad, en función de los autores. Así, para Crosby (1993), el turismo rural incluiría el agroturismo y todas las actividades deportivas, culturales y cinegéticas que se desarrollen

en el medio rural, mientras que para Gilbert (1999) el turismo rural consistiría en un viaje o pernoctación realizado en una zona rural agrícola o natural. Sin embargo podemos adoptar un criterio en otro sentido: el Turismo rural comprendería el conjunto de actividades recreativas y turísticas que se realizan en el medio rural y en la naturaleza abarcando todas las formas de turismo de aventura, deportivo, etc. De la misma manera es importante retomar el concepto de Secretaria de Turismo (2004) la cual concebía igualmente al turismo rural como un gran contenedor donde incluir cualquier aprovechamiento turístico en el ámbito del mundo rural, precisando que el protagonista principal y destinatario de sus frutos debía ser la propia sociedad rural.

- C. Definiciones desde la perspectiva de la Oferta: cuyo denominador común radica en considerar al Turismo rural como un conjunto de elementos situados en zonas agrarias, destinados a satisfacer las exigencias y necesidades de la Demanda. Ejemplo de las mismas podrían ser las ofrecidas por la propia Secretaria de Turismo (Centro de estudios Agropecuarios, 2001) la cual conceptúa a la oferta turística rural como el conjunto de alojamientos, instalaciones, estructuras de ocio, recursos naturales y arquitectónicos existentes en zonas de economía predominantemente agrícola. Para Canoves, Villarino y Herrera (2006) el turismo rural consiste en la suma de alojamientos en granjas más ocio en el espacio rural. Por último en otra definición de la Secretaria de turismo (2004) concibe al turismo rural como la oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines situada en el medio rural, orientada fundamentalmente a los habitantes de zonas urbanas que buscan unas vacaciones en contacto con la naturaleza y la gente local.
- D. Definiciones Integradoras: se caracterizan por tratar de englobar en el concepto todos los elementos presentes en la actividad turística rural: espacio físico donde se desarrolla, relación oferta/demanda,

características de la Oferta, motivaciones de la demanda y la presencia y el reconocimiento de la comunidad local receptora. Su principal exponente es Fuentes García (1995), quien concibe el turismo rural como aquella actividad turística realizada en el espacio rural compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono, es decir naturaleza, gastronomía, arquitectura tradicional, folklore y tradiciones populares, y que presente una interrelación con la sociedad local. La actividad turística rural puede segmentarse en múltiples subproductos.

Cabría preguntarse las razones que explican o justifican por una parte la disparidad existente y por otra la ausencia de una definición comúnmente aceptada, la respuesta podría estar en que ninguno de los términos empleados para designar al turismo rural llega a cubrir completamente las distintas realidades que la actividad turística rural engloba. Es decir, el turismo rural opera como una suerte de matriz que abarca toda una serie de elementos heterogéneos, representados por el conjunto de modalidades donde se plasma y concretiza la actividad turística rural, como el turismo alternativo y blando, el turismo verde, el agroturismo, el turismo de deporte, el turismo de aventura, el turismo cultural, el turismo de pueblo, etc., que hacen que el turismo rural presente un perfil marcadamente plural.

También podemos argumentar que dichas tipologías no se excluyen sino que se complementan, si bien la disparidad de las distintas modalidades es evidente, todas ellas presentan un denominador común, así desde un punto de vista físico, todas se producen y se localizan a nivel espacial en el medio rural y desde una perspectiva funcional todas las modalidades se engloban dentro del denominado ocio activo (Crosby & Moreda, 1996).

El problema aparece cuando se constata la disparidad existente en las concepciones referentes al “espacio rural” presentes en los distintos autores, derivada de las peculiares características del entorno nacional de referencia y de la política turística establecida, en este sentido el caso de México resulta

paradigmático, así las definiciones de espacio rural predominantes obedecen, bien a criterios cuantitativos de población, es decir, municipios con menos de 2000-1500 habitantes, bien a un abanico de criterios productivos, económicos y sociales; o incluso a un conjunto determinado de características.

Lo que parece claro es la necesidad de promover una mejora de tales conceptos, puesto que tanto las políticas de planeación turística como las políticas públicas nacen de la precisión de tales concepciones.

Un elemento generador de confusión en torno al turismo rural ha sido sin lugar a dudas la puesta de moda del mismo, y el hecho de la aparición en los artículos, reportajes, referencias constantes que dado su carácter genérico tienden a la simplificación y a la generación de conceptos, siendo particularmente chocante la consideración “alternativa” o la referencia a las “nuevas formas de turismo” cuando el turismo rural parece no ser tan nuevo, pudiendo citarse al centro de estudios agropecuarios (2001) *desde los años setenta, el turismo rural es considerado como una estrategia relevante por su contribución al arraigo de la población, a la creación de empleos y a la promoción del desarrollo socioeconómico de las zonas desfavorecidas.*

De ahí, que la “novedad” del fenómeno pueda ser puesta en duda, si bien en la actualidad se asiste, tal y como afirma Crosby (1993) a una revitalización o modernización del turismo en espacio rural.

3.2. El turismo rural como segmento del turismo alternativo

En lo que se refiere a turismo alternativo podemos encontrar un abanico muy grande de definiciones y conceptualizaciones sin embargo también es una realidad que en todas abunda conceptualización que indica una interrelación estrecha con la naturaleza en la cual se busque la conservación de los recursos naturales y culturales de lugar que se visita.

De la misma manera podemos decir que el turismo alternativo son “los viajes que tiene como fin como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la

conservación de los recursos naturales y culturales” (Secretaria de Turismo, 2004).

Contando con esta definición la propia secretaria ah hecho una segmentación del turismo basado en el tipo de intereses y actividades que son buscadas por el visitante (Secretaria de Turismo, 2004), la cual se enuncian a continuación.

3.2.1. Ecoturismo

La definición de ecoturismo ah sido mucha veces utilizada a la ligera y podemos encontrar una serie de definiciones que nada tiene que ver con nuestro estudio, por ejemplo en mucho lugares es utilizado hasta como sinónimo de “desarrollo turístico sustentable” sin embargo para fines prácticos utilizaremos la definición que da la secretaria de turismo donde nos dice que: “concepto de ecoturismo desde la perspectiva de que es un PRODUCTO TURÍSTICO, que está dirigido para aquellos turistas que disfrutan de la Historia Natural, y que desean apoyar y participar activamente en la conservación del medio ambiente (Secretaria de Turismo, 2004).

Entre las actividades más relevantes practicadas por este segmento podemos encontrar:

- Talleres de educación ambiental
- Observación de ecosistemas
- Observación de fauna
- Observación de fenómenos y atractivos especiales de la naturaleza
- Observación de flora
- Observación de fósiles
- Observación geológica
- Observación sideral
- Safari fotográfico

- Senderismo interpretativo
- Participación en programas de rescate de flora y fauna
- Participación en proyectos de investigación Bilógica

3.2.2. Turismo de aventura

Este segmento del turismo alternativo está dirigido a satisfacer la mejora de la condición física, disminuir el estrés y la tensión y por lo tanto mejorar la situación emocional del visitante, a través de lograr una experiencia de retos.

La secretaria de turismo lo define como: “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza” (Secretaria de Turismo, 2004).

Las actividades que se pueden desarrollar en este segmento se pueden agrupar de acuerdo al espacio natural en el que se desarrollan, tierra, agua y aire.

Tierra:

- Montañismo
- Cañonismo
- Escalada
- Espeleísmo
- Ciclismo de
- Montaña
- Caminata
- Rappel
- Cabalgata

Agua:

- Buceo Autónomo
- Buceo Libre

- Espeleobuceo
- Descenso en Ríos
- Kayaquismo
- Pesca Recreativa

Aire:

- Vuelo en Globo
- Vuelo en Ala Delta
- Vuelo en Parapente
- Paracaidismo

3.2.3. Turismo rural

El turismo rural se debe entender como una modalidad específica, artesanal y personalizada, desarrollada en ambientes naturales, teniendo como ingredientes de interés la conservación de los recursos naturales, así como los usos y costumbres locales.

Juegan un papel importante la hospitalidad de los dueños de casa y las instalaciones, generalmente cascos de estancias o haciendas con un valor histórico y/o geográfico importante (Centro de estudios Agropecuarios, 2001).

De la misma manera se puede definir como: “los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma” (Secretaría de Turismo, 2004).

Entre las actividades más reconocidas en México para este segmento encontramos:

3.2.3.1. Talleres artesanales

En donde la experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en los escenarios y con los procedimientos autóctonos. Se pueden estructurar talleres de alfarería, textiles, joyería, madera, piel, vidrio, papel, barro, metales, fibras vegetales, juguetes y miniaturas, entre otros.

3.2.3.2. Vivencias místicas

Ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos de un pueblo, heredados por sus antepasados.

3.2.3.3. Aprendizaje de dialectos

Viajar con la motivación de aprender el dialecto del lugar visitado, así como sus costumbres y organización social.

3.2.3.4. Fotografía rural

Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.

3.2.3.5. Talleres gastronómicos

Este tipo de actividades tienen la motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica que se ofrece por los anfitriones de los lugares visitados. La alimentación y otros aspectos relacionados con ella son de interés para el turista en donde conocer las diversas técnicas de preparación, recetas y patrones de comportamiento relacionados con la alimentación crean una experiencia única para el turista.

3.2.3.6. Preparación y uso de medicina tradicional

El conocer y participar en el rescate de una de las más ricas y antiguas manifestaciones de la cultura popular mexicana que es la preparación y uso de medicina tradicional, es el motivo de diferentes viajeros. La naturaleza de México es de tal manera pródiga que prácticamente no hay padecimiento que no tenga una planta para curarlo. Es innegable que esta antigua sabiduría que continúa proporcionando salud y bienestar tiene profundas raíces prehispánicas y merece ser rescatada y difundida.

3.2.3.7. Etnoturismo y casa rural

Son los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.

3.2.3.8. Eco-arqueología

Estos viajes a zonas arqueológicas implican el interés de los turistas por conocer las relaciones entre el hombre y su medio ambiente en épocas antiguas, partiendo de los restos materiales que ha dejado; así como su importancia actual como forma de identidad cultural y conservación ambiental.

Con la ecoarqueología, se contribuye a crear conciencia en la población de la importancia del conocimiento del patrimonio arqueológico y la imperiosa necesidad de su conservación, lo que permite actuar con responsabilidad social y ambiental.

3.2.3.9. Agroturismo

Se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, ocupado por una sociedad campesina, que muestra y comparte no sólo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural en conservación, las manifestaciones culturales y socio-productivas, en donde se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo.

3.2.4. El concepto de Desarrollo Sostenible como parte del turismo rural

En estos primeros años del siglo XXI la idea del desarrollo sostenible parece haberse impregnado en el acervo cultural no sólo del mundo occidental, sino de otras muchas tradiciones, formas de pensamiento y culturas.

Actualmente, es ya común hablar de “sostenibilidad” y de “desarrollo sostenible” como algo intrínsecamente bueno y aplicable a la evolución de los territorios y espacios económicos, las actividades y sectores económicos, las medidas de intervención pública y las políticas estatales, y un sinfín de circunstancias de la vida política y social. Sin embargo, el concepto de desarrollo sostenible resulta hoy día un tanto evanescente y controvertido debido al desmedido uso que se viene haciendo de él, de tal manera que, frecuentemente, incluso llega a transgredir la deducción lógica más elemental; la de no usar la misma palabra o término para denotar dos ideas antepuestas o antagónicas. Así, la idea de sostenibilidad lleva implícita la de permanencia, durabilidad y estabilidad, siendo aplicable a cualquier sistema, sea este físico-natural o biótico, y que contenga o no, al ser humano. Pero, ciertamente, el término desarrollo sostenible se empezó a acuñar, a construir, para dar salida definitiva al conflicto de hacer compatible dos grandes objetivos de la sociedad, abiertamente puestos de manifiesto en innumerables foros e instituciones internacionales. De manera sintética los dos grandes objetivos son, de una parte, subvertir el acelerado proceso de deterioro ambiental y conseguir conservar las funciones del medio

ambiente para generaciones venideras. Y, de otra, lograr impedir mediante el crecimiento económico que una considerable parte de la humanidad siga instalada en la pobreza y la desesperanza y, asimismo, disminuya mundialmente la inequidad en el reparto del bienestar social es por esto que el desarrollo sostenible va intrínsecamente de la mano del turismo rural donde se puede incluso afirmar que son conceptos complementarios.

Uno de los primeros textos en que comenzó a mencionarse de forma sustantiva la idea de desarrollo sostenible de forma sustantiva fue en la Estrategia Mundial de Conservación, publicada en 1978 por la UICN, WWF y UNEP, aunque su definición fue bastante estrecha y particularmente vinculada a la preocupación sobre los ecosistemas. Sus enfoques se circunscribían a la “conservación de los seres vivos” y a la “utilización” sostenible de especies y ecosistemas.

De mucha mayor importancia, e impacto político, fue el informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, mejor conocido como informe Brundtland, que fue publicado en 1987 bajo el sugestivo título de “Nuestro Futuro Común”.

De este último informe es de donde suele extraerse la definición, por cierto bastante vaga e imprecisa, de desarrollo sostenible. La definición es la siguiente: “desarrollo sostenible es aquel desarrollo capaz de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas propias”

Las posteriores interpretaciones de esta definición han remachado que el concepto de “necesidades esenciales” debe de ser considerado prioritario y que las “limitaciones” de la tecnología y la organización social sobre la capacidad del medio ambiente para satisfacer las necesidades presentes y futuras, deben ser consideradas de manera preeminente.

El concepto de desarrollo sostenible, está claro que ha sido construido en torno a la ética. Uno de sus componentes se refiere al bienestar intrageneracional, el otro, al intergeneracional y ambos conectados por la acción humana en el contexto biofísico limitado del planeta Tierra, abierto al flujo de energía esencialmente proveniente del sol.

La Conferencia Mundial del Medioambiente y el Desarrollo, denominada Cumbre de Río de Janeiro de 1992, fue convocada a fin de debatir e interpretar, según un amplio espectro multiétnico y multicultural de la totalidad de las naciones que componían la Organización de las Naciones Unidas en esa fecha, tanto la idea de sostenibilidad como la del proceso de desarrollo económico y social, en gran medida constreñido a la noción de crecimiento económico. En la citada Cumbre de Río fue elaborada la Agenda 21, un voluminoso documento sobre cómo utilizar los conceptos del desarrollo sostenible en las pautas de acción y política a ser seguidas en el futuro por la propia Organización de las Naciones Unidas y sus estados miembros. La citada Agenda 21, fue diseñada para contener cuatro secciones básicas: la dedicada a cuestiones económicas y sociales; la referente a la conservación y gestión de los recursos naturales para el desarrollo; la relativa al fortalecimiento de los grupos sociales a intervenir en el proceso y, cuarto el relativo a su implementación o puesta en práctica a escala mundial.

Además de Agenda 21, se inició también la redacción de una Carta Mundial de Desarrollo Sostenible, la cual quedó inconclusa y a la espera de ser retomada, en posteriores ediciones de la Cumbre⁹. . De otra parte, se diseñaron varios

⁹ La Cumbre de las Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible tuvo lugar en Johannesburgo entre los días 25 de agosto y 4 de septiembre de 2002, con la asistencia de 21.000 representantes de 180 países participantes en un apretado programa de trabajo. La Cumbre terminó con algunos compromisos y opiniones diversas sobre el grado de éxito de la cita. La satisfacción del Secretario General de la ONU1, contrastaba con las críticas de las ONG, que consideraron que la Cumbre había fracasado por la parquedad de las medidas comprometidas y cierto aire de decepción de algunos delegados, junto a valoraciones positivas de otros.

No se esperaba que esta reunión oficial hiciera surgir nuevas y grandes cuestiones, sino el objetivo era subrayar los problemas existentes y conocidos y encontrar soluciones prácticas para los mismos. Concretamente, se subraya la relevancia de la pobreza como causante de los problemas de degradación ambiental y la necesidad de abordar aquella para mitigar estos.

Los Acuerdos de la Cumbre son una Declaración Política y un Plan de Acción, entre cuyos resultados destacan el compromiso de reducir el número de personas en el mundo que no tienen agua potable y el saneamiento de las aguas residuales, la defensa de la biodiversidad y los recursos pesqueros. No se llegó, sin embargo, a compromisos y objetivos concretos para promover las energías renovables.

En la Declaración Política, que fue el último acto de la cumbre, los países asumen "una responsabilidad colectiva para hacer avanzar y reforzar la interdependencia y el mutuo apoyo entre los pilares del desarrollo sostenible (desarrollo económico, desarrollo social y protección del medio ambiente) a nivel local, nacional, regional y global". También se especifica el compromiso para erradicar la pobreza y se señala que la gran distancia que divide a la humanidad entre ricos y

convenios y acuerdos internacionales y, de manera más importante, se redactó la Declaración de los 27 principios del Desarrollo Sostenible, entre los que ha sido repetidamente citado y destacado para su traslación a políticas y estrategias de acción la número 25, que se expresa de la manera siguiente: “El Medio Ambiente, el desarrollo y la paz son interdependientes e indivisibles”.

En opinión de muchos autores, este corto principio contiene el mensaje principal del desarrollo sostenible a cualquier nivel, desde el nivel local al nivel mundial. En él se subraya que cualquier plan de desarrollo sostenible debe definirse de forma simultánea y equilibrada hacia facetas del desarrollo (económico y social) la preservación y conservación del medio ambiente.

Si uno de los dos obtuviera una atención insuficiente se pondría en peligro la paz, entendiendo ésta tanto en relación a la armonía entre el mundo más desarrollado y el menos desarrollado, o fatalmente subdesarrollado, y el de la evitación del conflicto social en el seno de muchos países por carencia de integración y cohesión social.

Mantener el necesario equilibrio entre el desarrollo y el medio ambiente es por tanto el gran motivo del desarrollo sostenible. Por ello y de la forma y manera en que fueron organizados los textos salidos de las Cumbres de Río y

pobres, así como la creciente distancia entre los mundos desarrollado y en desarrollo suponen una gran amenaza a la prosperidad, seguridad y estabilidad globales (El País, 5/9/02).

Entre los compromisos asumidos, destaca el objetivo de reducir para 2015 a la mitad los 1.100 millones de personas en el mundo que carecen actualmente de acceso al agua potable y los 2.400 millones que no tienen infraestructuras sanitarias. Con respecto a los productos químicos, se establece un marco de trabajo para minimizar no más tarde de 2020 el grave impacto de los productos químicos tóxicos en la salud o el medio ambiente.

Además, se acordó lograr en 2010 una reducción significativa de la tasa actual de pérdida de diversidad biológica, así como establecer estrategias para invertir la tendencia de la degradación de los recursos naturales con objetivos a escala nacional y regional (El País 5/9/2002).

Finalmente, también se establecen toda una serie de declaraciones de intenciones con respecto a temas como el cambio climático, la producción y consumo sostenibles, derechos laborales, comercio y globalización, salud, aumento sustancial de las energías renovables y promoción del desarrollo institucional (la democracia y las libertades), así como el anuncio de la creación de un fondo social para el desarrollo.

Aparte de los dos grandes acuerdos mencionados, en la Cumbre surgieron acuerdos voluntarios de asociación entre el ámbito privado (empresas y ONGs) y los gobiernos para resolver algunos de los problemas concretos (los denominados acuerdos tipo 2). Estas asociaciones, con participación activa del sector privado, se consideran una de las más importantes aportaciones de la Cumbre (aunque han sido criticadas por las ONGs) en contraste con la Cumbre de Río de 1992, en la que las empresas no estuvieron prácticamente presentes.

Johanesburgo, el asunto del desarrollo sostenible suele concebirse y analizarse en las tres facetas económica, social y ambiental, lo que se corresponde con muchos planes y estrategias de desarrollo sostenible a nivel local, regional y nacional.

Pero, antes de proseguir en esta presentación del concepto de desarrollo sostenible, interesa reseñar tres asuntos de relativa importancia. En primer lugar, que es evidente que la Tierra, como sistema biofísico es indiferente acerca de planteamientos ambientales y de desarrollo. Es decir, la Tierra puede adaptarse a cualquier situación con independencia y sin tener en cuenta a los seres humanos. En otras palabras no existe un criterio absoluto que determine lo que haya de ser un “planeta sostenible”.

Contrariamente, el desarrollo sostenible es una construcción ideológica que refleja el juicio de valor de la especie humana acerca de su aspiración a pervivir eternamente. En segundo lugar, cualquier tratamiento del tema de desarrollo sostenible debe contar con la premisa de que, siendo un asunto relativo al largo plazo, muchos actores sociales involucrados se abstendrán de interesarse. Y, de forma especial interesa estar advertido de que, aun en sistemas políticos democráticos, el corto plazo se antepone a la consideración de plazos más dilatados y, no menos, a considerar asuntos de índole global y mundial.

Por último es preciso señalar que, aunque en los últimos años el asunto del desarrollo sostenible se haya convertido parte central (Cardenas Marin, Burguillo Cuesta, del Río Gonzalez, & Vieyra de Abreu, 2010) de las políticas de modernización (alcanzando incluso el grado de principio constitucional, como por ejemplo, en su reseña en los Tratados de Ámsterdam y Maastrich de la UE) las decisiones políticas de los estados, desafortunadamente, se apartan de manera ostensible de los principios éticos sobre los que se sustentan las nociones de la sostenibilidad y el desarrollo humano.

Es por consecuencia de lo descrito en párrafos anteriores, por lo que debe señalarse que, para que el desarrollo sostenible se considere dentro del turismo rural podemos decir que el desarrollo sostenible y el turismo constituyen una meta difícilmente alcanzable pues variará al par que evolucionarán los juicios de valor de la civilización. Por consiguiente, debe expresarse modestamente, como

descripción de un proceso dinámico de cambio y adaptación y no como un objetivo preciso y determinado que simplemente puede ser conseguido mediante una adecuada combinación de recursos y acciones humanas. De aquí que sea preferible concebir el desarrollo sostenible como una senda que, de manera un tanto cambiante e imprecisa, evite los males de la insostenibilidad, los cuales podrían incluso alcanzar proporciones catastróficas para la especie humana (cambio climático, extinción de especies y agotamiento de recursos a escala mundial, etc.).

Asimismo y al respecto de la faceta más ligada al medio ambiente, conviene destacar que dividir el desarrollo sostenible en regiones, estados, sectores y actividades económicas es un ejercicio un tanto inútil aunque consecuente con el orden económico-social establecido a escala mundial.

Los problemas medioambientales a escala mundial son bien conocidos: efecto invernadero y agujero de ozono conducentes al cambio climático, agotamiento progresivo de materias primas imprescindibles en el actual nivel científico-tecnológico, deforestación y pérdida de biodiversidad, eutrofización de aguas continentales y del litoral marino, degradación del suelo y desertificación, contaminación no asimilable por la biosfera, etc. Tras esta enumeración es bastante fácil colegir que todos los problemas mencionados son debidos en gran medida a la propia actividad de la especie humana; es decir, al avance del transumo (flujo de materiales y energía) derivado del funcionamiento del proceso económico de producción-consumo, el cual indefectiblemente está ligado tanto al número de población humano como a sus formas y estilos de vida y, por ende, a su nivel de afluencia (renta y riqueza) económica. De aquí, que una vez más, sea preciso referirse al principio 25 de la Declaración de Río en el que se afirmaba que la paz social es en buena medida función indivisible de las facetas económica y medioambiental.

Para ubicar apropiadamente el principio de sostenibilidad dentro del turismo rural podemos utilizar el concepto dado por Cherem (1990, pág. 70), quien ha creado un concepto sobre un turismo "ajustado" al patrimonio del área, que pretende la perpetuación de la herencia, del legado histórico, cultural y natural de

la comunidad receptora. Es la conservación de los valores morales y culturales de relevancia en la localidad.

Es desde luego, un turismo orientado sosteniblemente, y sin decirlo específicamente, tiene las características de un turismo rural en sus distintas variedades. Todo este concepto no sólo requiere de una clara comprensión sino también de un diseño particular, adecuado a la zona o región que se pretenda desarrollar.

El diseño debe contener:

- Un área protegida o cuasi protegida que limite en lo posible el espacio.
- Número de sujetos turísticos aceptable que mantenga la capacidad de carga.
- Instalaciones especiales de alojamiento y alimentación para los turistas.
- Rutas generales o libres de acceso y de recorridos.

De la misma manera Cherem (1990) establece los siguientes principios que se pueden utilizar para conseguir este tipo de enfoque turístico:

1. Establece acciones de apoyo para perpetuar el patrimonio CULTURAL HISTÓRICO Y NATURAL del área.

2. Enfatiza y muestra el sentido de que la identidad de ese patrimonio es único en el mundo.

3. Da bases para valorar dicho patrimonio mediante la aplicación de habilidades y conocimientos.

4. Confiere autoridad a la población local para interpretar los valores de su propio patrimonio, ante los visitantes.

5. Desarrolla en la población local el orgullo de su propio patrimonio, lo cual mejora las relaciones con los huéspedes y las habilidades en el servicio.

6. Ayuda a perpetuar el estilo de vida y los valores locales.

7. Confiere autoridad a la población local para facilitar experiencias auténticas y significativas sobre su propio patrimonio.

8. Es "intercultural" en el sentido de que ambos, población local y visitantes reciben mutuamente experiencias enriquecedoras.

9. Representa un programa que puede implementarse a cualquier nivel de desarrollo y virtualmente en cualquier lugar turístico.

10. Representa un enfoque de "valor agregado al turismo en la medida que se incrementa el nivel y profundidad de los servicios genuinos que se suministran al huésped.

11. Representa una aproximación al desarrollo del turismo sostenible porque respeta y enfatiza el patrimonio del área y confiere autoridad a sus pobladores para desarrollar el turismo con bases auténticas.

Es aquel turismo que cumple con las siguientes directrices:

1. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a las tolerancias interculturales.

3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

4. DESCRIPCIÓN GEO-SOCIOECONOMICA DEL MUNICIPIO DE COAHUAYANA

4.1. Historia

A la llegada de los españoles, la población de la zona costera, estaba compuesta principalmente por grupos náhuas, sometidos por los tarascos y a quienes tributaban sal, algodón y productos tropicales.

Los conquistadores españoles, llegaron a esta región en 1523, en una expedición bajo el mando de Juan Rodríguez Villa fuerte y se establecieron en la tierra caliente y costa en 1528, obteniendo encomiendas y mercedes reales. Los españoles se establecieron en los poblados que ahora son Coalcomán, Tepalcatepec y Apatzingán, desde donde controlaron los diversos asentamientos indígenas.

En la costa formaron ranchos y huertas, que se convirtieron en productores de cacao, caña, algodón y frutas.

En el siglo XVIII, se introdujeron esclavos negros, debido a la gran mortandad que disminuyó la población indígena. A fines de la colonia, Coahuayana presentaba diversas castas, producto del mestizaje.

Al finalizar la guerra de Independencia, en la que participaron masas campesinas de la región se vio diezmada en gran medida su población. En este período, Coahuayana era cabecera de partido, de lo que fue la Intendencia de Valladolid en Michoacán.

Coahuayana producía sal, sacada de las salinas del caimán y además cosechaba algodón, aceite de coco, frutas y maíz; pese a esto, su población se encontraba en una precaria situación y no tenían quien les administrara doctrina. Administraba, el partido Coahuayana, los pueblos de Xolotlán, Chamila, Zinacamatlán, Maquilí, Ostula, Coire, Pómaro, Águila, Huitzontla y Coalcomán.

El 15 de julio de 1825, por decreto del Congreso Constituyente, Coahuayana fue cabecera de partido y en 1828 pasó a formar parte del partido de Coalcomán en calidad de tenencia.

Durante la Independencia, la población sufrió la desintegración de sus comunidades indígenas.

En la primera mitad del siglo XIX, la región participó en movimientos sociales, bajo el mando del general Gordiano Guzmán.

El 10 de abril de 1868, se constituyó en municipio.

Al finalizar el siglo XIX, la zona se encontraba en manos de hacendados, que habían aprovechado bien las fértiles tierras de la zona.

En 1901, se le suspende la categoría de municipio y se integra a Chinicuilá como tenencia. Durante la revolución, la población campesina participó activamente, buscando mejoras sociales y la restitución de tierras comunales. Al término de la misma, el reparto agrario es frenado, en parte debido a la guerra Cristera de 1927, en la que toda la región participó.

El 23 de noviembre de 1937, nuevamente se le dio rango de municipio y se le incorporaron los terrenos pertenecientes a la hacienda de Chacalapa y algunos anexos de Chinicuilá en 1941.

En el año de 1968, Coahuayana sufre un cambio radical, al trasladarse la cabecera municipal a Loma Bonita, donde se erigió un centro de población con el nombre de “Coahuayana de Hidalgo” (H. Ayuntamiento Constitucional de Coahuayana, 2008).

4.2. Localización

De acuerdo a Sánchez, (2000) el municipio de Coahuayana se encuentra “localizado en la región sureste de Michoacán. Posee un área de 362.34 km² (0.61% de la superficie del estado). Colinda al norte con el municipio de Chinicuilá, al sur con Aquila y el Océano Pacífico y al oeste y noroeste con el estado de Colima”

La cabecera municipal es la ciudad con el mismo nombre. (INEGI: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática)

El área territorial de Coahuayana, fue extenso, cuando llevó sus límites sudorientales hasta Pómaro; se redujo al crearse el Municipio de Aquila y Chinicuilá; se amplió cuando se le anexa Chacalapa, Palos Marías, La Parotita, El

Aserradero, Los Riegos, La Leona, Derrumbadero, Puerto de la Mula, La Esperanza, etc., que se restaron al Municipio de Chinicuila(Sánchez, 2000).

La expresión numérica del área territorial se ha modificado en lo que va del Siglo. De acuerdo el INEGI, en nuestros días se acepta como cifra oficial: 362.34 Km² (trescientas sesenta y dos kilómetros cuadrados trescientos cuarenta metros cuadrados). Sin embargo y según los cálculos de Adriano Ortega Sánchez, la superficie es de 506.65 Km² (Sánchez, 2000, pág. 25).

El Municipio de Coahuayana dispone de un litoral con el Océano Pacífico, que alcanza 35.789 km de longitud, desde Boca de Apiza hasta Playa Tamarindillo(Sánchez, 2000).

4.3. Principales poblaciones

Las principales poblaciones del municipio son:

- El Ranchito
- El Ticuíz
- Ojo de Agua de San Telmo
- Boca de Apiza
- San Vicente
- Coahuayana
- Colonia 20 de Noviembre
- Palos Marías
- Colonia Lázaro Cárdenas
- San Miguel del Río
- La Esperanza
- Salsipuedes
- Achotán

- El Saucito
- Santa María Miramar
- Zapotán
- El Ahijadero
- El Chorumo
- La Peña
- El Parotal

4.4. Tipos de suelo

De acuerdo al Periodico Oficial del Gobierno Contitucional del Estado de Michoacan de Ocampo, ((2008), se localizan diferentes tipos de suelos en el municipio según su ubicación en función a la altura sobre el nivel del mar (Parte Costera), se datan de los periodos cenozoico y cuaternario y corresponden principalmente a los de tipo pradera, café grisáceo, café rojizo y amarillo de bosque.

En la comunidad de Coahuayana de Hidalgo se localizan suelos delgados y pedregosos; litosoles asociados con rendzina de texturas medias y en las partes planas encontramos vertisoles pelicos con feozem. Su uso es primordialmente agrícola y en menor proporción ganadero y forestal.

4.5. Orografía

De acuerdo a Sánchez, (2000),

“la superficie terrestre que corresponde al Municipio se cuenta entre las zonas más accidentadas. Si consideramos como elementos las unidades orogénicas que caracterizan el relieve, las depresiones, llanuras o planicies que se forman en torno o en medio de las anteriores regiones geomórficas; podemos ubicar al Municipio de Coahuayana en la unidad orogénica Sierra Madre del Sur y la región geomórfica planicie costera suroccidental.

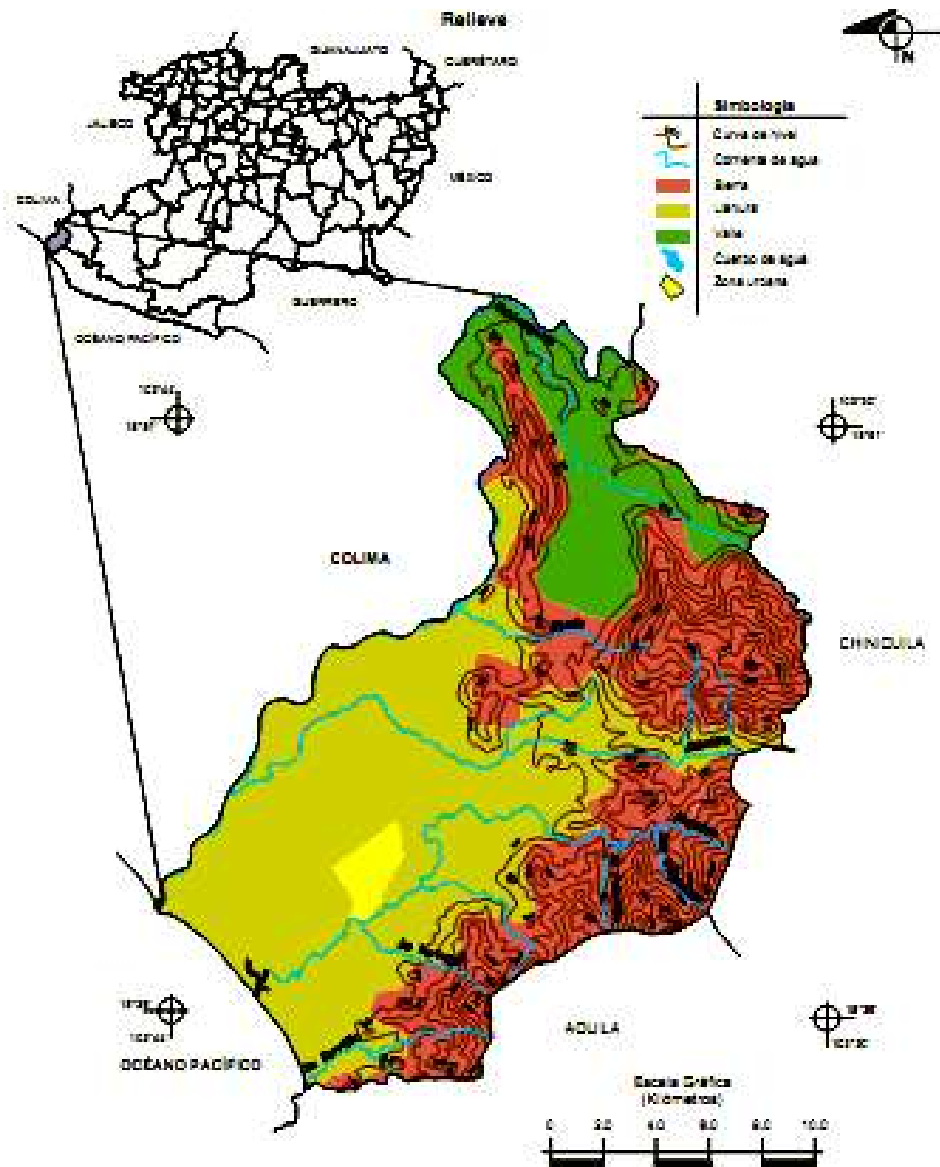
La unidad orogénica Sierra Madre del Sur se extiende cerca de la costa siguiendo una dirección NO-SE, en el Pacífico. Esta unidad orogénica en el

Municipio la podemos ubicar al sur, este y noreste, hacia los límites Municipales, con Villa Victoria y Aguila, cubren una superficie de 215.22996 km² (59.4%), en donde se encuentra un rango de variación altitudinal de 200 a 1580 msnm (correspondiendo la mayor altitud al Cerro de la Aguja).

La región geomórfica planicie costera sudoccidental es una faja formada entre la Sierra Madre del Sur y el Océano Pacífico, al cual pertenece el Valle de Alima o de Tecomán, que incluye la planicie del Municipio de Coahuayana. Esta región Geomórfica se localiza al este del Municipio, cubriendo una superficie de 147.11004 km² (40.6%), con un rango de variación altitudinal de 0 a 200 m.s.n.m”.

Ilustración 2

RELIEVE DEL MUNICIPIO DE COAHUAYANA



Fuente: INEGI. Continuo Nacional del Conjunto de Datos Geográficos de las Cartas de Climas, Precipitación Total Anual y Temperaturas Medias Anuales, 1:1 000 000, serie I.
 INEGI. Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1.
 INEGI. Información Topográfica Digital Escala 1:250 000, serie II.
 INEGI-CONAGUA. 2007. Mapa de la Red Hidrográfica Digital de México, Escala 1:250 000. México.

4.6. Hidrografía

En lo que se refiere a la hidrografía Sánchez, (2000) nos dice que el río Coahuayana e nace en el Cerro del Tigre, en el Municipio de Mazamitla, Jalisco, y desemboca en el Océano Pacífico en Boca de Apiza, Michoacán, después de recorrer 50 km. En su curso inferior sirve de límite a Colima y Michoacán. Su área de captación comprende 7,500 km² (Tamayo 1976); y su escurrimiento medio anual se estima en 1,495 millones de metros cúbicos.

Las demás corrientes de importancia son propiamente arroyos, se conocen con los nombres de:

- a) Achotán que nace de los escurrimientos del Cerro de la Aguja en la Barranca Mascota, corre por la parte central del Municipio de este a oeste hasta unirse con el Coahuayana cerca del puente (crucero Boca de Apiza-Tecomán, Colima), que une a los Estados de Colima y Michoacán, tras recorrer 40 km aproximadamente pasa por el lado Norte del poblado Coahuayana.
- b) El arroyo Ranchito, que nace en el Puerto del Chayacate a una altitud de 1 100 msnm, aunque recibe afluentes como el Arroyo Solimán y el Ahijadero, pasa por el poblado de Zapotán, el Ranchito y el Ticuíz (donde recibe esos nombres), para desembocar en el estero de Mezcala.
- c) El Palos Marías, que nace en el Puerto de la Mula a una altitud de 1000 m.s.n.m., recibiendo como afluentes en su trayecto al mar, a los arroyos de la Ocotera, Agua Fría, Morenas y la Leona. Pasa por el poblado de Palos Marías y San Miguel del Río y Desemboca en el Río Coahuayana (Sánchez, 2000).

Además existen arroyos efímeros que descargan desde el cerro como el de La Piedra, San Telmo, Barranca la Negra, que alimentan la Laguna Colorada. Cuenta con cuerpos de agua linológicas: Laguna Colorada, Estero La Tablaza, Estero de Mezcala, Laguna Los Tules.

4.7. Climatología

La gran amplitud altitudinal del Municipio (0 a 1,600 m.s.n.m. en menos de 50 Km lineales), su ubicación al Sur del Trópico de Cáncer y la influencia oceánica, son quizá los factores determinantes más significativos del clima que prevalece en la región y de su diversidad. Como factores de segundo orden y, particularmente en el ámbito regional, pueden considerarse: la forma misma del territorio del Municipio, su complicada y variada topografía y su ubicación en la porción occidental de Centroamérica.

Sobre la distribución de los suelos vertisoles y hacia el noroeste del municipio, encontramos un clima BS1 (h') w (w) i es decir: el menos seco de los esteparios con cociente precipitación/temperatura (p/t) mayor a 22.9, con temperatura media anual mayor a 22°C, y la del mes más frío mayor a 18°C; con un régimen de lluvias en verano (por lo menos diez veces mayor cantidad de lluvia en el mes más húmedo de la mitad caliente del año, que es el más seco), un porcentaje de lluvias invernales de 5 a 10 % de la precipitación total anual.

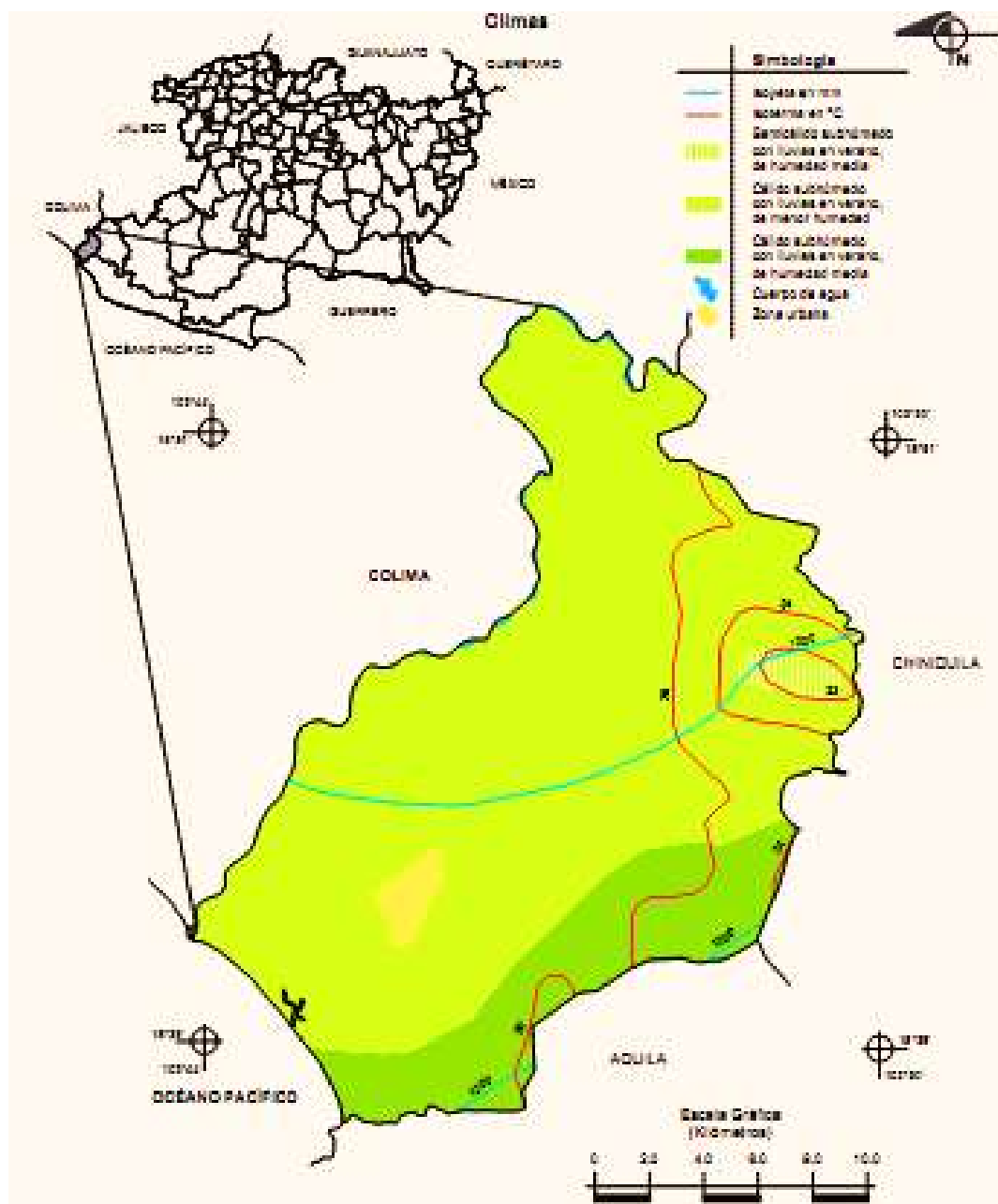
Al sur del Municipio en los cerros cercanos al mar (La Zorrillera, Barranca la Negra, Ojo de Agua de San Telmo, Tamarindillo), y al pie de monte en montañas alejadas, encontramos un clima AWo (w) i'g, es decir, el más seco de los cálidos subhúmedos con lluvias en verano, con un cociente p/t menor de 43.2; con lluvias invernales menores al 5% anual.

Al Norte, Noreste, Este y Sureste del Municipio en las altitudes de 1,000 a 1,600 en las laderas con influencia de vientos oceánicos podemos localizar un clima AW1 (w) (i') g, cálido intermedio en cuanto a humedad entre el AWo y el AW2, con lluvias en verano y cociente p/t entre 43.2 y 55.3; con pocas lluvias invernales y con poca oscilación térmica (entre 5 y 7°C), con el mes más caliente del año antes de Junio.

En el este del Municipio en las zonas con poca influencia oceánica a altitudes mayores a 1 000 m.s.n.m. podemos encontrar un clima AW2 (w) i g es decir, el más húmedo de los cálidos subhúmedos con lluvias en verano y cociente P/T mayor de 55.3, sin lluvias invernales, con el mes más caliente del año antes de Junio.

Las tormentas tropicales con fuerza de huracán, o de menor fuerza, o bien las corrientes llamadas del niño, son fuente relativamente de mayor precipitación en la zona (Sánchez, 2000).

Ilustración 3
Climas del Municipio de Coahuayana



Fuente: INEGI. Continuo Nacional del Conjunto de Datos Geográficos de las Cartas de Climas, Precipitación Total Anual y Temperaturas Medias Anuales, 1:1 000 000, serie I.
INEGI. Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1.

4.8. Flora

Coahuayana, por su situación geográfica, su cercanía al mar, su complicada Orografía donde en menos de 50 km alcanza 1600 m.s.n.m. desde el nivel mismo del mar; su diversidad climática y su situación al Sur de la Región Neártica y al Norte de la Pantropical hace que se posea una de las floras y fauna más variadas del Estado de Michoacán y México (Sánchez, 2000).

De acuerdo a la clasificación de (Sánchez, 2000), encontramos:

4.8.1. Selva mediana subcaducifolia

Esta comunidad vegetal, es de gran importancia económica para la región ya que incluye varias especies arbóreas de maderas preciosas, las cuales han sido sometidas a la explotación forestal, principalmente cedro (*Cedrela odorata*), parota (*Enterolobium cyclocarpum*), rosamorada (*Tabebuia rosea*), caoba (*Swietenia humilis*), habillo (*Hura poliandra*), mojo (*Brosimum allicastrum*), primavera (*Roseadendron donell-smithii*), hule de castilla (*Castilla elastica*), culebro (*Astronium graveolens*), cuajote colorado (*Bursera simaruba*), granadillo (*Amerimnom granadillo*), sangualica (*Dalbergia granadillo* ssp. *retusa*), campinceran (*Dalbergia granadillo*), alejo (*Esenbeckia flava*), cabeza de negro (*Annona* spp.), chilcahuite (*Senecio salignus*), guayabillo (*Psidium sartorianum*), ceiba (*Ceiba pentandra*), quebrachas (*Celtis monoica*), Higueras (*Ficus glabrata*, *F. padifolia*, *F. involuta*, *F. mexicana*, *F. petiolaris*), capire (*Sideroxylon capire*), jinicuiles (*Inga* spp.), chico (*Manilkara zapota*), mamey (*Poultieria zapota*), etc.. Los incendios no se propagan con tanta facilidad en este tipo de vegetación y la demanda de leña es relativamente escasa. La altura promedio de los árboles es de 25 m, el estrato dominante de éstos se caracteriza por tener sus troncos más o menos derechos y desprovistos de ramas hasta en 2/3 partes o más. (Sánchez, 2000).

4.8.2. Selva baja caducifolia

Selva Baja Caducifolia. Cubre los declives inferiores y medios. Tiene una amplia distribución en la parte Sur del Municipio, hacia el Cerro Aislado; además también lo podemos localizar hacia el Norte, hacia San Miguel del Río, El Órgano, La Esperanza, Salsipuedes y Cerrito de las Compuertas. La precipitación se caracteriza por concentrarse en 4 a 5 meses, siendo seco el resto del año; con precipitación pluvial mayor a 600 mm. La temperatura media anual va de 20° a 28° C.

La selva baja caducifolia carece en la actualidad de mayor importancia forestal, aunque mucho de los árboles se utilizan localmente para fines de pastoreo y construcción como postes, combustibles y algunos otros propósitos. En las zonas densamente pobladas grandes extensiones han sido completamente desmontadas y están bajo cultivo o cubierta por comunidades secundarias de diversos tipos.

En el área menos sometida a la presión demográfica la situación es mejor y las laderas se ven cubiertas aún por un manto ininterrumpido de selva (Cerro Aislado). Es de importancia anotarse que casi en todas partes se encuentra ganado, la mayoría de este territorio está sometido a incendios periódicos más o menos intencionales, ligados con la cría de animales.

En la zona poco perturbada (Cerro Aislado), la selva baja caducifolia suele ser una comunidad vegetal densa, dominada por árboles de 5 a 15 m de altura, que forman un techo de altura uniforme. El diámetro de los troncos rara vez excede de 50 cm, la ramificación inicia a 1 o 2 m del suelo. La mayoría de las especies pierden sus hojas por un periodo de 5 a 7 meses del año, provocando esto un contraste fisonómico enorme entre la época seca y la de lluvias; un gran número de plantas leñosas florecen al finalizar la época seca, antes o al principio de la aparición de las hojas. Es de notar que aunque en algunas zonas se observa claro dominio de una sola especie, lo común es que lo hagan de 2 a 4 o a veces hasta 10 y más especies distintas que comparten la preponderancia del estrato arbóreo (Sánchez, 2000).

4.8.3. Mangla

En las zonas poco perturbadas ha alcanzado la forma y altura de un bosque, pero en las perturbadas presenta como una cubierta continua de 13 a 25 m de altura apoyada sobre una maraña de raíces aéreas leñosas. En esta comunidad encontramos mangle botoncillo (*Conocarpus erecta*), mangle blanco (*Laguncularia racemosa*), mangle bobo o salado (*Avicenia germinans*), mangle colorado (más frecuentes, *Rhizophora mangle*), majagua (*Hibiscus pernambucensis*), huamuchilillo (*Phitecellobium arboreum*), huisache espina blanca (*Acacia farnesiana*), palo de manzanillo (*Hipomanea mancinella*), palo de agua (*Pachira aquatica*), sauz (*Salix chilensis*), mezquite (*Prosopis juliflora* y *P. glandulosa*). Otras especies que se han observado en los márgenes de las comunidades de manglar son ahuízote (*Astianthus viminalis*), corcho de laguna (*Annona reticulata*), injerto (*Tillandsia paucifolia*), órganos (*Acanthocereus occidentalis*), nopal (*Opuntia stricta*), helechos (*Acrostichum aureum*), vidrillo (*Batis maritima*), pasto cuadrado (*Cyperus giganteus*), pasto salado (*Dystichlis pilosa*), huizache uña de gato (*Acacia pringlei*), cacanahuance (*Glericidia sepium*), ebano (*Pithecellobium calostachys*), timuchil (*Pithecellobium timuchil*), higueras (*Ficus grabata* y *F. hemsleyana*), limoncillo (*Citrus anereus*). (Sánchez, 2000)

4.8.4. Selva espinosa caducifolia

La selva baja caducifolia espinosa ocupa superficies planas o levemente inclinadas de suelo profundo, más bien arenoso y bien drenado, donde la precipitación media anual está entre los 700 y 800 mm, con 7 o 8 meses de sequía. La altitud no pasa de los 300 m.s.n.m. y la temperatura es muy elevada, se registran valores de 25°C a 30°C en escala media anual.

La importancia desde el punto de vista forestal lo reviste la producción de horquetas, para sostener las plantas de plátano cultivo muy importante en la región; como aprovechamiento secundario es para la ganadería, aunque con rendimientos escasos para ganado mayor, no así para ganado menor. Las condiciones climáticas no permiten cultivos sin riego pero donde este existe, las

condiciones cambian por completo y la selva se ha convertido en terrenos agrícolas. (Sánchez, 2000)

4.8.5. Bosque de Pino-Encino

El área de distribución del bosque de pino y encino se presentan en forma de manchones aislados de diversos tamaños. Se desarrolla con preferencia en altitudes entre 1 000 y 1 600 m, donde alcanza las montañas más altas del Municipio (Cerro la Tigra y la Ocotera), cabe mencionar que los límites altitudinales de los pinares son muy distintos que los de los encinares, pues mientras que los primeros vegetan entre 800 (zonas sin influencia de vientos costeros) hasta 1 600 m.s.n.m., el intervalo para los segundos queda aproximadamente entre los 600 y 1 600 m.s.n.m. (montañas más lejanas al mar). (Sánchez, 2000)

4.8.6. Palmeras de cayaco

El palmar es una comunidad dominada por la palma de Cayaco (*Orbignya guacuyule*), próxima a la costa; éste se presenta sobre arenas cercanas al litoral, en los cuales aparentemente el manto freático está al alcance de las raíces de las palmeras. Su distribución geográfica se limita a la región más suroccidental del Valle de Alima, cerca de las poblaciones de Zapotán, el Ojo de Agua y La Zorrillera. (Sánchez, 2000)

4.8.7. Vegetación de dunas costeras

Comunidad vegetal ligada al suelo permanente o temporalmente inundado, o con nivel freático próximo a la superficie. En la región donde la topografía es plana con estructura geológica aluvial es frecuente encontrar un sin número de localidades con este tipo de hábitat, son de particular importancia para los llanos mal drenados, en su mayoría lagunas o charcas, que están siempre húmedos o bien se encharca periódicamente. (Sánchez, 2000)

4.8.8. Sabana

Vegetación característica de suelos con alto contenido de sales solubles con formas diversas, florística, fisonómica y ecológicamente muy disímil; dominan en ellas formas herbáceas, arbustivas y aún arbórea, erectas y postradas;

expuestas a fuertes vientos, elevada salinidad e insolación, suelos arenosos, con poca materia orgánica. (Sánchez, 2000)

4.9. Fauna

No obstante los diversos ambientes dentro del Municipio, existen pocas áreas de fauna bien definidas, ya que la mayor parte de los animales de tierra abarcan libremente varias zonas ecológicas. Los ambientes acuáticos y semiacuáticos, tales como el pantano de agua dulce y los lagos adyacentes, o el lodazal del manglar, presentan las más distintas asociaciones de fauna. Ahora, los manglares funcionan como refugios ambientales para algunos animales generalmente asociados con la selva baja caducifolia o espinosa, y la selva mediana subperennifolia.

No obstante que, en el mejor de los casos, parece tener la relación basada en zonas ecológicas, seis asociaciones de fauna podrán distinguirse dentro del Municipio:

4.9.1. La asociación de selva mediana subcaducifolia

En la selva mediana subperennifolia habitan pericos (*Ara militaris*, *Aratinga canicularis*, *Amazona albifrons*, *A. finschi*, *A. oratrix*), colibríes (*Phaethornis superciliosus*, *Chlorostilbon canivetii*, *Cynanthus latirostris*, *Amazilia rutila*, *A. violiceps*, *Heliomaster constantii*, *Archilochus* spp., *A. alexandrii* y *A. columbris*), especies de palomas (*Columba* spp.) y muchas otras especies de pájaros, así como enjambres de abejas, avispas y hormigas. Las ardillas integran la población arbórea dominante de mamíferos dentro de la selva. Mamíferos varios ungulados han sido fuente de alimentación para el hombre como jabalíes (*Tayassu pecari*), venado cola blanca (*Odocoileus virginianus sinaloae*), ya pocas veces visto en la región. Pequeños mamíferos de caza incluyen al armadillo (*Dasypus novemcinctus*). Serpientes venenosas, tales como la cascabel (*Crotalus* spp.), coralillo (*Micrurus* spp.), otras serpientes no venenosas como la boa (*Boa constrictor*) y las falsas coralillo (*Lampropeltis* spp.).

4.9.2. La asociación de los desmontes

La drástica alteración de la vegetación, que ha sido el resultado de los métodos de cultivo de la tierra mediante roza y quema de las selvas, modifica en tal forma el patrón normal de la vida silvestre que puede afirmarse que se ha establecido todo un nuevo ensamble de fauna. Los animales tradicionalmente residentes de la selva, huyen del área perturbada; por otra parte, la abundancia de arbustos, hierbas y pastos inducidos por la abundancia de luz solar en el suelo de las áreas taladas atrae a otros animales entre estos, el más importante para el hombre como fuente de alimentación es el venado cola blanca (*Odocoileus virginianus sinaloae*), que ordinariamente se alimenta con tiernos capullos y brotes de segundo crecimiento de la selva, y además la población común de la selva mediana subperennifolia, como la ardilla (*Sciurus coliaei nuchalis*), y varios roedores pequeños (*Mus musculus brevirostris*). Típico de los aumentos en número de los roedores tales como: las ratas (*Rattus norvegicus*). La presencia de estos pequeños roedores atrae una abundancia de serpientes, así como aves de presa, tales como: los gavilanes (*Buteo nitidus*, *B. magnirostris*, *B. brachyurus*, *B. swainsoni*, *B. albonotatus*, *B. jamaicensis*), águilas (*Pandion haliaetus*, *Chondriohierax uncinatus*), halcones (*Falco sparverius*, *F. columbarius*, *F. ruficularis*). Palomas (*Columba flavirostris*, *Zenaida macroura*, *Z. asiatica*, *Columbina indica*, *C. passerina*, *C. talpacoti*), chachalacas (*Ortalis vetula poliocephala*), etc., todos ellos importantes aves de caza, también son atraídos por la alteración de las condiciones y forman parte integrante del acahual en asociación

4.9.3. La asociación en las selvas bajas

El animal más importante de caza en el venado cola blanca, que vive cerca de las orillas de la selva. Es aquí donde alguna vez vivió el conejo, palomas. Haciendo presa en éstos, la zorra gris (*Urocyon cinereoargenteus*). En las zonas abiertas, bandadas enteras de tolditos (*Turdus rufopalliatus*), torcacitas (*Colummbina indica*).

4.9.4. La asociación en lagunas y ríos de agua dulce

Peces, reptiles, anfibios y aves dominan los pantanos de agua dulce; los mamíferos son relativamente pocos.

4.9.5. La asociación de los manglares

La zona de manglar también está empobrecida y al mismo tiempo especializado en vida silvestre, posiblemente como un reflejo de las condiciones salobres y la falta de arbustos y hierbas a un segundo nivel inferior

4.9.6. La asociación en agua de litoral

En todas las asociaciones podemos ver zopilotes (*Sarcoramphus papa*), auras (*Cathartes aura*), queleles (*Coragyps atratus*), tlacuache (*Didelphis virginiana californica*), venado cola blanca (*Odocoileus virginianus sinaloae*), iguana verde (*Iguana iguana*), iguana negra (*Ctenosaura pectinata*), el tigrillo o margay (*Felis wiedii*), leoncillo u onza (*Felis yagouaroundi*), el gato montes (*Lynx rufus*), 34 especies de murciélagos (*Saccopteryx bilineata centralis*, *Balantiopteryx plicata plicata*, *Diclidurus virgo*, *Noctilio leporinus mastivus*, *Pteronotus davyi fulvus*, *P. parnellii mexicanus*, *P. personatus psilotis*, *Mormoops megalophylla*, *Micronycteris megalotis mexicana*, *Glossophaga commissarisi hespera*, *G. soricina handleyi*, *Musonycteris harrisoni*, *Choeroniscus godmani*, *Leptonycteris sanborni*, *Carollia subrufa*, *Sturnira lilium parvidens*, *Chiroderma salvini scopaeum*, *Artibeus intermedius*, *A. jamaicensis triomylus*, *A. phaeotis nanus*, *A. toltecus herperus*, *Centurio senex*, *Desmodus rotundus murinus*, *Natalus stramineus saturatus*, *Myotis fortidens fortidens*, *Lasiurus borealis teliotis*, *L. ega xanthinus*, *L. intermedius intermedius*, *Rhogeessa parvula*, *Nyctinomops aurispinosus*, *Promops centralis centralis*, *Molossus ater nigricans*, *M. molossus aztecus*), armadillo (*Dasypus novemcinctus mexicanus*), tuzas (*Pappogeomys bulleri burti*), ratones (*Liomys pictus*, *Mus musculus brevirostris*, *Rattus norvegicus norvegicus*, *R. rattus alexandrinus*, *Oryzomys melanostis colimensis*, *O. palustris mexicanus*, *Nyctomys sumichrasti colimensis*, *Reithrodontomys fulvescens nelsoni*, *P. perfulvus chrysopus*, *Baiomys musculus musculus*, *Sigmodon mascotensis mascotensis*, *Neotomas alleni alleni*, *Xenomys nelsoni*), coyotes (*Canis latrans vigilis*), zorra

(*Urocyon cinereoargenteus nigrirostris*), cacomixtle (*Bassariscus astutus consitus*), mapache (*Procyon lotor hernandezii*), tejón (*Nasua nasua molaris*), comadreja (*Mustela frenata leucoparia*), zorrillo (*Spilogale pygmaea intermedia*, *Mephitis macroura macroura*, *Conepatus mesoleucus sonoriensis*), perro de agua (*Lutra longicaudis annectens*) y conejos (*Sylvilagus cunicularius insolitus*).

El visitante en Coahuayana se siente inmediatamente atraído por el gran número de aves, especialmente acuáticas, algunas de las cuales son cazadas para alimentación, de los patos migratorios, el más abundante es el pato: (*Dendrocygna autusmnalis*, *Cairina moschata*, *Anas crecca*, *A. acuta*, *A. discors*, *A. clypeata*, *A. strepera*, *Aythya valisineria*, *A. americana*, *A. collaris*, *A. affinis*, *Oxyura jamaicensis*, *Olivaceus mexicanus*). La garza blanca chica (*Guara alba*), zarceta (*Anas discors*), garcita (*Ardea herodias*), cococha (*Ardea herodias*), etc.

De los pocos mamíferos que habitan los pantanos y los lagos, el venado cola blanca invade el pantano durante las temporadas de secas, pastando hierbas nuevas de la playas o en los márgenes secas de las lagunas.

Los mamíferos son particularmente escasos; se encuentran pocas serpientes. Con frecuencia son perseguidos por los cazadores: la iguana verde (*Iguana iguana*), que se encuentran regularmente en las estrechas formaciones de *Rhizophora*, a lo largo de los canales de las corrientes y la iguana negra, que normalmente crece hasta 1.5 m de largo y vive en troncos de árboles dentro de los manglares de mangle prieto, (Sánchez, 2000).

4.10. Situación demográfica del Municipio

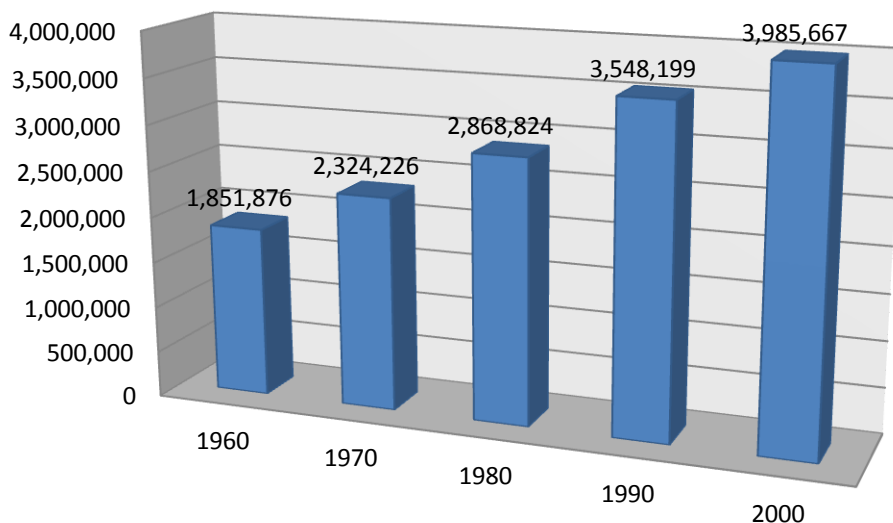
Michoacán contaba al año 2000 con 3,985,667 habitantes, más del doble de la que existía en 1950. En aquel año, el estado concentrando a más de 1 millón 400 mil habitantes, posicionándose en el lugar número 5 a nivel nacional en cuanto al monto de población, mientras que para el 2000, se ubicó en el séptimo lugar, participando con el 4.1% de la población de la República.

La siguiente gráfica muestra el crecimiento poblacional desde 1950 hasta el 2000. Se puede observar que las tasas de crecimiento poblacional se disminuyen paulatinamente a lo largo del lapso analizado, ocasionado principalmente por el

descenso de la fecundidad y por la pérdida de la población por el efecto migratorio (de 2.7 % en 1950 a 1.2 % en el año 2000).

Grafico 1

**MICHOACÁN: CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO 1950-2000
(TCMA %)**



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI. II Censo de Población y Vivienda 2005.

4.11. Infraestructura y servicios básicos

Salud

Cuenta con servicio médico por parte de la Secretaría de Salud, del IMSS, ISSSTE, UMR y médicos particulares.

Abasto

Tiene un tianguis un día a la semana y varias tiendas de abarrotes. Por su cercanía con Tecomán en el estado de Colima, gran número de personas se desplazan para realizar sus compras allí.

Deporte

Se cuenta con 13 canchas de fútbol soccer en el municipio, dos de fútbol rápido y múltiples canchas de básquetbol y voleibol.

Medios de comunicación

Diariamente llegan periódicos del vecino estado de Colima, semanalmente el periódico CRONOS. Cuenta con cobertura de la televisión nacional y estaciones de radio AM-FM de Tecomán, Colima y Coalcomán donde los Coahuayanenses se mantienen informados y servicio de televisión por cable e Internet Infinitum (estos dos últimos solo están disponibles en el municipio de Coahuayana).

Vivienda

En el año 2005 el municipio cuenta con un promedio de 2,906 viviendas, donde predomina la construcción de tabique y techo de concreto, seguidas por las de madera y techo de lámina; y por último las de adobe con techo de teja.

Vías de comunicación

La región se comunica a través de la carretera federal Manzanillo-Lázaro Cárdenas y la red estatal de carreteras pavimentadas y de tercería. Se cuenta con una aeropista pavimentada en el municipio de Coahuayana. Además con los servicios de teléfono, fax, telégrafo y radiocomunicación.

4.12. Situación económica del municipio

En este punto se analizan aspectos relacionados con la economía como la PEA, PEI, población que trabaja, en que sector, cuantos salarios mínimos recibe cuantas horas labora.

4.12.1. Población económicamente activa

Es importante destacar que en este apartado solo mostraremos la información de los Censos, ya que en el capítulo siguiente realizaremos el análisis situacional más detallado.

De la Población Económicamente Activa el 98.9% labora en alguna actividad económica; predominando, las actividades del sector terciario con el 55.6 por ciento de la PEA Ocupada, le siguen las actividades del sector secundario con 31.2 por ciento, y finalmente el sector primario con el 8.9 por ciento. De esta manera se observa el cambio de una economía predominantemente agrícola a otra con un importante sector comercial y de servicios.

Es importante mencionar que el porcentaje de personas que trabajan y no perciben ingresos es mayor a la población que percibe más de 10 salarios, pues este último es del orden de 3.7 por ciento.

El indicador 'Población Ocupada por subsectores económicos' muestra de manera detallada la clasificación de los tres sectores económicos el cual se puede ver en la tabla 11.

5. CREACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO RURAL PARA EL MUNICIPIO DE COAHUAYANA

5.1. La planeación turística en el contexto rural

Parece claro que la enseñanza básica de los apartados anteriores va a ser la cuidadosa planeación de las actividades turísticas en el medio rural, como requisito previo a su implementación.

La decisión de emplear el turismo como tal instrumento de desarrollo socioeconómico en áreas desfavorecidas, es particularmente complicada, porque el turismo rural a pesar de su gran potencialidad, no es condición para la solución de los problemas económicos de las áreas de bajo ingreso. En tales situaciones, la planeación es el instrumento que posibilita la optimización de los efectos favorables y la minimización de los desfavorables. Por tanto, la calidad de la planeación va a determinar el éxito y la longevidad de cualquier área territorial receptora, por lo que el tiempo, esfuerzo y recursos destinados a la planeación, deberían ser considerados inversiones, en ese sentido es importante recalcar que dentro del municipio de Coahuayana y en cualquier otro que se pretenda realizar turismo rural la planeación que se realice será una condición de suma importancia para la viabilidad del proyecto, además de ser condición necesaria para poder aspirar a ser objeto de los apoyos del gobierno federal de los cuales hablaremos más adelante.

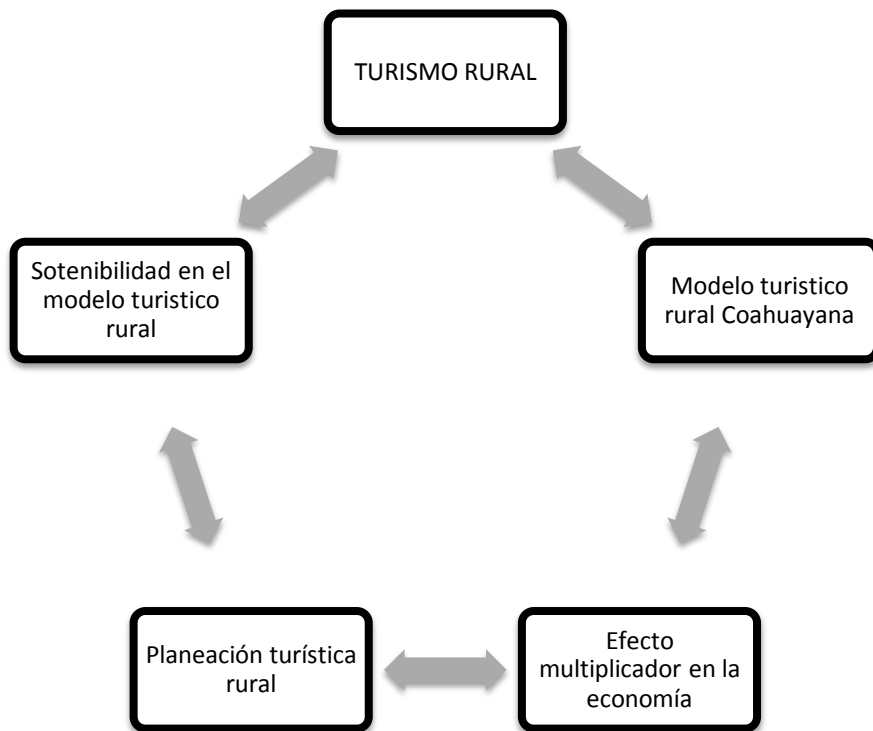
Se considera para nuestra investigación un proceso de planeación desarrollado en el conocimiento del municipio basado en la observación e información obtenida en el capítulo cuatro.

5.2. Consideraciones de la planeación turística rural

De los apartados anteriores parece desprenderse con claridad que el turismo rural debe seguir una serie de principios esenciales o mejor de puntos cardinales de orientación en su implementación y desarrollo, principios que como tales direcciones puedan orientar y guiar en todo momento la gestión de dichos procesos, una representación gráfica de tales principios orientadores se encuentra en la ilustración 4.

Ilustración 4

PRINCIPIOS ORIENTADORES DEL TURISMO RURAL



FUENTE: Elaboración propia.

De tales consideraciones se deriva el esquema operativo que debiera seguirse en la construcción del turismo rural.

El turismo rural debería focalizar sus esfuerzos en la calidad, puesto que no puede concebirse un turismo rural en un entorno degradado o masificado, ya que en el peculiar entramado del turismo rural la motivación fundamental de los flujos de demanda no es otra que el conocimiento, descubrimiento y familiarización con los rasgos distintivos del territorio, entendido este como activo patrimonial en todas sus dimensiones (natural, cultural, étnico, gastronómico, artístico, etc.) de ahí que la calidad ecológica del entorno ambiental sea un factor esencial en la competitividad de un destino turístico rural, de donde se deriva la necesidad de implantar una estrategia de Sostenibilidad en la planeación, implantación y gestión del mismo.

Igualmente el consumidor turístico rural presenta normalmente una cierta sensibilidad hacia el deterioro ambiental, siendo consciente y consecuente de su influencia sobre el medio y del tipo de actividades a realizar no agresivas para el contexto medioambiental.

La Sostenibilidad, como tal principio rector del desarrollo turístico, implica la necesaria planeación del turismo en el medio rural, lo que significa la utilización de las metodologías de planeación turística, evaluando de forma significativa los impactos sociales y ambientales de los actividades turísticas rurales para que las mismas se adecuen a la filosofía de un turismo sostenible que explote los recursos sin degradarlos (Regurero Del, 1994).

Por tanto, la planeación aparece como referente inevitable en el proceso de desarrollo turístico, si bien y tal y como establece Gunn (1994) la planeación consta de dos fases básicas, el diseño y la elaboración del plan por una parte, y la implementación y aplicación del mismo por otra. Siendo imprescindible de cara a una planeación eficaz la ultimación de ambas fases, de lo contrario los documentos podrían transmutarse en simple papel mojado. La evidencia empírica recomienda no plantear la planeación del turismo en espacios rurales desde una perspectiva puramente sectorial o meramente territorial; es decir, sin tener en cuenta a otros sectores económicos (agropecuario, agroindustrial, comercio, servicios, construcción, infraestructuras o transportes) las comunidades locales, los agentes políticos e institucionales, o los agentes socioeconómicos territoriales, en definitiva la planeación no puede omitir a la realidad territorial. Tampoco puede eludir a las propias empresas turísticas que son el agente básico de desarrollo turístico. Si tales condiciones previas no son atendidas ello podría significar la irrealidad de la planeación y su consiguiente inaplicación, cosa por desgracia bastante frecuente y que explica, aunque no justifica, ese cierto descrédito de los planes de desarrollo (Gunn, 1994).

5.3. Panorámica del proceso de planeación del turismo rural

La consideración de la complejidad y multidisciplinariedad del proceso de planeación es una constante en la literatura existente (Inskeep, 1991; Pearce, 1990, Gunn, 1994, Bote Gómez, 1990; Crosby, 1996; Cebrián Abellán, 2008) porque implica el luchar en muchos frentes simultáneamente, siendo por lo general los recursos disponibles pocos. Este desequilibrio inicial fuerza a la consideración estratégica del proceso y a la medida y coherencia de las acciones a desarrollar desde el principio, planteando un esquema de acción claro y que tenga muy en cuenta las condiciones señaladas.

De ahí que según de lo expresado en páginas anteriores, la creación de un modelo de turismo rural debe, o debiera, construirse a partir de la evaluación del potencial turístico territorial siguiendo con una parte del diagnóstico situacional del sector turístico del municipio que comprende el examen de las cuatro categorías básicas *Oferta, Demanda, Competencia y Tendencias del Mercado* y que para el municipio de Coahuayana se explicarán más adelante.

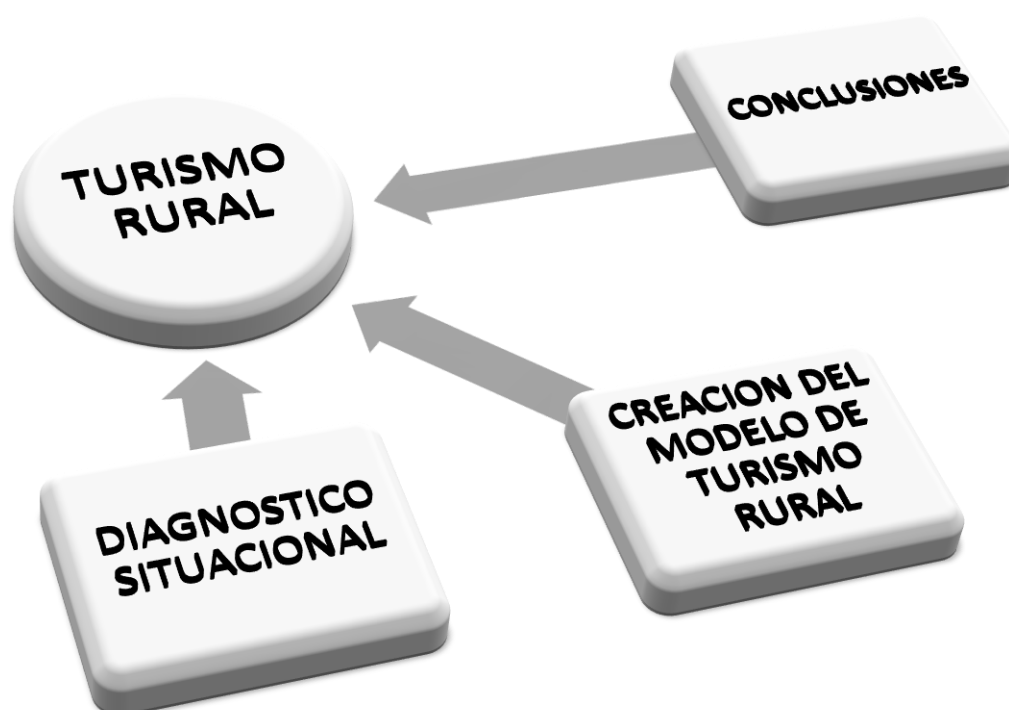
A partir de la información recopilada y sistematizada en el diagnóstico situacional, se define el diagnóstico, estableciendo la conveniencia o no de activar el desarrollo turístico de la zona, o de la profundización del mismo si ya se ha iniciado la explotación turística a partir de la definición de las denominadas “posición estratégica fructífera” del sector turístico territorial y del unique selling position o posicionamiento único de venta o lo que es lo mismo la disponibilidad de factores excepcionales que posibiliten disponer de ventajas comparativas claras y reconocidas por el cliente (Zimmer & Grassmann, 1990).

La consideración de la evaluación del potencial turístico territorial como primera fase del proceso de planeación permite notables economías de escala, así como un evidente ahorro en los costos de oportunidad y de asignación de recursos, en caso de que los resultados de la evaluación sean negativos. En el caso de que los resultados sean positivos, el proceso puede continuar su curso natural pasando a la definición de objetivos y al planteamiento de las estrategias definitivas

Asimismo, se deberá proceder a las conclusiones de lo planificado. Una representación gráfica de dicho proceso se halla en la ilustración que se expone a continuación:

Ilustración 5

PANORÁMICA DEL PROCESO PROPUESTO



FUENTE: Elaboración propia.

5.4. Diagnóstico situacional

El análisis de la oferta nos permite conocer con profundidad nuestra base de recursos, así como los posibles impactos ecológicos sociales y culturales que pudieran derivarse de la explotación turística de tales recursos. La importancia de los Recursos es decisiva por ello profundizaremos en dicha temática en el apartado siguiente. Como vemos la presencia profusa de factores o categorías de análisis deberían conseguir un análisis exhaustivo a diferentes niveles, una síntesis simplificadora de dichas categorías se encuentra en la tabla 19, que

exponemos al final del análisis de la oferta, en un formato de matriz resumen de valoración, donde se indican además de los recursos existentes, su número, estado o calidad y su valoración de manera que se configure un inventario inteligente que ayude a tomar decisiones.

5.4.1. El análisis de la oferta

El análisis de situación comienza con un examen de la oferta turística zonal, lo que supone realizar el consiguiente inventario recopilatorio, con el mayor detalle posible de los elementos que configuran el conjunto de la oferta entendida en sentido amplio, o si se quiere como tal sistema de oferta. El inventario no puede limitarse a ser una mera enumeración lo más exhaustiva posible, sino que debe incorporar necesariamente aspectos relativos a la valoración cualitativa y cuantitativa de los elementos de la oferta y a la calificación de los mismos incluyendo dimensiones sociológicas, socioeconómicas y antropológicas como categorías de análisis que influirán decisivamente en el resultado final y no como meras referencias contextuales.

Para un análisis más claro dentro del bloque de preguntas sobre la información del turismo se preguntó a los ejidatarios:

¿Conoce usted los recursos turísticos con los que cuenta el municipio?

“Me dice usted que los recursos turísticos son los lugares a donde van los turistas, siendo así a mí me gusta ir a la laguna de Mezcala a pescar y a veces a la playa pero la verdad nunca me meto a bañar”

En lo que se refiere a esta pregunta podemos destacar que los ejidatarios conocen algunos recursos turísticos del municipio, o conocen al menos los tres más importantes que son la laguna de Mezcala, la playa y las albercas de Santa María, sin embargo no se tiene la concepción de que el turismo rural es una actividad con la que se pueden realizar una serie de actividades que pueden ser atractivas al turista, las cuales definiremos más adelante.

De igual manera podemos decir que en cualquier modelo de turismo es importante del conocimiento del recurso turístico por parte de la población ya que esto influirá de manera positiva sobre un posible arraigo de cultura turística por parte de la población.

De la misma manera en el mismo bloque se formuló la siguiente pregunta:

¿Mencione 3 recursos turísticos de importancia para el municipio?

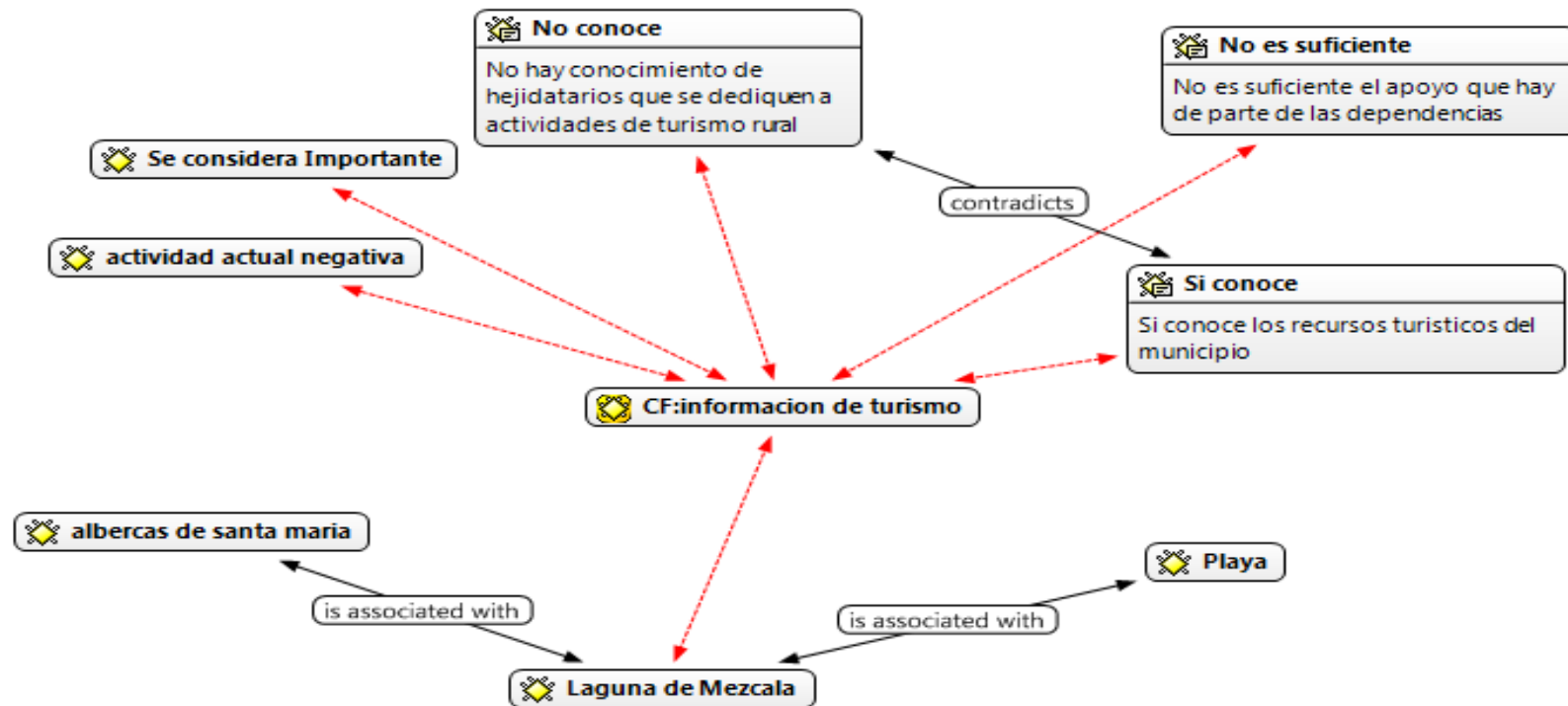
“Si por recursos entendemos los lugares a donde visitan los turistas los lugares donde están estos recursos serian la laguna de Mezcala ahí es un lugar muy bonito, también las playas aunque es mar abierto también están lugares bonitos que se pueden visitar”

Para el municipio de Coahuayana los ejidatarios solo consideran 3 recursos turísticos existentes que comentan desde la pregunta anterior sin embargo fue importante realizar esta pregunta ya que consideramos que para tener una adecuada cultura turística es importante conocer al menos tres recursos turísticos.

Para un análisis más detallado podemos utilizar la siguiente imagen, en la cual podemos distinguir que los ejidatarios consideran tres recursos turísticos de importancia, y que existe una contradicción ya que a pesar de que existe el conocimiento de los recursos turísticos, no existe el conocimiento de ejidatarios que se dediquen a actividades de turismo, con lo cual podemos discernir que tampoco existe el conocimiento de los beneficios que podrían obtener como ejidatarios si emplearan los recursos no solo turísticos si no de infraestructura para actividades de turismo rural, haciendo el comentario que por infraestructura debemos entender el concepto de casa rural y de turismo rural en su conjunto.

Ilustración 6

INFORMACIÓN SOBRE TURISMO



Fuente: Elaboración propia con base en el Software Atlas TI 6.2.

Considerando a los distintos elementos que configuran la oferta como tales factores o elementos de un sistema de oferta, una posible propuesta de enumeración de los mismos podría ser la siguiente:

5.4.1.1. Inventario de los recursos naturales

En esta parte debemos de incluir el análisis del perfil geofísico y econatural del área territorial en cuestión, pudiendo distinguir entre: **inventario físico:** Orografía y Geológica, condiciones climáticas, Hidrografía, lugares de interés.

El clima del municipio como los comentamos en el capítulo 4, está influenciado por tres factores fundamentales que son la forma del relieve, la altitud y la cercanía al mar. Los dos primeros influyen sobre la temperatura, determinando que los niveles más altos se presenten en las partes bajas o protegidas de la influencia de los vientos, en cuanto a la distribución de la humedad, ésta se va a concentrar en las zona costera, las vertientes del sur y las partes altas de las sierra, ya que éstas constituyen barreras orográficas que restringen el paso de la humedad hacia el interior del territorio.

La temperatura media anual es superior a los 22°C en las partes bajas y hasta una altitud de 1,200 msnm, que es el límite aproximado de los climas cálidos.

Ascendiendo en altitud, la temperatura media anual disminuye alcanzando valores superiores a los 18°C que definen los climas semicálidos, en una franja altitudinal comprendida entre los 1,200 y los 2,000 msnm. Más arriba, las temperaturas disminuyen hasta alcanzar los 12°C, definiendo el límite inferior de los climas templados.

La unidad orogénica Sierra Madre del Sur se extiende cerca de la costa siguiendo una dirección NO-SE, en el Pacífico. Esta unidad orogénica en el Municipio la podemos ubicar al sur, este y noreste, hacia los límites Municipales, con Villa Victoria y Aguila, cubren una superficie de 215.22996 km² (59.4%), en donde se encuentra un rango de variación altitudinal de 200 a 1580 msnm (correspondiendo la mayor altitud al Cerro de la Aguja).

La región geomórfica planicie costera sudoccidental es una faja formada entre la Sierra Madre del Sur y el Océano Pacífico, al cual pertenece el Valle de

Alima o de Tecomán, que incluye la planicie del Municipio de Coahuayana. Esta región Geomórfica se localiza al este del Municipio, cubriendo una superficie de 147.11004 km² (40.6%), con un rango de variación altitudinal de 0 a 200 m.s.n.m”.

En lo que se refiere a la hidrografía (Sánchez, 2000) nos dice que el río Coahuayana e nace en el Cerro del Tigre, en el Municipio de Mazamitla, Jalisco, y desemboca en el Océano Pacífico en Boca de Apiza, Michoacán, después de recorrer 50 km. En su curso inferior sirve de límite a Colima y Michoacán. Su área de captación comprende 7,500 km² (Tamayo 1976); y su escurrimiento medio anual se estima en 1,495 millones de metros cúbicos.

Inventario natural: Biodiversidad presente y especifica (fauna, flora, bioendemismos, catalogo de localizaciones (parques, reservas, sitios, zonas, etc.

El área en estudio por su ubicación geográfica, pertenece a dos regiones zoogeográficas, la Neártica y la Neotropical, sin embargo, se piensa que el obstáculo que representa el Sistema Volcánico Transversal impide el paso de algunas especies de una zona a otra, lo que hace a esta región del país ser interesante.

Debido principalmente a la interacción de factores físicos y biológicos que forman diversos hábitats faunísticos, entre los que destacan: Bosques, selva pastizal, tular, palmar, márgenes de escurrimientos fluviales, esteros, lagunas costeros, playas, acantilados, áreas deforestadas, zonas de cultivo y asentamientos humanos.

Como resultado de las variantes topográficas y altitudes se establece diferentes condiciones climáticas que define la presencia y distribución de varias tipos de vegetación, desde las dunas costeras, manglar y tular en el litoral seguidos de selvas bajas y medias que al ir ascendiendo en altitud se entremezclan con bosques de pino – encino, encino y finalmente el bosque de pino en las partes de mayor altitud.

Bajo esta condición los organismos han desarrollado estrategias para vivir en diversas condiciones de temperatura y humedad, encontrándose representadas todas las clases de vertebrados y de acuerdo a diferentes reportes realizados para

la zona se registraron 112 especies de mamíferos, 12 de anfibios, 53 de reptiles, 243 aves y 126 peces.

Aquí podemos destacar la laguna de Mezcala como área natural protegida para la cría del cocodrilo.

5.4.1.2. *Inventario de recursos culturales*

Que comprendería el análisis del perfil cultural y antropológico del área, podemos distinguir entre:

Inventario Antropológico: Historia, costumbres, artesanías, manifestaciones culturales, folklore, atracciones, localizaciones, guías.

Se pretende la construcción de una casa de la cultura del Municipio sin embargo esta no se ha llevado a cabo.

Gestión de libros con temas diferentes para elevar la cultura y el hábito en los padres de familia y alumnos en general, y el intercambio cultural con otros municipios de la región con bailables, danzas, poesía, y oratoria, para así lograr convivencia y acercamiento de los pueblos pero esta situación tampoco se ha realizado ya que es una realidad que a los habitantes del municipio prefieren otro tipo de actividades como el deporte.

Gestión e impulso de bibliotecas circulantes en los pueblos y escuelas de las localidades del Municipio.

Inventario Monumental e histórico artístico existente: monumentos, conjuntos arquitectónicos, obras de arte, museos, lugares de arte, rutas etc.

En este apartado podemos comentar que no existen monumentos o sitios de interés que no sean las playas del municipio.

5.4.1.3. *Inventario socioeconómico*

Abarca el análisis de la Estructura Económica del territorio, la Estructura demográfica, la Estructura Político Administrativa y el territorio existente, como categorías básicas del análisis territorial

Al año 2000, el estado contaba con 2,787,584 habitantes mayores de 12 años, que representaba el 69.9 por ciento de la población total; de esta, 1,241,449, era población económicamente activa, es decir el 44.5 por ciento de la población

de 12 años y más, y 1,534,332 era población económicamente inactiva, que representaba en 55.0 por ciento.

Esta predominancia de la PEI se traduce en la existencia de un gran número de habitantes que son estudiantes (21.9%) y amas de casa (55.8%).

En la zona de estudio, la PEA representaba el 47.40, mientras que la PEI concentra el 49.5 por ciento y el resto lo representa la población que no especifico su situación, (véase siguiente cuadro).

Tabla 8

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Entidad	De 12 años y más	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	
		Numero	%
Michoacán	2,787,584	1,241,449	44.5
Coahuayana	975	462	47.4

FUENTE: Elaboración propia con base a datos tomados del XII Censo General de Población y Vivienda, 2000. Principales indicadores por localidad. INEGI

De la Población Económicamente Activa el 98.9% labora en alguna actividad económica; predominando, las actividades del sector terciario con el 55.6 por ciento de la PEA Ocupada, le siguen las actividades del sector secundario con 31.2 por ciento, y finalmente el sector primario con el 8.9 por ciento. De esta manera se observa el cambio de una economía predominantemente agrícola a otra con un importante sector comercial y de servicios.

De acuerdo al siguiente cuadro, se puede observar que el municipio de Coahuayana aún predominan las actividades que integran el sector primario. (Véase la siguiente tabla).

Tabla 9**ESTRUCTURA DE LA PEA POR SECTORES ECONÓMICOS**

Municipio	PEA		Sector primario		Sector secundario		Sector terciario	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Coahuayana	462	50.8	207	40.7	39	7.7	197	38.8

FUENTE: Elaboración propia con base a datos tomados del XII Censo General de Población y Vivienda, 2000. Principales indicadores por localidad. INEGI

Los niveles de ingresos que presenta la zona de estudio, muestra que la mayoría de la población recibe de 2 hasta 5 salarios mínimos, del orden de 42.8 por ciento; le sigue el rango de menos 1 hasta 2 salarios mínimos, concentrando al 29.2 por ciento de la población ocupada; el 11.7 por ciento percibe de 5 hasta 10 salarios.

Es importante mencionar que el porcentaje de personas que trabajan y no perciben ingresos es mayor a la población que percibe más de 10 salarios, pues este último es del orden de 3.7 por ciento.

Tabla 10**NIVEL DE INGRESOS DE LA POBLACIÓN OCUPADA**

Municipio	No recibe ingresos	> de 1 hasta 2	De 2 hasta 5	De 5 hasta 10	> 10
Coahuayana	15.0%	41.1%	15.0%	2.2%	0.6%

FUENTE: Elaboración propia con base a datos tomados del XII Censo General de Población y Vivienda, 2000. Principales indicadores por localidad. INEGI

El indicador 'Población Ocupada por subsectores económicos' muestra de manera detallada la clasificación de los tres sectores económicos.

Tabla 11

POBLACIÓN OCUPADA POR SUBSECTORES ECONÓMICOS, PRIMARIO, SECUNDARIO Y TERCIARIO

Subsector	Coahuayana	
	Numero	%
SECTOR I	2,123	52%
Agricultura, Ganadería Aprovechamiento Forestal, Pesca y Caza	2,419	52%
Minería	4	0%
SECTOR II	519	11%
Electricidad y Agua	12	0%
Construcción	290	6%
Industrias Manufactureras	217	5%
SECTOR III	1,535	30%
Comercio	466	10%
Transportes, Correos y Almacenamiento	67	1%
Información en Medios Masivos	11	0%
Servicios Financieros y de Seguros	13	0%
Servicios Inmobiliarios y de Alquiler De Bienes Muebles	4	0%
Servicios Profesionales	20	0%
Servicios de Apoyo a los Negocios	15	0%
Servicios Educativos	241	5%
Servicios de Salud y de Asistencia Social	59	1%
Servicios de Esparcimiento y Culturales	23	0%
Servicios de Hoteles y Restaurantes	204	4%

Otros Servicios, excepto Gobierno	278	6%
Actividades del Gobierno	134	3%
No Especificado	134	3%
TOTAL	4,611	100%

FUENTE: Elaboración propia con base a datos tomados del XII Censo General de Población y Vivienda, 2000. Principales indicadores por localidad. INEGI

En el municipio de Coahuayana la tenencia de tierra en gran parte es ejidal con Procede efectuado. La zona se encuentra en proceso de parcelización y en su gran mayoría los predios están en forma de propiedad privada, desplegado por superficie sin embargo, la mayoría sigue siendo tierra ejidal.

5.4.1.4. *Inventario de infraestructura y servicios*

Comprendería el análisis de segmentos como: Infraestructura: Viaria, Transporte y Comunicación.

Servicios: Salud, Comercios, Profesionales, Personales.

Salud

Cuenta con servicio médico por parte de la Secretaría de Salud, del IMSS, ISSSTE, UMR y médicos particulares, en lo que se refiere a la medicina preventiva está dirigida a reducir enfermedades infecciosas por medio de la vacunación así como la obesidad y el sedentarismo.

Abasto

Tiene un tianguis un día a la semana y varias tiendas de abarrotes. Por su cercanía con Tecomán en el estado de Colima, gran número de personas se desplazan para realizar sus compras allí.

Deporte

Se cuenta con 13 canchas de fútbol soccer en el municipio, dos de fútbol rápido y múltiples canchas de básquetbol y voleibol.

Medios de comunicación

Diariamente llegan periodicos del vecino estado de Colima, semanalmente el periodico CRONOS. Cuenta con cobertura de la televisión nacional y estaciones de radio AM-FM de Tecmán, Colima y Coalcomán donde los Coahuayanenses se mantienen informados y servicio de televisión por cable e Internet Infinitum (estos dos últimos solo están disponibles en el municipio de Coahuayana).

Vivienda

En el año 2005 el municipio cuenta con un promedio de 2,906 viviendas, donde predomina la construcción de tabique y techo de concreto, seguidas por las de madera y techo de lámina; y por último las de adobe con techo de teja.

El análisis la tabla siguiente resulta interesante ya que nos proporciona un aspecto de suma importancia como indicador del nivel que tiene la población.

Tabla 12

NUMERO DE CUARTOS POR VIVIENDA Y SUS OCUPANTES

	Numero de Cuartos								
	Total	1	2	3	4	5	6	7	8
Número de viviendas	2593	250	822	879	402	130	55	22	11
Número de Ocupantes	13352	1118	3835	4684	2333	765	296	131	80

FUENTE: Elaboración propia con base a datos en Sánchez (2000).

Al analizar la tabla 16 lo primero que llama la atención es que, el promedio se tiene 5.15 habitantes por vivienda, predominando las viviendas con dos, tres y cuatro cuartos; predominando 1.78 habitantes por cuarto en viviendas particulares. Se advierte que el tipo de habitación según el numero de cuartos, es el de tres, tipo que en total constituye el 33.90% del total. Le siguen en importancia son

aquellas de 2 (822; 31.70%) y 4 (402; 15.50%) cuartos, mismas que en conjunto suman 1,224 y que representan el 47.20% que sumados a las anteriores (879), representan el 81.10% (2,103) del total, quedando solo el 18.89% restante para las habitaciones de uno (250) y más de cuartos (227).

Puede decirse, en consecuencia, en cuanto al problema habitacional se refiere, que Coahuayana presenta una situación desfavorable que está aumentando considerablemente.

Tomando en cuenta el material con que se construyen las viviendas se tiene lo siguiente:

En la mayoría de las viviendas los muros son de tabique, ladrillo, block o piedra (1,390 casas), teja (687) o materiales de asbesto (543) y los pisos de material (1,661). En otras palabras, la vivienda que predomina es la que muy poco ha variado desde la época colonial, que es típica en todo el Estado. No Obstante, se advierte la introducción de otros materiales como ladrillo, madera, embarro, etc. Y techo de concreto y otros.

Finalmente, para ver los adelantos en el municipio en lo que respecta al marco hábitat, se anexa un cuadro donde se observa que 2281 viviendas reciben energía eléctrica, 1297 poseen drenaje. De las 2593 viviendas 1884 disponen de agua entubada. Se cuenta a la fecha con un sistema de drenaje muy restringido, muchas casas carecen hasta de fosa séptica. Sin embargo existe ya un proyecto para ampliar el sistema de drenaje en la cabecera Municipal y extender el servicio a toda la Población de Coahuayana.

De los expuesto, se desprende que los servicios públicos son deficientes en su generalidad, por lo que debe procurarse su mejoramiento, empezando por el servicio de agua potable, ya que es el más importante, lo que hará que mejore la salubridad en la población. Cabe mencionar que Coahuayana no cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo.

En Coahuayana en 1990 existían 610 casas (23.66%) que no disponía de agua entubada, en ella vivían 3,178 personas. De esas 610 casas solo 149 con 763 habitantes cuentan con drenaje y solo 445 casas (2,340 habitantes) no cuentan con drenaje (tabla17).

De las 1,968 casas que disponen de agua entubada y donde viven 10,105 habitantes, solo 1,144 casas (el 58.13%) con 5,602 habitantes cuentan con drenaje y resto 777 casas (39.47%) con 4,251 habitantes (42.07%) no cuentan con este servicio.

Al analizar el tipo de propiedad de las casa encontramos que de las 2,596 casa existentes en el municipio en 1990, 2594 son particulares (99.92%), 2546 son casas solas donde vivían 113 personas (84.47%); solo existía una vivienda móvil con 4 ocupantes, un refugio con 3 habitantes y existían solo 2 viviendas colectivas (tabla 18).

Número de viviendas y de ocupantes, según la disponibilidad de agua entubada y drenaje.

Tabla 13

FORMA DE ABASTECIMIENTO DEL AGUA ENTUBADA

Forma de abastecimiento de agua entubada	Total Vivienda		Con Drenaje		Sin Drenaje	
	Vivienda	Ocupante	Vivienda	Ocupante	Vivienda	Ocupante
%			58.13	55.44	41.87	44.56
Dispone de Agua entubada	1968	10105	1144	5602	777	4251
%	78.34	76.07	88.47	88.01	63.58	64.49
Dentro de la Vivienda	925	4676	628	3041	273	1510
%	47.00					
Fuera de la Vivienda	959	5020	480	2392	466	2547
%	48.73					
De llave Publica	84	409	36	169	38	194
%	4.27					
Sin agua entubada	610	3178	149	763	445	2340
%	21.66	23.93	11.53	11.99	36.42	35.51
Total	25.78	13283	1293	6365	1222	6591

FUENTE: Elaboración propia con base a datos en Sánchez (2000).

Tabla 14
CLASE Y TIPO DE VIVIENDO EN COAHUAYANA

CLASE Y TIPO DE VIVIENDA	VIVIENDAS HABITADAS	OCUPANTES
COAHUAYANA	2596	13378
Viviendas particulares	2594	13355
+Casa Sola	2546	13118
+Departamento en edificio	0	0
+Casa en Vecindad	23	113
+Vivienda Móvil	1	4
+Refugio	1	3
Vivienda Colectiva	2	23
No Especificado	23	117

FUENTE: Elaboración propia con base a datos en Sánchez (2000).

Tabla 15

MATERIAL DE LOS PISOS, PAREDES Y TECHOS EN COAHUAYANA

MATERIAL DE LOS PISOS, PAREDES Y TECHOS								
Material Predilecto en Pisos y Paredes	Casas Habitadas Lamina de Cartón	Palma TejamaNilo Madera	Lamina de Asbesto	Metálica Teja	Losa de Concreto	Tabique o ladrillo	Otros Materiales	Especificado
COAHUAYANA	2593	225	56	822	1208	249	13	20
Lamina de Cartón	9	4	2	1	2	0	0	0
Carrizo, Bambú, Palma	387	126	40	78	140	2	0	1
Embarro o Bajareque	143	28	0	34	80	1	0	0
Madera	142	36	7	35	64	0	0	0
Lamina de asbesto o Metálica	11	0	1	2	5	3	0	0
Adobe	52	0	0	10	39	3	0	0
Tabique, Ladrillo, Block, Piedra	1801	21	5	652	869	240	11	3

Otros materiales	32	10	1	10	9	0	2	0
No Especificado	16	0	0	0	0	0	0	16
TIERRA	663	176	46	144	283	11	3	0
Lamina de Cartón	8	4	2	0	2	0	0	0
Carrizo, Bambú, Palma	260	102	36	35	86	1	0	0
Embarro o Bajareque	95	23	0	23	48	1	0	0
Madera	91	30	5	23	33	0	0	0
Lamina de Asbesto o	2	0	1	0	0	1	0	0
Metálica								
Adobe	25	0	0	5	20	0	0	0
Tabique, Ladrillo, Block,	163	9	1	54	90	8	1	0
Piedra								
Otros materiales	19	8	1	4	4	0	2	0
No especificado	0	0	0	0	0	0	0	0
CEMENTO O FIRME	1661	47	9	622	832	143	7	1
Lamina de Cartón	1	0	0	1	0	0	0	0
Carrizo, Bambú, Palma	122	22	3	43	53	1	0	0
Embarro o Bajareque	48	5	0	11	32	0	0	0
Madera	51	6	2	12	31	0	0	0
Lamina de Asbesto o	9	0	0	2	5	2	0	0
Metálica								

Adobe	26	0	0	4	19	3	0	0
Tabique, Ladrillo, Block, Piedra	1390	12	4	543	687	137	7	0
Otros materiales	13	2	0	6	5	0	0	0
No especificado	1	0	0	0	0	0	0	1

FUENTE: Elaboración propia con base a datos en Sánchez (2000).

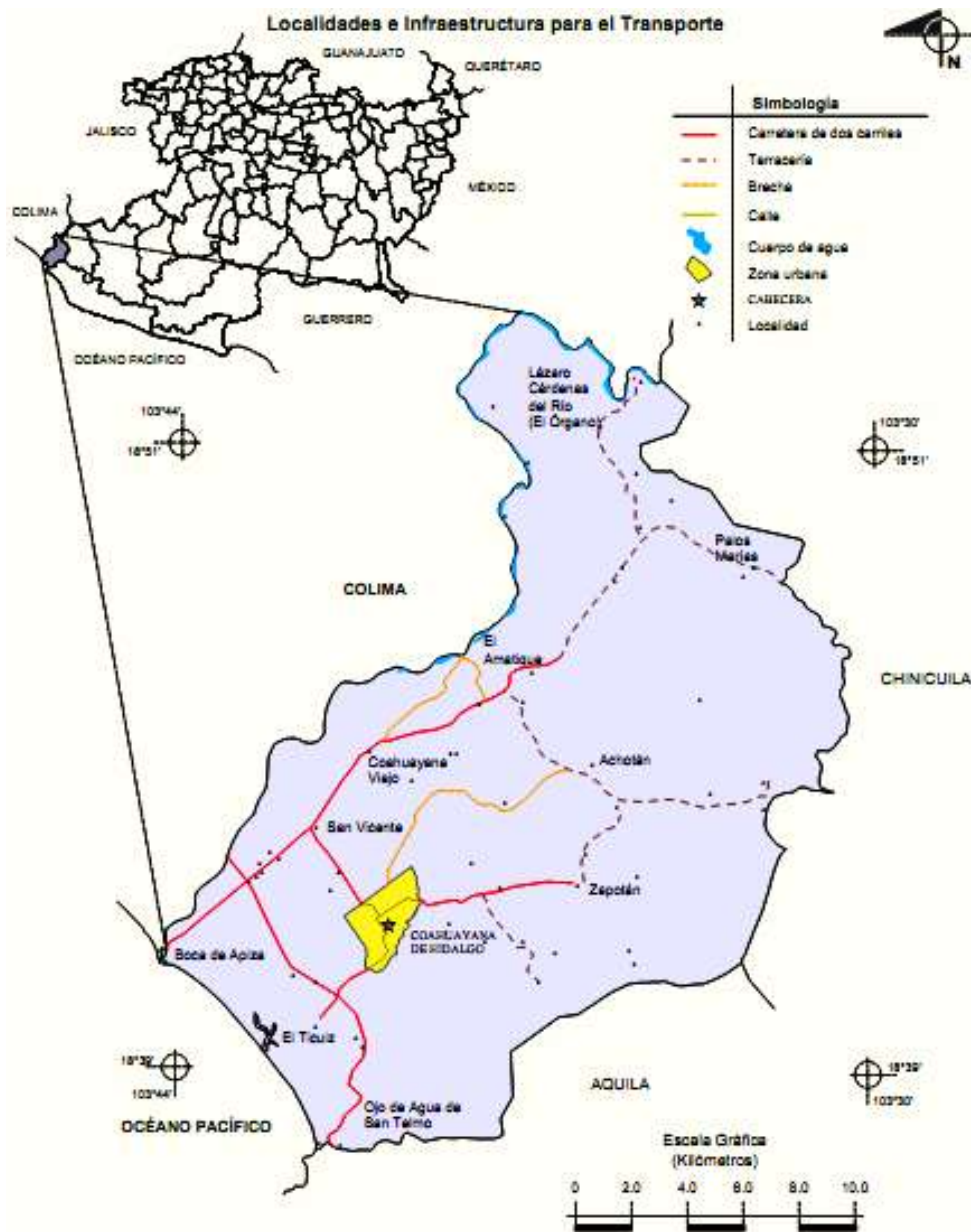
Vías de comunicación

Podemos asegurar que el desarrollo económico de cualquier región depende en gran medida de su localización geográfica, así como el número y calidad de las vías de comunicación que a ellas concurren.

La región se comunica a través de la carretera federal Manzanillo-Lázaro Cárdenas y la red estatal de carreteras pavimentadas y de tercería. Se cuenta con una aeropista pavimentada en el municipio de Coahuayana. Además con los servicios de teléfono, fax, telégrafo y radiocomunicación.

Ilustración 7

LOCALIDADES E INFRAESTRUCTURA PARA EL TRANSPORTE



Fuente: INEGI. Información Topográfica Digital Escala 1:250 000 serie II y serie III.
INEGI. Marco Geoestadístico Municipal 2005, versión 3.1.

5.4.1.5. Inventario turístico

La primera fase del proceso planificador es determinante, por cuanto que el análisis de situación identifica el estado y condiciones de la zona en cuestión, determinando sus potencialidades y aptitudes para el desarrollo de actividades turísticas rurales de manera eficaz y concreta. El contenido básico del análisis es la información, puesto que se trata básicamente de generar conocimiento, a ser posible exhaustivo sobre los distintos elementos que actúan e interactúan en el contexto de la actividad turística. La información disponible condiciona nuestra capacidad de decisión, por tanto se configura como la base sobre la que construir el proceso de toma de decisiones y de asignación de recursos.

Habiendo una visión de conjunto podemos comenzar a profundizar en las diferentes secciones del análisis de situación.

El segmento de análisis de mayor significado necesariamente debe tratar de abarcar todos los aspectos referentes a la actividad turística en la zona:

Oferta de Alojamientos: evolución y volumen de la oferta, distribución de los establecimientos por dimensión localización, tipología, calidad, precio y tipo de turismo.

Tabla 16

OFERTA DE ALOJAMIENTO (CUARTOS) COAHUAYANA

Población	No. De estrellas					Otros		Total
	5	4	3	2	1	SC	CE	
Ojo de Agua						10		10
El Ranchito						35		35
Boca de Apiza						15		15
Total						60		60

Nota : SC= Sin Categoría CE= Categoría especial

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 17

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO (CUARTOS) COAHUAYANA			
Población	Nombre del Hotel	Categoría	Cuartos
Ojo de Agua	Estela Inn	SC	10
El Ranchito	Posada navideña	SC	16
	Los Arcos	SC	19
Boca de Apiza	Solar	SC	8
	Sarahi	SC	7
Total de cuartos			60

FUENTE: Elaboración propia.

Con una oferta tan limitada de alojamiento se hace necesario recurrir a otras formas de alojamiento para el turista en donde la casa rural, la cual es explicada a detalle más adelante se posiciona como una excelente opción para el turista.

Oferta de restaurantes y alimentos: evolución, capacidad global, distribución de los establecimientos por dimensión, calidad, localización, tipología y precio.

Tabla 18

ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y APOYO			
Servicio	El Ranchito/Coahuayana Nuevo	Ojo de Agua	Boca de Apiza
Restaurantes	8	4	10
Bares	5	1	4
Discotecas	1		1
Internet	6	1	1

Líneas de transporte foráneo	1		
Líneas de transporte foráneo	1	1	1
Sitios de Taxi	3		1
Líneas Aéreas			
Correos	1		
Casetas Telefónicas	3		1
Bancos	1		
Casas de Cambio	1		
Gasolineras	1		
Agencias de Viajes	1		
Renta de Automóviles			

FUENTE: Elaboración propia con base en investigación de Campo

Oferta de actividades complementarias ya sean de deporte, ocio y aire libre: senderismo, cicloturismo, equitación, deportes náuticos, ultraligeros, rafting, otros etc.

Oferta para congresos: potencialidad de organización de conferencias, exposiciones y seminarios, centros o espacios de congresos y exposiciones, actividades artísticas.

No se encontró ninguna oferta de esta clase.

Empresa Turística: perfil empresarial de las explotaciones turísticas: empresas por dimensión, volumen de negocio, personal, tipología jurídica, servicios ofertados, asociacionismo y cooperación empresarial, distribución física y emplazamientos, etc.

No existen empresas turísticas en el municipio por lo cual se justifica la investigación de sobre manera.

Formación Turística: niveles de cualificación de la población empleada en el sector, carencias existentes, posibilidades y ciclos formativos existentes.

Cooperación Empresarial: tendencias observadas en el asociacionismo, evolución, practicas existentes de cooperación empresarial, sinergias observadas, problemas no resueltos

Formas de Ubicación: proximidad, inmediatez o fácil accesibilidad desde zonas metropolitanas, zonas litorales o nodos de comunicación de importancia que pueden actuar como cuencas turísticas emisoras hacia la zona en cuestión

5.4.1.6. Elemento gubernamental

En este inventario debemos conocer la actitud del gobierno frente al desarrollo turístico: y conocer si esta es proactiva, reactiva, nivel de apoyo y subvenciones existentes, nivel de transparencia y accesibilidad de la información. Tendencias a la focalización de las apoyo en alojamiento y restauración. Tendencias a la acumulación de intangibles y a la inversión en bienes materiales. Tendencias dominantes constatadas dinamizadoras o no de las iniciativas de desarrollo turístico para lo cual nos podemos remitir al plan municipal de desarrollo (Periodico Oficial del Gobierno Contitucional del Estado de Michoacan de Ocampo, 2008) en donde encontramos la siguiente información lo cual nos permite ver una panorámica de la actitud del gobierno municipal ante el desarrollo turístico.

Involucrar a la población rural en los proyectos turísticos y eco turístico a través de actividades deportivas, generación de información y nuevas rutas, con la finalidad de promover el municipio y fomentar la derrama económica lo cual es unos los puntos principales de coincidencia con esta investigación.

Fomentar al máximo el aprovechamiento de los programas federales y estatales relacionados con el campo y el desarrollo social en áreas rurales y en este sentido insertar estos programas y hacer un doble aprovechamiento transversal de los mismos para ser utilizados como proyectos de turismo rural.

El plan municipal de desarrollo nos dice que el municipios tiene que asesorar, gestionar y canalizar al ciudadano a apoyos ya existentes, así como a nuevos programas y proyectos, promover el apoyo para la comercialización de productos locales, promover la modernización del sector económico a través de r e

impulsar la investigación y el desarrollo económico para fortalecer el sector productivo.

De la misma manera gestionar el mejoramiento de la infraestructura de negocios y turismo del Municipio, promover programas y acciones en coordinación con autoridades federales y estatales, para incentivar el desarrollo económico formal y legal, también encontramos uno de los lineamientos principales es el de atraer la inversión de los paisanos en empresas y proyectos del municipio de Coahuayana.

Apoyar la comercialización de los productos locales de mejor calidad y fomentar los programas de capacitación y desarrollo de la organización de los productores.

5.4.1.7. Elementos de seguridad

Niveles de Seguridad, Niveles Delictivos. Amenazas

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda (INEGI: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) los delitos de fuero común durante el 2009 fueron de 200 de los cuales 90 obtuvieron sentencia condenatoria sin embargo las amenazas continuas de la delincuencia organizada sigue siendo un flagelo que aqueja a la sociedad del municipio y que impacta de manera negativa en los visitantes del municipio.

Capacidad de respuesta del gobierno.

De la misma manera el plan de desarrollo municipal integra una serie de acciones a fin de construir un municipio más seguro dentro de las que se encuentran las siguientes (Periodico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacan de Ocampo, 2008).

En un primer momento se tiene que transparentar la función policiaca para consolidar la credibilidad y confianza de la ciudadanía.

Actualizar y acondicionar los sistemas y elementos de seguridad pública con equipo moderno y alta tecnología con esto podemos incrementar la capacidad de respuesta ante llamados de la ciudadanía.

En necesario introducir elementos modernos de administración para mejorar significativamente la atención a emergencias así como fomentar el desarrollo profesional y personal para los cuerpos de Seguridad Pública.

Ratificar e implementar las certificaciones y reconocimientos del desempeño de seguridad pública.

Aumentar la presencia policíaca en la mayor parte de la cabecera municipal para los cual se plantea la estrategia de promover la vigilancia y el trabajo en conjunto de la zona rural del Municipio, en coordinación con los Comisariados Ejidales.

Capacidad de acción de la Sociedad Civil

La denuncia anónima es una de las estrategias que se deben de fomentar ya que esta no tiene un funcionamiento correcto debido a la falta de confianza en el sistema de seguridad pública.

5.4.1.8. Elementos de imagen

En esta parte analizaremos cuál es la imagen que se proyecta del territorio, cual es su nivel de definición, existencia de marcas, logos identificativos así como existencia de factores que generan una imagen negativa del territorio.

Para los cual encontramos que en el bando del buen gobierno (H. Ayuntamiento Constitucional de Coahuayana, 2008) que el Municipio tendrá como símbolos representativos, el nombre y el escudo.

El artículo 5 nos dice que: municipio se denomina “Coahuayana” palabra de origen náhuatl que puede significar “lugar donde abundan los árboles y calabazas”. Si se toman como raíces las palabras indígenas coahuatl que significa “árbol” y ayotl que quiere decir “calabaza”, y acan(a) que es “lugar de abundancia”.

Ilustración 8

ESCUDO DEL MUNICIPIO DE COAHUAYANA



EL Escudo del municipio tiene las siguientes características: En la parte superior.- Se encuentra un listón ondeando que indica de lado izquierdo la palabra “Municipio”, en la parte central “Coahuayana” y en el lado derecho “Michoacán”, cuyo significado hace referencia a la autonomía de gobierno local. Aparece en forma centrada la figura del padre de la patria Don Miguel Hidalgo y Costilla, cuyo nombre hace honor en nuestro municipio, ya que la cabecera municipal lleva por nombre Coahuayana de Hidalgo, así mismo hace alusión al municipio libre e independiente, a sus costados, de lado izquierdo aparece una rama de laurel como símbolo de victoria y triunfo y en el lado derecho aparece una rama de olivo simbolizando la paz que prevalece por siempre. En la parte posterior de la figura de Don Miguel Hidalgo aparecen los colores de la bandera mexicana, que expresan el amor a nuestra patria, además el color verde que simboliza la esperanza de nuestro pueblo en el destino de sus habitantes, el blanco que representa la unidad de nuestra gente y la pureza de sus nobles ideales y el color rojo que simboliza la sangre que han derramado nuestros hermanos para bien y grandeza de nuestro municipio. Aparece también una paloma blanca con una rama de olivo en el pico que significan la paz y prosperidad de nuestro pueblo.

Sin embargo existen factores en contra de la imagen del territorio como los ocasionados por la inseguridad, no obstante los factores a favor son, por mucho más significativos como se explica en la matriz que se presenta a continuación en donde podemos ver que las calificaciones por motivos en delitos son bajas en consideración con otros municipios.

Tabla 19

MATRIZ DE INVENTARIOS PARA ANÁLISIS DE LA OFERTA

Tipo de inventario	Descripción	Valor		
		No.	Calidad	Calif.
Recursos Naturales	Inventario físico		7	8
	Inventario natural		9	9
Recursos Culturales	Inventario Antropológico	4 Lineamientos	7	7
	Inventario Monumental	Ninguno		
Socioeconómico	Estructura Económica	PEA	6	6
	Demográfica			
	Política			
	Administrativa			
	Territorio			
Infraestructura y Servicios	Infraestructura			
	Servicios			
Turístico	Alojamientos	60	5	5
	Restaurantes			
	Actividades complementarias	Ninguna		
	Oferta de Congresos			
	Empresas Turísticas	Ninguna		

	Formación Turística			
	Cooperación Empresarial			
	Ubicación			
Gubernamental	Actitud del gobierno	11 lineamientos generales	9	9
Seguridad	Seguridad	200 delitos	10	10
	Capacidad de respuesta del gobierno	9 lineamientos generales	8	7
	Capacidad de respuesta de la sociedad	1 propuesta	8	7
Imagen	Imagen	1 logo	6	6
		Factores negativos múltiples	10	10

FUENTE: Elaboración propia

5.4.2. El análisis de la demanda

Resulta fundamental para cualquier destino turístico, ya consolidado, conocer cuál podría ser la posible respuesta del mercado a la Oferta turística de la zona. Se trata de descifrar la posible existencia de segmentos de demanda reales o potenciales consumidores de los productos turísticos zonales, de manera que dispongamos de un cierto margen de actuación comercial y no se trate de una mera apuesta en el vacío. Este conocimiento parece decisivo para diseñar posibles propuestas, ya infraestructurales ya comerciales ya de gestión de la actividad turística en el área. El conjunto de los elementos a analizar quedaría resumido de la siguiente manera en dos vertientes:

5.4.2.1. Análisis Cuantitativo:

- Volumen de clientes

Tabla 20

AFLUENCIA TURÍSTICA DE MICHOACÁN 2004 PARÁMETROS GENERALES

Concepto	Cantidad
Afluencia (Miles)	2,225.5
Participación extranjeros (%)	5.96
Estadía promedio (Noches)	1.32
Estadía de los nacionales	1.31
Estadía de los extranjeros	1.42
Cuartos	11,011
Factor de ocupación (%)	38.45
Densidad (Personas/cuarto)	1.91

FUENTE: SECTUR. Compendio Estadístico del Turismo en México. 2004

Para el municipio se tiene la siguiente información

Tabla 21

AFLUENCIA TURÍSTICA DE COAHUAYANA 2004 PARÁMETROS GENERALES

Concepto	Cantidad
Afluencia (Miles)	29.2
Participación extranjeros (%)	3.3
Estadía promedio (Noches)	2
Cuartos	60
Factor de ocupación (%)	30

FUENTE: SECTUR. Compendio Estadístico del Turismo en México. 2004

En el municipio de Coahuayana se tiene una afluencia turística por segmentos diferenciados. En primer término, por cuanto a la duración del viaje, se

tiene a excursionistas nacionales que visitan las el municipio por un periodo inferior a 24 horas y a los turistas extranjeros y nacionales que pernoctan en las instalaciones de alojamiento que explicamos anteriormente.

La mayor parte de la afluencia turística que pernocta en las instalaciones de alojamiento del municipio visitan la costa para ir a la playa, para visitar a familiares y amigos, o para pescar u observar la naturaleza (especialmente a las tortugas).

- Distribución en el área por tipología de alojamiento.

No se puede realizar un análisis de este tipo ya que no hay diferenciación en los tipos de alojamiento del municipio ya que todos de mencionaron como SIN CLASIFICACIÓN.

- Duración de estancia media

Los turistas que visitan el municipio permanecen en las instalaciones de alojamiento alrededor de 2 noches.

De acuerdo a la información de SECTUR del año 2004, los turistas nacionales de que visitaron la entidad pernoctaron 1.25 noches y los extranjeros 1.33 noches.

- Estacionalidad de los flujos
- Nivel de consumos en términos monetarios: gasto medio por persona y día

El gasto turístico en la costa de Michoacán se estimó de acuerdo con la información recabada durante las visitas de campo, entrevistas realizadas a prestadores de servicio y la información proporcionada por el Gobierno del Estado.

Tabla 22

DERRAMA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE COAHUAYANA 2004					
Concepto	Turistas (miles)	G.M.D (Pesos)	Estadía (Noches)	Derrama (Mill. de \$)	Divisas (Mill. USD)
Afluencia turística	29.2	455	2	26,572	

FUENTE: SECTUR. Compendio Estadístico del Turismo en México. 2004

5.4.2.2. Análisis Cualitativo:

Dentro de este apartado podemos determinar dos factores.

Sin embargo para hacer esta clase de análisis cualitativo es necesario una serie de entrevistas que nos ayuden a conocer todos estos indicadores sin embargo para nuestra investigación usaremos los resultados obtenidos por (Juan Manuel Tello Contreras, 2008).

a) Perfil del consumidor:

- Tipo de consumidor predominante

En este rubro se obtuvieron los siguientes resultados: el grupo mayoritario fue el de los que viajaron con su familia incluyendo hijos, totalizando el 26.8% de los encuestados. Este porcentaje fue más alto durante los periodos de verano, mayo y junio, en los que muchos niños tienen vacaciones escolares. El segundo lugar lo obtuvieron los que viajaban solamente con su pareja sentimental, al sumar el 22.4% de las respuestas. El tercer grupo en orden de importancia fue el de quienes viajaron solamente con amigos (17.8%), y en cuarto los que viajaron solos (14.7%). En este último grupo se ubican principalmente quienes viajaron por motivo de negocios personales. Con porcentajes más bajos se encuentran los que viajaron con familia y amigos (7.5%), con adultos de su familia pero sin hijos (7.3%), y finalmente, quienes viajaron con compañeros de trabajo o de estudio (3.4%). Este patrón fue prácticamente idéntico al reportado en el año 2006.

- Origen del consumidor

Gracias a los estudios PERIFITUR, se determinó que el 87.9% de los turistas que visitaron Michoacán a lo largo del 2007 eran de origen mexicano y provenían de alguno de los estados de la República Mexicana. Por otra parte, el 8.4% de los turistas provenían de los Estados Unidos de América y el 3.7% de algún país distinto a México o los Estados Unidos.

Respecto de los turistas nacionales, el mayor porcentaje provino de Michoacán, ya que el 18.1% de los turistas eran intraestatales (michoacanos

visitando otras localidades del mismo estado). El Distrito Federal ocupó el segundo lugar, con el 14.1% de los turistas encuestados que visitaron Michoacán. Jalisco fue tercero, ya que aportó el 13.0%, seguido por Guanajuato con un 8.0%.

Otros estados que aportaron porcentajes significativos de turistas a Michoacán durante el año 2007 fueron el Estado de México, con el 7.2%; Querétaro, con 6.6%; Guerrero, con 4.9%; y Colima, con el 2.8%. El resto de los estados de la República aportaron porcentajes menores al 2.8% del total.

- Expectativas de la demanda
- Motivaciones

Se preguntó también cuál fue el motivo del viaje a Michoacán en los diferentes estudios PERFITUR. El motivo principal para el turista que visitó el estado fue el de recreo y vacaciones con el 54.9% de las ocurrencias, mientras que para el 22.5% el motivo principal para viajar a Michoacán fue el de visitar a familiares y amigos. Con porcentajes más discretos se ubicaron los negocios individuales (4.7%), ir de compras (3.2%), venir por estudios o idiomas (2.4%), y por motivos religiosos, como bodas o bautizos (2.4%). Otros aspectos que motivaron al turista a visitar Michoacán fueron los aniversarios o lunas de miel, los congresos, convenciones o exposiciones, y visitar eventos culturales.

- Niveles de satisfacción

La investigación para este factor se basó en la revisión del PERFITUR, el puerto de Lázaro Cárdenas obtuvo las calificaciones más bajas del estado. La satisfacción global de viaje de los turistas que lo visitaron fue de 8.02, muy por abajo del promedio estatal y de cualquier otro destino turístico, aunque ciertamente mejoró respecto a la calificación del año anterior. Los aspectos más rescatables de Lázaro Cárdenas fueron la hospitalidad y trato de la gente (7.97), la calidad del alojamiento (7.78) y la gastronomía (7.68), pero es alarmante que ninguno de ellos sobrepasa el 8 como calificación, por lo que también son aspectos en donde se debe trabajar fuertemente. Las calificaciones más bajas fueron para la limpieza urbana (6.48), la seguridad pública (6.59) y la información turística (6.65). Son calificaciones realmente muy pobres, y en el caso de la limpieza urbana, pero sobre todo de la seguridad pública, son aspectos de gran

relevancia para el turista cuando decide regresar o no a visitar la ciudad. Sin duda, Lázaro Cárdenas requiere de una gran inversión en cuanto a infraestructura para el turismo si se pretende consolidar como un destino importante en el estado.

- Perfil del consumidor potencial de la oferta
- b. Nivel de la demanda:
 - Demanda real y potencial de nuestra oferta de productos entre los distribuidores reconocidos
 - Nivel de inserción de la Oferta turística zonal en catálogos de distribución turística

5.4.3. El análisis de la competencia

Una vez realizado el análisis de la demanda debemos proceder con el análisis de la competencia, estudio cuyas categorías de investigación básicas serían las fijadas a continuación.

Identificación de competidores existentes y potenciales:

- Definición de competidores genéricos de importancia
- Productos turísticos territoriales análogos, debilidades y fortalezas
- Análisis pormenorizado de zonas colindantes o inmediatas
- Aplicación de buenas prácticas de competidores

Análisis comparativo de resultados:

- ◇ Por años
- ◇ Por zonas contiguas
- ◇ Por áreas de referencia
- ◇ Estrategias de referencia a tener en cuenta:
- ◇ Estrategias de imitación
- ◇ Estrategias de inspiración
- ◇ Estrategias de diferenciación

En el análisis de la competencia, la valoración de las distintas categorías y segmentos de análisis se realiza en función a la consideración de fortalezas o debilidades en relación a los competidores, porque se trata de establecer una comparación en definitiva, aunque al final se le pueda otorgar un valor indicativo sin embargo no existen determinantes para análisis de la competencia.

5.4.4. Tendencias

El análisis de las tendencias posiblemente sea el más complicado en cuanto a concretización dentro de las distintas dimensiones del Análisis de Situación, porque no resulta fácil identificar las tendencias existentes, ni aplicar “automáticamente” o de manera mecanicista las características de las mismas a las peculiares coordenadas de la zona en cuestión.

Se trata en lo básico de identificar cuáles sean las corrientes de comportamiento futuro de los consumidores turísticos, posicionándose en el mercado en función de las mismas, o bien ajustando los atributos y condiciones de nuestros productos a los comportamientos que se derivaran de tales tendencias. Por tanto, cuando analizamos las tendencias estamos avanzando las oportunidades y riesgos inherentes a las nuevas expectativas de los diversos segmentos del mercado, de modo que sean tenidas en cuenta en la configuración de nuevos productos turísticos o en la renovación de los existentes.

Dado que para una zona rural ello podría resultar demasiado costoso o complicado podría ser más factible realizar un primer análisis de las tendencias observadas en los mercados externos a la zona, en función de los criterios contenidos en el cuadro siguiente.

Tabla 23

ELEMENTOS DE ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS		
ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
ANÁLISIS TENDENCIAS	IDENTIFICACIÓN DE TENDENCIAS:	
	Tendencias Observadas.	
	Aspectos de las mismas que afectan positiva o negativamente al territorio	
	Como afectan las tendencias observadas a los competidores	

Las tendencias observadas potencian los puentes fuertes de la oferta turística territorial o acentúan las debilidades del mismo.

Como podrían ser captados por el territorio los aspectos positivos de tales tendencias.

FUENTE: Elaboración propia.

6. ESTRATEGIA: CREACIÓN DE UN MODELO DE TURISMO RURAL PARA EL MUNICIPIO DE COAHUAYANA

6.1. Creación de un producto turístico diferente

El turismo es una actividad económica de relevante importancia para la economía regional, por su generación de riqueza, empleo y especialmente por el efecto multiplicador o de arrastre sobre otros sectores de la economía. Sin embargo, como cualquier otra actividad económica, el turismo tiene que innovarse y reorientarse para hacer frente a una larga lista de amenazas, como es el caso de nuevos destinos emergentes que teniendo en cuenta la mayor competitividad, tratan de afianzarse dentro de la actividad turística y como referente del mismo el turismo rural, o la pérdida de competitividad como receptor turístico debido al aumento de los precios de los servicios prestados y de salarios.

Ante el actual panorama, se pretende establecer unos criterios que contribuyan al desarrollo de un turismo rural competitivo y sostenible, que sea capaz de adaptarse a las nuevas demandas con la innovación de nuevos productos en complemento con los tradicionales. Para la consecución de este desarrollo es necesario la implicación de los sectores públicos y privados en la planeación y gestión; la colaboración y coordinación de las diferentes entidades y secretarías federales entre sí, y entre éstos y los promotores turísticos; la presencia de una oferta complementaria amplia que garantice el atractivo del destino e invirtiendo el fenómeno de la estacionalidad; elaboración de estudios para el conocimiento de la demanda y valoración de los recursos; conseguir un alto grado de fidelidad de los turistas; etc.

Como parte primordial de la propuesta que se presenta en esta investigación fue la de conocer si el ejidatario del municipio de Coahuayana realmente se encontraba dispuesto a realizar las actividades de turismo rural, pero aun más importante se planteó la cuestión de un cambio de modalidad productiva para los propios ejidatarios, es importante resaltar que se puede concluir que de manera simple que cualquier cambio de actividad productiva trae consigo un cambio cultural importante, para resaltar esta situación y poder concluir de manera

más acertada si el ejidatario se encuentra en disposición de hacer este cambio de modalidad.

En la encuesta se plantearon las siguientes preguntas seguidas de sus respuestas las cuales se pueden explicar con la ilustración que se presenta después de las preguntas.

¿Que lo motivaría a cambiar su actividad actual como ejidatario?

“Lo que me motivaría es poder darles a los muchachos una oportunidad distinta para poder desarrollarse como personas que tengan una posibilidad distinta de lo que ahorita están haciendo y eso sería algo muy bueno”

Una de las principales motivaciones que encontramos en los ejidatarios para cambiar su modalidad productiva y modificar la actividad actual que realizan, es la familiar ya que consideran que la familia debe de tener mejores oportunidades que las que ellos tuvieron de sus padres, considerando que una actividad distinta logrará que los miembros de la familia tengan un desarrollo distinto como ejidatarios.

¿Conoce ejidatarios que hayan utilizado apoyos federales para actividades del turismo rural?

“No pues eso solo sería si alguien nos dijera como hacerlo ya que el problema creo yo se da porque no sabemos acerca de los recursos que existen y menos sabemos cómo es que se pueden utilizar estos recursos”

En esta parte nos parece importante destacar que no hay un conocimiento por parte de los ejidatarios personas o otros ejidatarios que se hayan visto beneficiados por parte de las autoridades con recursos federales para realizar actividades de turismo rural, además de que tampoco hay un conocimiento de que siquiera existan recursos que son etiquetados especialmente para que los ejidatarios puedan realizar actividades de turismo rural, y en un tercer momento aunque se tuviera el conocimiento de este recurso no conocen el funcionamiento ni las bondades de la creación de una forma de turismo rural en el municipio de Coahuayana.

De acuerdo a los beneficios sobre los que comentó ¿le interesaría conocer otros beneficios que podrá obtener mediante el turismo?

“Desde luego es lo que le digo si alguien nos dice como hacer algo pues creo que si lo haríamos”

Aquí resaltamos la importancia de crear un modelo de gestión de conocimiento general mediante el cual el ejidatario sea capaz de cambiar su actividad actual de ejidatario por una de prestador de servicios turísticos rurales, mediante el conocimiento de los beneficios económicos y sociales que tendrán al momento de que decidan cambiar su actividad actual por una nueva actividad de prestación de servicios turísticos.

¿Conociendo los beneficios del turismo rural le gustaría cambiar su actividad de ejidatario actual por una de ofertador de turismo rural?

“Si claro me parecen muy buenas las opciones que usted comenta acerca de cambiar lo que hago actualmente o de hecho más bien hacer ambas cosas que creo que sería la parte interesante de esto”

De la misma manera se le comentó al ejidatario que podía homogeneizar ambas actividades ya que se pueden realizar ambas actividades, el ejidatario realizará sus actividades normales de ejidatario e incluirá al receptor del turismo en esas actividades lo cual es la parte primordial de la teoría de turismo rural.

¿Le gustaría utilizar los apoyos que recibe actualmente para hacerlos más productivos o recibir nuevos apoyos mediante el turismo rural?

Si desde luego que lo haría...

También se les hizo de conocimiento que podían acceder a nuevos recursos con la implantación de un modelo de turismo rural, sin embargo la parte importante es que se les dé a conocer el hecho de que pueden utilizar el recurso con el que ya cuentan para iniciar actividades de turismo rural.

Ilustración 9

CAMBIO DE MODALIDAD PRODUCTIVA



Fuente: Elaboración propia con base en el Software Atlas TI 6.2.

Lo que podemos concluir en esta parte es que se tiene la idea de que el cambio de modalidad productiva les traería consigo contar con más apoyos productivos ya que a pesar de que existe una falta de conocimiento de los apoyos federales para el turismo, lo cual se explica más adelante, se tiene la idea de que los apoyos federales si traen consigo un beneficio.

Los criterios generales presentados en este apartado tienen como meta la definición del desarrollo de un modelo turístico para el municipio de Coahuayana basado en la sostenibilidad, diversificación y cualificación. Los criterios son los principios o valores que han de regir la elaboración de las distintas estrategias para cada uno de los productos que pensamos ofertar en el municipio.

A continuación se señalan los criterios que deben guiar la elaboración de estrategias y la ejecución de las actuaciones que posibiliten el desarrollo de uno de los sectores más dinámicos de la economía regional, el Turismo rural.

6.2. Potencialización de la afluencia turística

El turismo rural se debe entender como una modalidad específica, artesanal y personalizada, desarrollada en ambientes naturales, teniendo como ingredientes de interés la conservación de los recursos naturales, así como los usos y costumbres locales.

Juegan un papel importante la hospitalidad de los dueños de casa y las instalaciones, generalmente cascos de estancias o haciendas con un valor histórico y/o geográfico importante, (Centro de estudios Agropecuarios, 2001).

De la misma manera se puede definir como: “los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma” (Secretaría de Turismo, 2004).

Entre las actividades más reconocidas en México para este segmento encontramos:



Talleres artesanales

En donde la experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en los escenarios y con los procedimientos autóctonos. Se pueden estructurar talleres de alfarería, textiles, joyería, madera, piel, vidrio, papel, barro, metales, fibras vegetales, juguetes y miniaturas, entre otros.

Para el municipio de Coahuayana se puede implementar en este rubro la creación de artesanías utilizando como materia prima las conchas y corales que existen en la zona de playa del municipio, en donde la actividad se describiría de la siguiente manera:

Por la mañana realizar el viaje a la playa con un doble propósito, el primero el de ejercitarse mediante una caminata a lo largo de la playa, y el segundo sería el de realizar la recolección de concha con las cuales por la tarde se realizara la

actividad artesanal ya con la materia prima recolectada la cual nos otorgara unas artesanías que serian vistosas además de que se consolidaría como una actividad gratificante para el turista.



Vivencias místicas

Ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos de un pueblo, heredados por sus antepasados.

Ya que el municipio cuenta con población de extracción náhuatl se puede organizar una serie de experiencias previamente diseñadas con el fin de dar a conocer las leyendas que existen dentro de este segmento de la población, dicha actividad se puede realizar por la noche alrededor de una fogata y en donde exista un narrador el cual lleve a cabo dicha actividad, cabe señalar que actualmente existe gran interés por conocer las historias de los pueblos contadas de viva voz por sus participantes.



Aprendizaje de dialectos

Viajar con la motivación de aprender el dialecto del lugar visitado, así como sus costumbres y organización social.

Es importante conocer las tradiciones de un pueblo, pero es más gratificante hacerlo la propia lengua materna de ese pueblo es por eso que se propone que el aprendizaje de dialecto sea una de las actividades principales de turismo rural que se realice en el municipio ya que esto integrara al visitante con los ofertadores de una manera más íntima.

La parte medular importante dentro de este rubro es utilizar los esquemas de aprendizaje en lengua materna que ya existen, como por ejemplo en el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos e integrarlos como medio de aprendizaje para las personas que visitan el municipio.



Fotografía rural

Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.

Ya que el municipio cuenta con lugares de inigualable belleza realizar excursiones fotográficas será una de las propuestas que se deben tomar con más seriedad, si tomamos en cuenta el creciente gusto por la fotografía, y la facilidad para conseguir excelentes imágenes ya sea con una cámara profesional o con un teléfono celular esta actividad se puede realizar tanto en la playa, la laguna de Mezcala o las selvas de la zona montañosa y debe consolidarse como una de las más importantes.



Talleres gastronómicos

Este tipo de actividades tienen la motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica que se ofrece por los anfitriones de los lugares visitados. La alimentación y otros aspectos relacionados con ella son de interés para el turista en donde conocer las diversas técnicas de preparación, recetas y patrones de comportamiento relacionados con la alimentación crean una experiencia única para el turista.

El municipio cuenta con una gastronomía muy variada sin embargo los alimentos basados en los productos del mar son los más apreciados es por eso que para este rubro es importante plantear una estrategia que integre a las personas que tienen restaurantes en la zona de Boca de Apiza para que conjuntamente con ofertadores de turismo rural en el municipio sea ofrecido un taller de preparación de pescados y mariscos en donde el turista aprenderá a preparar algunos de los platillos más característicos de la zona como son pescados a la talla, al mojo de ajo, zarandeado y camarones empanizados, de la misma manera el municipio también es rico en otro tipo de platillos como aporreadillo y menudo que son preparados con carne de res.

También es importante comentar que esta actividad integra a varios sectores productivos como el de los pescadores, los restauranteros y por supuesto los ofertadores de turismo rural por lo que se convierte en una actividad preponderante para nuestra investigación.



Preparación y uso de medicina tradicional

El conocer y participar en el rescate de una de las más ricas y antiguas manifestaciones de la cultura popular mexicana que es la preparación y uso de medicina tradicional, es el motivo de diferentes viajeros. La naturaleza de México es de tal manera pródiga que prácticamente no hay padecimiento que no tenga una planta para curarlo. Es innegable que esta antigua sabiduría que continúa proporcionando salud y bienestar tiene profundas raíces prehispánicas y merece ser rescatada y difundida.

Para el municipio de Coahuayana no podemos definir si realmente exista una cultura de las plantas medicinales por lo cual esta actividad puede verse relevada para la adaptación de este modelo en otros municipios.



Etnoturismo y casa rural

Son los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.

Algunas de las Opciones, ideas, posibilidades para hacer una casa de turismo rural más sostenible, que da la WWF (Fondo Mundial para la Naturaleza) son las siguientes:

a. Instalaciones:

La casa rural es uno de ingredientes del turismo rural sobre los que tenemos que tener mayor énfasis y cuidado en desarrollar ya que es el lugar donde el turista

pernoctara y realizara algunas de las actividades primordiales del turismo rural como se comento existe una serie de opciones que son totalmente desarrollables para el municipio, es por eso que en el diagnóstico se hizo todo el análisis de la composición de los cuartos y las casas en el municipio, aunado a esto podemos comentar las siguientes consideraciones:

- El diseño de la casa debe de estar basado en la arquitectura bioclimática y además se debe de poder modificar y adaptar al apoyo con el que ya cuenta el ejidatario para la cual exponemos el costo de realizar dichas mejora y modificaciones a una casa rural el municipio de Coahuayana:
- Es importante para cualquier obra, uso de materiales de la zona reutilizados sin embargo si son nuevos deben estar de acuerdo con el entorno.
- Uso de dispositivos de ahorro de agua en grifos, duchas y cisternas.
- Uso de dispositivos de luz que se apagan solos.
- Uso de focos ahorradores y de bajo consumo.
- Uso de chimeneas así como de calefacción individual.
- Instalación de aire acondicionado natural.
- El uso de energía solar debe de ser a través de calentadores solares los cuales son eficientes.
- Uso de muebles y decoración tradicionales reutilizados.
- El cultivo en el jardín de plantas autóctonas, por parte del turista y la cual debe de ser una actividad que además de sr propuesta en este modelo va muy de acuerdo con los principios de sostenibilidad.
- Comprobar regularmente las posibles pérdidas de agua.
- Utilizar productos ecológicos -pinturas, barnices, etc.- para decorar la casa.

Todo lo anterior de acuerdo a los principios de sostenibilidad que debe enarbolos cualquier proyecto ecoturístico o de turismo rural.

b. Alimentación:

El hombre depende de su medio ambiente para cubrir sus necesidades fundamentales de alimentación, basado en esta premisa podemos asegurar que el turista que esté interesado en las actividades de Etnoturismo y por consiguiente se aloje en la casa rural se encontrara en disponibilidad de realizar las siguientes actividades dentro de este entorno:

- El consumo de productos alimenticios de la zona, en donde se pueden realizar una serie de prácticas propias de la alimentación como es la ordeña de las vacas con el fin de producir un queso que será hecho dentro de la misma casa a manera de taller de enseñanza gastronómica para su autoconsumo, también se propone la realización de los propios talleres gastronómicos con pescados y mariscos pero los cuales se realicen sin el intermediarismo y el cual dependerá de la capacidad que tenga el ofertador para desarrollar estas actividades.
- El cocinar los alimentos mediante un uso eficiente de la energía va de la mano del inciso anterior y pues en un esquema sostenible es imprescindible esta situación.
- No mantener las llaves del agua abiertas cuando no sea necesario.

c. Gestión:

La gestión turística rural se llevara a cabo mediante un trabajo específico en varios rubros en los que podemos destacar:

- La elaboración de papelería y folletos de la casa en papel reciclado.
- La separación de la basura en origen. Y la realización de composta.
- Uso de envases rellenables para champú, gel, etc.
- La capacitación y formación de los empleados sobre la importancia de la sostenibilidad.
- No utilizar pesticidas ni herbicidas químicos en el jardín.
- Evitar la contaminación acústica.
- No realizar emisiones contaminantes al suelo, tierra o aire.

d. Información:

En la era de la información esta debe de tener un carácter ecológico y sostenible y aquí encontramos estas actividades:

- Indicación a los turistas de que están comiendo productos ecológicos.
- Fomento de la ducha antes que el baño.
- Establecimiento de carteles indicativos sobre el uso de las toallas.
- Información sobre la importancia del ahorro de energía.
- Fomentar en los turistas el reciclado de papel, aluminio y vidrio.
- Poner a disposición de los clientes una biblioteca de temas ecológicos, con información sobre actividades en la zona.
- Solicitar a la autoridad municipal de Coahuayana que se establezca un plan de recolección selectiva en la zona.
- Fomentar en la zona, la existencia de otras casas rurales sostenibles.

e. Actividades:

Entre las acciones que se deben de fomentar en la casa rural encontramos las siguientes:

- El fomento de actividades relacionadas con el respeto a la naturaleza: senderismo, observación de aves, etc.
- Evitar las actividades que provoquen un impacto ambiental en la zona.
- Fomentar que el turista abandone el vehículo y realice sus excursiones en medios de transporte ecológicos: a pie, a caballo, en bicicleta.
- Fomentar en los clientes el uso de bolsas de basura en sus excursiones así como salidas para colaborar en la limpieza de determinadas zonas.
- Indicar a los clientes lugares especialmente frágiles en determinadas épocas del año por nidos de ciertas especies, etc.



Eco-arqueología

Estos viajes a zonas arqueológicas implican el interés de los turistas por conocer las relaciones entre el hombre y su medio ambiente en épocas antiguas, partiendo de los restos materiales que ha dejado; así como su importancia actual como forma de identidad cultural y conservación ambiental.

Con la ecoarqueología, se contribuye a crear conciencia en la población de la importancia del conocimiento del patrimonio arqueológico y la imperiosa necesidad de su conservación, lo que permite actuar con responsabilidad social y ambiental.

Sin embargo esta es una práctica que no se encontraría bien definida ya que la zona arqueológica del municipio no se encuentra bien estudiada y esto hace que esta sea una actividad que difícilmente se realizara.



Agroturismo

Se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, ocupado por una sociedad campesina, que muestra y comparte no sólo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural en conservación, las manifestaciones culturales y socio-productivas, en donde se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo.

6.3. Apoyos federales y estatales para proyectos de ecoturismo

Impulsar nuevas actividades económicas que complementen el ingreso del municipio de Coahuayana es lo que les permitirá elevar su nivel de vida e integrarse al desarrollo nacional, crear nuevas formas de relación con el ambiente y fomentar procesos productivos y de consumo sustentable, impulsar el desarrollo de microempresas y proyectos productivos, todo de acuerdo con el entorno socioeconómico, cultural y ambiental, diversificar el producto turístico nacional, aprovechando el enorme potencial con que cuenta el municipio en materia de recursos naturales y culturales.

“Es así, que el Gobierno Federal ha creado diversos mecanismos, en el ámbito de sus competencias, para apoyar el desarrollo de proyectos productivos comunitarios orientados al turismo alternativo o de naturaleza, con la finalidad de cumplir con los objetivos rectores que se establecen en el Programa Nacional de Desarrollo: Mejorar los niveles de educación y bienestar de los mexicanos, lograr un desarrollo social y humano en armonía con la naturaleza, elevar y extender la competitividad del país y asegurar el desarrollo incluyente” (Turismo, 2004).

Para nuestra investigación utilizaremos como base de estudio 3 apoyos federales que consideramos los más importantes tanto como por el monto del apoyo, como por la información que existe para la obtención del mismo y un apoyo estatal.

Sin embargo, centramos la parte de la encuesta en conocer cuales apoyos son los que los ejidatarios del municipio de Coahuayana tiene mayor conocimiento, o de cuales han tenido disposición directa para lo cual en la presente investigación se ejemplifica con algunas de las respuestas que nos dieron los ejidatarios al bloque de preguntas que denominamos “apoyos federales”.

¿En general cual es su opinión sobre los apoyos financieros entregados a los ejidatarios?

“Los apoyos que nos dan en dinero siempre nos ayudan cuando llega el dinero es importante tener algo con que contar para lograr mantener la siembra porque algo que nos llega seguro es lo del Procampo y lo del Progan entonces ese apoyo es bienvenido”

No existe un conocimiento de cómo utilizar el recurso que le es asignado para realizar otras actividades, por ejemplo las de turismo rural, y como ejidatarios solo conocen un tipo de actividad como agricultores o ganaderos, sin embargo los ejidatarios consideran que el apoyo que les dan aunque no es suficiente, es funcional para realizar sus actividades de ejidatarios.

¿En su opinión cuales son los beneficios de contar con estos apoyos?

“Los beneficios pues siempre son los económicos ya que el dinero se supone que los tenemos que utilizar para lo que nos dice la SAGARPA pero hay veces que lo utilizamos para otras cosas que no tiene que ver con el destino que nos indican que tiene que tener”

¿Considera usted que los montos entregados por las dependencias federales son suficientes para mantener su actividad actual como ejidatario?

“El dinero nunca es suficiente algunos pensaríamos que cierta cantidad es suficiente pero pues algunos pensarán que si lo es la verdad es que se debería de pensar en hacer un ajuste a las cantidades de dinero que se otorga”

Para hacer más clara el total de respuestas nos podemos basar en la siguiente ilustración la cual nos muestra claramente la opinión de los ejidatarios pudiendo rescatar el hecho de que se considera que los apoyos federales actuales, o lo que reciben actualmente no es suficiente para mantener su actividad productiva actual, de la misma manera podemos ver que el Procampo es el programa de apoyos que mas beneficia a los ejidatarios del municipio.

Ilustración 10

APOYOS FEDERALES PARA EL TURISMO



Fuente: Elaboración propia con base en el Software Atlas TI 6.2.

Para dar una idea más clara de cuáles son los apoyos federales se presentan los cuadros siguientes, los cuales tiene como finalidad orientar sobre los diferentes mecanismos que ofrecen las Dependencias Federales para apoyar este importante segmento, lo que facilitará elegir la opción que más se apega a las necesidades del municipio y de los ejidatarios del mismo y conocer los requerimientos y procesos para acceder a ellos.

Es importante mencionar que esta información fue recabada de las reglas de operación 2003 y/o 2004 por lo que se sugiere consultar la información más reciente con cada dependencia.

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

La **Secretaría de Economía** de México es la Secretaría de Estado a la que según Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su **Artículo 34** le corresponde el despacho de las siguientes funciones:

Formular y conducir, regular y controlar las políticas generales de industria, comercio exterior, interior, abasto y precios del país; con excepción de los precios de bienes y servicios de la Administración Pública Federal.

Fomentar, en coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores, el comercio exterior del país.

Estudiar, proyectar y determinar los aranceles y fijar los precios oficiales, escuchando la opinión de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público; estudiar y determinar las restricciones para los artículos de importación y exportación, y participar con la mencionada Secretaría en la fijación de los criterios generales para el establecimiento de los estímulos al comercio exterior.

Estudiar y determinar mediante reglas generales, conforme a los montos globales establecidos por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, los estímulos fiscales necesarios para el fomento industrial, el comercio interior y exterior y el abasto, incluyendo los subsidios sobre impuestos de importación, y administrar su aplicación, así como vigilar y evaluar sus resultados.

Establecer la política de precios, y con el auxilio y participación de las autoridades locales, vigilar su estricto cumplimiento, particularmente en lo que se refiere a artículos de consumo y uso popular, y establecer las tarifas para la prestación de aquellos servicios de interés público que considere necesarios, con la exclusión de los precios y tarifas de los bienes y servicios de la Administración Pública Federal; y definir el uso preferente que deba darse a determinadas mercancías.

Regular, orientar y estimular las medidas de protección al consumidor.

Normar y registrar la propiedad industrial y mercantil; así como regular y orientar la inversión extranjera y la transferencia de tecnología.

Establecer y vigilar las normas de calidad, pesas y medidas necesarias para la actividad comercial; así como las normas y especificaciones industriales, entre otras funciones (Secretaría de Economía, 2010).

Tabla 24

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Objetivo	Sujetos de apoyo	Requisitos	Monto del Apoyo
El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo °	Serán elegibles para acceder a los apoyos del Fondo PYME, sin distinción de	Para acceder a los apoyos del Fondo PYME, los interesados, deberán presentar la	El presupuesto federal que se asigna a este Fondo PYME, será distribuido de la forma

PYME) tiene como objetivo general, promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas.	género, raza, credo, condición socioeconómica o cualquier otra causa que implique discriminación, la población objetivo señalada en el anterior párrafo, los requisitos siguientes son: • Que sean MIPYMES o grandes empresas en los términos del artículo 4 de las Reglas de Operación de este Programa que dirige la SE, legalmente constituidas conforme a la Legislación Mexicana o emprendedores de nacionalidad mexicana; • Que el programa o proyecto para el que soliciten apoyos, cumpla con las características establecidas en sus Reglas de Operación y en el Manual de Operación; • Que soliciten apoyos por programa o proyecto, sin rebasar los montos y porcentajes máximos establecidos para cada	Solicitud de Apoyo, a través de medios electrónicos, a través de las páginas electrónicas o magnéticos, en este último caso, deberán de realizar su entrega ante las ventanillas de recepción que al efecto establezcan la SE y los Gobiernos de las Entidades Federativas o bien, por medio electrónico. Recordemos que las empresas comunitarias deben estar registradas ante Hacienda, constituidas legalmente, y tener un proyecto que sea avalado, de forma solidaria, por la localidad, la representación ejidal o municipal, para que de alguna forma, este proyecto funcione y tenga la viabilidad, sustentable y que detone el desarrollo económico de la localidad o del Municipio.	siguiente: • Como mínimo el 97 por ciento se destinará a los apoyos a los Beneficiarios, y • Hasta el 3 por ciento será destinado a los gastos asociados a la eficiente supervisión y evaluación del Fondo PYME. Los montos y porcentajes máximos de apoyos a otorgar a cada programa o proyecto y/o Beneficiario, estará en función de los límites máximos para cada categoría, subcategoría y concepto e indicadores.
--	---	---	--

	tipo de apoyo (categoría, subcategoría y conceptos), pudiendo solicitar más de uno de ellos, conforme a lo señalado en el anexo a de estas Reglas de Operación.			
Categoría: Creación y fortalecimiento de empresas e innovación tecnológica				
Subcategoría	Conceptos	Hasta un monto total de	Hasta un porcentaje de apoyo de	Restricciones
Creación y fortalecimiento de incubadoras de empresas	Incubadoras Tradicionales			
	a) Transferencia del modelo	\$150,000	50%	Por única vez
	b) Equipamiento	\$150,000	50%	Por ejercicio fiscal
	c) Infraestructura	\$150,000	35%	En casos excepcionales
	Incubadoras de Tecnología Intermedia			
	a) Transferencia del modelo	\$400,000	50%	Por única vez
	b) Equipamiento	\$1,000,000	60%	Por ejercicio fiscal
	c) Infraestructura	\$500,000	35%	En casos excepcionales
	Incubadoras de Alta Tecnología			
	a) Transferencia del modelo	\$500,000	50%	Por única vez
	b) Equipamiento	\$3,000,000	60%	Por ejercicio fiscal
	c) Infraestructura	\$1,000,000	35%	En casos excepcionales
Innovación y Desarrollo Tecnológico	a) Desarrollo e instrumentación de proyectos de innovación y desarrollo tecnológico que generen valor agregado en productos, procesos, materiales y/o servicios	\$500,000	50%	Por empresa y ejercicio fiscal
	b) Adquisición y transferencia de tecnología mediante la adopción de tecnología que proporcione valor agregado a los productos, materiales, procesos y/o servicios de las MIPYMES	\$500,000	50%	
Categoría: Articulación productiva sectorial y regional				

Infraestructura productiva, preferentemente bajo la modalidad de recuperación	a) Proyectos industriales	\$1, 000,000	50%	Por proyecto
	b) Proyectos de infraestructura comercial y de servicios	\$1, 000,000	50%	
	c) Actividades relacionadas al ecoturismo, turismo rural y de aventura	\$1, 000,000	50%	

Fuente: Elaboración propia con base en: Guía de apoyos federales para proyectos de ecoturismo,(Secretaría de Turismo, 2004).

De acuerdo a la guía de apoyos federales se puede realizar y conociendo todos los factores de influencia que se determinaron en el capítulo anterior podemos determinar que los núcleos ejidales y la población del municipio de Coahuayana tiene las características necesarias para ser sujeto de apoyos por parte de la federación, ya que de acuerdo al cuadro anterior existe por parte de la Secretaría de Turismo un apoyo para proyectos de Ecoturismo por \$1,000,000.00 pero también se pueden articular una serie de beneficios para las PyMES en las cuales el monto del apoyo es por tipo de proyecto.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN

La **Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)** de México es la Secretaría de Estado a la que según Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su **Artículo 35** le corresponde el despacho de las siguientes funciones:

Formular, conducir y evaluar la política general de desarrollo rural, a fin de elevar el nivel de vida de las familias que habitan en el campo, en coordinación con las dependencias competentes.

Integrar e impulsar proyectos de inversión que permitan canalizar, productivamente, recursos públicos y privados al gasto social en el sector rural; coordinar y ejecutar la política nacional para crear y apoyar empresas que asocien a grupos de productores rurales a través de las acciones de planeación, programación, concertación, coordinación; de aplicación, recuperación y revolvencia de recursos, para ser destinados a los mismos fines; así como de asistencia técnica y de otros medios que se requieran para ese propósito, con la intervención de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal

correspondientes y de los gobiernos estatales y municipales, y con la participación de los sectores social y privado.

Organizar y fomentar las investigaciones agrícolas, ganaderas, avícolas, apícolas y silvícolas, estableciendo institutos experimentales, laboratorios, estaciones de cría, semilleros y viveros, vinculándose a las instituciones de educación superior de las localidades que correspondan.

Fomentar y organizar la producción económica del artesanado, de las artes populares y de las industrias familiares del sector rural, con la participación que corresponda a otras dependencias o entidades.

Elaborar, actualizar y difundir un banco de proyectos y oportunidades de inversión en el sector rural.

Organizar y mantener al corriente los estudios económicos sobre la vida rural, con objeto de establecer los medios y procedimientos para mejorarla.

Fomentar la actividad pesquera. (Cámara de Diputados, 2006).

Tabla 25

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN

Desarrollo Rural

Objetivo	Sujetos de apoyo	Requisitos	Monto del Apoyo
Para impulsar nuevas oportunidades de desarrollo para la población rural de menor desarrollo relativo, la SAGARPA, ha decidido crear un Fondo Concursable, que busca apoyar proyectos trascendentes tanto por su impacto económico y social, como por su	Grupos u organizaciones de productores, mujeres, jóvenes e indígenas y personas de la tercera edad; habitantes de regiones y municipios que presentan los mayores índices de marginación (relacionados en el Anexo 1 de la Reglas de Operación de la	a) Formato de solicitud completamente requisitado. b) Número de participantes (al menos 6 Unidades de Producción Rural Familiar) incluyendo nombre, dirección, teléfono, firma, preferentemente copia de la Cédula Única de Registro Poblacional	Convocatoria de fondo concursable para proyectos de desarrollo de turismo rural, desarrollo de capacidades de exportación y desarrollo productivo en comunidades indígenas. Las solicitudes serán revisadas por la Comisión de Regulación y Seguimiento (CRyS)

replicabilidad y efecto demostrativo.	Alianza para el Campo 2002), y población rural de otros municipios que reúnan los requisitos de elegibilidad, señalados en las reglas de operación. 1. Turismo Rural. Proyectos de grupos u organizaciones para desarrollar proyectos de prestación de servicios turísticos en cualquiera de sus modalidades. Además de tener viabilidad técnico-económica, deben proteger y mejorar el ecosistema. 2. Desarrollo Productivo en Comunidades Indígenas. Proyectos de Grupos u Organizaciones Indígenas, que permitan mejorar sus condiciones productivas, aprovechando de manera sostenible y en condiciones de equidad sus recursos.	(CURP), o en su defecto copia legible de identificación oficial vigente de cada uno de ellos. c) Constancia de que los participantes son productores o habitantes del medio rural expedida por la autoridad correspondiente señalando el nombre del municipio y comunidad. d) Proyecto en extenso que incluya: • Justificación del mismo con base en las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas del grupo u organización • Factibilidad comercial • Factibilidad organizativa • Factibilidad técnica • Factibilidad financiera (presupuesto de inversión, fuentes de financiamiento y proyección de ingresos y egresos) • Factibilidad	del Convenio de Colaboración suscrito entre la SAGARPA y el INCA RURAL para la operación de la modalidad de Ejecución Nacional de los Programas de Desarrollo Rural y su decisión será comunicada a las Organizaciones y Grupos solicitantes.
---------------------------------------	---	---	--

		legal demostrada por la propiedad y tenencia de los recursos en forma pública y pacífica (tierra, derechos de agua, derechos de explotación forestal) • Análisis de impacto económico para los socios de la organización • Análisis de riesgo	
--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia con base en: Guía de apoyos federales para proyectos de ecoturismo (Secretaría de Turismo, 2004).

De acuerdo con el cuadro anterior existe un apoyo específico para proyectos de ecoturismo dentro del cual se encuentra el turismo rural sin embargo y de acuerdo a la investigación se tiene que la SAGARPA entrega una cantidad considerable de recursos para proyectos Agrarios y en específico para compra de ganado los cuales pueden ser articulados al turismo rural mediante un mecanismo de información al ejidatarios en donde se le muestre que se tiene un doble beneficio al utilizar los apoyos que otorga la SAGARPA y vincularlos al turismo rural en las modalidades que describimos anteriormente y de las cuales se tiene una propuesta por zonificación para cada una de ellas.

SECRETARÍA DE TURISMO

La **Secretaría de Turismo (SECTUR)** de México es la Secretaría de Estado a la que según Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su **Artículo 42** le corresponde el despacho de las funciones relacionadas con el desarrollo de la industria turística.

Formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional.

Promover, en coordinación con las entidades federativas, las zonas de desarrollo turístico nacional y formular en forma conjunta con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales la declaratoria respectiva.

Registrar a los prestadores de servicios turísticos, en los términos señalados por las leyes.

Autorizar los precios y tarifas de los servicios turísticos, previamente registrados, en los términos que establezcan las leyes y reglamentos; y participar con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el establecimiento de los precios y tarifas de los bienes y servicios turísticos a cargo de la administración pública federal.

Regular, orientar y estimular las medidas de protección al turismo, y vigilar su cumplimiento, en coordinación con las dependencias y entidades de la administración pública federal y con las autoridades estatales y municipales.

Fijar y en su caso, modificar las categorías de los prestadores de servicios turísticos por ramas. (Cámara de Diputados, 2006).

Tabla 26

SECRETARÍA DE TURISMO

Desarrollo de Productos

Objetivo	Sujetos de apoyo	Requisitos	Monto del Apoyo
Impulsar el desarrollo regional diversificando la oferta de productos turísticos mediante el fomento a la especialización de servicios y actividades de acuerdo a las tendencias del mercado.	Estados, municipios, así como instituciones y organización de la sociedad civil, sin fines de lucro con proyectos que sustenten tener un potencial turístico o que consoliden un destino o segmento específico.	Presentar el proyecto que contenga como mínimo los siguientes puntos: 1. Señalar el beneficio que en materia de turismo se puede propiciar en el corto y mediano plazo con la ejecución del proyecto. 2. Objetivos, metas, procedimientos de ejecución del proyecto, análisis de	El apoyo está dirigido para la construcción de infraestructura turística especializada y de servicios, tales como: albergues, cabañas, campamentos, muelles, senderos interpretativos, centros de interpretación ambiental, torres de observación, imagen urbana, señalización, andadores.

		viabilidad, conceptos de inversiones detallando el origen de los recursos, cotización en su caso, resultados esperados, cronograma de ejecución. 3. Características y el monto de la aportación del solicitante para el desarrollo del proyecto. 4. Carta Compromiso tanto de la entidad federativa como del municipio u organización social en donde se comprometen a aportar la misma cantidad de recursos que el gobierno federal reasigne para cada proyecto. Proceso Los interesados deberán acudir antes del mes de julio de cada año a la Dependencia Estatal de Turismo que le corresponde para presentar la solicitud y proyecto propuesto para que ésta realice el análisis y dictamen correspondiente. La oficina de turismo estatal revisa y	Los montos de apoyo dependerán del proyecto, impacto del mismo, monto de aportación del solicitante y del presupuesto que le haya sido aprobado a la Secretaría de Turismo para el ejercicio fiscal vigente. Requisitos Presentar proyecto que contenga como mínimo los siguientes puntos: 1. Señalar el beneficio que en materia de turismo se puede propiciar en el corto y mediano plazo con la ejecución del proyecto. 2. Objetivos, metas, procedimientos de ejecución del proyecto, análisis de viabilidad, conceptos de inversiones detallando el origen de los recursos, cotización en su caso, resultados esperados, cronograma de ejecución. 3. Características y el
--	--	--	---

		en su caso aprueba la cartera de proyectos presentados basándose en el Programa de Desarrollo Estatal y envía a la Subsecretaría de Operación Turística.	monto de la aportación del solicitante para el desarrollo del proyecto. 4. Los Organismos de la Sociedad Civil que sean sujetos de apoyo, deberán aportar cuando menos el 10% del total aportado por la Secretaría, dicha aportación podrá efectuarse en efectivo o en especie. Los organismos que aporten más de lo mínimo señalado en efectivo tendrán preferencia para ser apoyados.
--	--	---	---

Fuente: Elaboración propia con base en: Guía de apoyos federales para proyectos de ecoturismo, (Secretaría de Turismo, 2004).

La secretaria de turismo debería de ser la instancia federal que otorgara mayor número de apoyos federales sin embargo para el municipio de Coahuayana no se encuentra ningún proyecto de importancia por lo cual se hace necesario y debido a la notoriedad del municipio en cuanto a sus características de ser objeto de estos apoyos es necesaria una propuesta que integre los elementos y el conocimiento de cuáles son los beneficios y los apoyos que tendría la práctica del turismo rural en el municipio.

PROGRAMA ESTATAL DE EMPRENDEDORES (CEMPRENDE)

Es un programa para incentivar, impulsar, apoyar y dotar de herramientas necesarias para que todo el ciudadano que quiera iniciar una actividad productiva tenga las opciones necesarias para poder hacerlo, generando una cultura emprendedora en nuevas generaciones y aprovechando todo el potencial de

nuestra gente.

Objetivo

Sumar los esfuerzos de todas las organizaciones tanto públicas como privadas que tienen programas de apoyo o realizan actividades para impulsar el logro de sus ideas y proyectos.

Retos

Que todo michoacano que quiera trabajar tenga más de una alternativa para emprender una actividad productiva.

Abatir el desempleo.

Lograr el crecimiento de la economía estatal en forma rápida y sostenida con la participación de todos.

Aprovechar los vastos recursos que tiene Michoacán.

Metas

En lo inmediato:

Que los michoacanos conozcan todos los programas para impulsar el espíritu emprendedor y puedan acceder a sus apoyos.

Largo plazo:

Implantar una cultura emprendedora en todos los michoacanos.

Objetivos

Fomentar el espíritu emprendedor en los niños, jóvenes y adultos.

Crear la red estatal de incubación más grande del país, con incubadoras en todas las instituciones de educación superior, en todo el territorio estatal.

Apoyar hasta su consolidación todos los proyectos factibles de los emprendedores.

Fomentar la cultura del trabajo.

Impulsar la economía del conocimiento.

“Desarrollando una empresa”

Creación de una red estatal de espacios y apoyos para acompañar el desarrollo de un emprendedor y su proyecto, hasta su consolidación.

Objetivo Específico

Fortalecer y consolidar la Red Estatal de Incubación de Empresas, con la integración de 23 incubadoras en su primera etapa e impulsar el acompañamiento de los proyectos en proceso de incubación con capacitación y asesoría.

“Consolidando un nuevo negocio”

Apoyo con maquinaria, equipo a fondo perdido y crédito en condiciones preferenciales para el arranque y consolidación de una nueva actividad productiva, en reconocimiento al esfuerzo, la innovación y la creatividad del emprendedor.

Metas

Financiamiento a los emprendedores.

Apoyar la creación de aceleradoras de empresas que impulsen la economía del conocimiento.

Brindar amplio reconocimiento a las y los emprendedores michoacanos.
(Gobierno del Estado de Michoacán, 2012).

Tabla 27

CEMPRENDE

INCUBADORAS RECONOCIDAS POR LA SECRETARIA DE ECONOMÍA

N°	INCUBADORA	UBICACIÓN	RESPONSABLE/INCUBADORA	TIPO DE TECNOLOGÍA
1	Asesoría Integral Vanguardia A.C.	Morelia	Ing. Salvador Gutiérrez Hernández.	Tecnología Tradicional
2	CEDEFE A.C.	Tzitzio	Ing. José Luis Hernández Ruíz.	Tecnología Tradicional
3	CIIDIR Jiquilpan IPN	Jiquilpan	Lic. Hilda Ruíz Gutiérrez	Tecnología Intermedia
4	Incubadora Social ITESM	Morelia	Lic. Eder Fraga Cortés.	Tecnología Tradicional
5	Inst. Tec. Cd. Hidalgo	Hidalgo	Ing. Yasmín Reyes Martínez.	Tecnología Intermedia
6	Inst. Tec. La Piedad	La Piedad		Tecnología Intermedia
7	Inst. Tec. Tacámbaro	Tacámbaro	Lic. Daniel Vargas Campos.	Tecnología Tradicional
8	Inst. Tec. Uruapan	Uruapan	Lic. Laura Guillén Loera.	Tecnología Intermedia
9	Incubadora Intemedia ITESM	Morelia	Lic. Eder Fraga Cortés.	Tecnología Intermedia
10	UMSNH	Morelia	M.C. Jaime Aguilar González.	Tecnología Intermedia
11	Unimoss A.C.	Uruapan	Lic. Juan Carlos Equihua Villicaña.	Tecnología Tradicional
12	Univ. Latina de América	Morelia	Lic. Jesús Vivanco Rodríguez.	Tecnología Intermedia
13	UNIVA La Piedad	La Piedad	Lic. Iliana Mares García.	Tecnología Intermedia
14	UNIVA Zamora	Zamora	Ma. del Carmen Rodríguez Hdz.	Tecnología Tradicional
15	UTM	Morelia	Lic. Alonso López Silva.	Tecnología Intermedia
16	Inst. Tec. Jiquilpan	Jiquilpan	Lic. Ricardo Luna Magallón.	Tecnología Intermedia

17	Inst. Tec. Los Reyes	Los Reyes	Lic. Ma. Angeles Montes Andrade.	Tecnología Intermedia
18	Inst. Tec. Apátzingan	Apatzingán	I.Q. Julio Cesar Paz Ramírez.	Tecnología Tradicional
19	Inst. Tec. Huetamo	Huetamo	Ing. Francisco Aparicio Ayala.	Tecnología Tradicional
20	CADEMIPE A.C.	Nuevo Parangaricutiro	Lic. Víctor Adalid Sosa Jacobo.	Tecnología Tradicional
21	Inst. Tec. Lázaro Cárdenas	Lázaro Cárdenas	Ing. José Antonio Cuevas Sánchez.	Tecnología Intermedia
22	Emproser A.C.	Zitácuaro	Lic. Arturo Guzmán Guzmán.	Tecnología Tradicional
23	Universidad La Salle	Morelia	Lic. Jonathan Trujillo Magaña	Tecnología Intermedia
24	Inst. Tec. Morelia	Morelia	Lic. Araceli Huerta Guzmán	Tecnología Intermedia

FUENTE: Elaboración propia con base a datos de SEDECO.

Bajo la visión de promover una cultura emprendedora en el país, desde el 2008 CEMPRENDE fomenta la generación de iniciativas de negocio y proyectos emprendedores en el campo, turismo, cultura y en el ámbito de migrantes, brindando un programa completo de formación a través de asesorías, capacitación y financiamiento para ayudar desarrollar las capacidades.

Entre sus objetivos se encuentra la creación de la red estatal de incubación más grande del país, con incubadoras en todas las instituciones de educación superior, en todo el territorio estatal, las cuales apoyan a los proyectos factibles hasta su consolidación, fomentando así la cultura del trabajo e impulsando la economía.

Cabe destacar que el objetivo general de CEMPRENDE es el asociarse con todas las organizaciones tanto públicas como privadas, que cuentan con programas de apoyo o que realizan actividades para impulsar el logro de ideas y proyectos.

El programa CEMPRENDE cuenta con tres líneas estratégicas de apoyo al emprendedor como: “Emprendiendo a Empezar” en donde el emprendedor de escuelas primarias, secundarias, preparatorias y universidades tanto públicas como privadas, reciben capacitación y asesoría para que pueda desarrollar sus capacidades.

En la línea “Desarrollando una empresa”, el organismo busca acompañar el proceso de creación de la empresa hasta su consolidación, para ello cuenta con una red estatal de espacios y apoyos. CEMPRENDE cuenta con 25 incubadoras de empresas, con las que busca impulsar el acompañamiento de los proyectos en proceso de incubación con capacitación y asesoría.

Finalmente en su línea estratégica: “Consolidando un nuevo negocio”, se apoya con maquinaria y equipo a fondo perdido y financiamiento en condiciones preferenciales para el arranque y consolidación de una nueva empresa, apoyando así el esfuerzo, la innovación y la creatividad del emprendedor.

Sin embargo podemos destacar que dentro del rubro de incubadoras no encontramos ninguna vinculación entre Cemprende, alguna institución de educación superior y el municipio de Coahuayana, algo que queda de manifiesto si

vemos la tabla 31 en donde destacamos que el grueso de incubadoras se encuentra en el municipio de Morelia.

6.4. Composición ejidal del municipio de Coahuayana y los apoyos recibos por dependencia

El municipio de Coahuayana es uno de los municipios del estado con un número pequeño de núcleos ejidales.

Tabla 28

Núcleos agrarios certificados por el PROCEDE

Municipio	Núcleo Agrario	Ejidatarios
COAHUAYANA	ACHOTAN	30
	CERRITO DE LAS COMPUERTAS	20
	COAHUAYANA	120
	COL. 20 DE NOVIEMBRE	60
	EL RANCHITO	130
	EL TICUIZ	80
	LA PEÑA	35
	PALOS MARÍAS	56
	SAN MIGUEL DEL RIO	40
	SAN VICENTE	70
	UNIÓN DE CAMPESINOS	30
	ZAPOTAN	45
TOTAL	12	716

Fuente: Núcleos Agrarios Certificados por el Procede, Registro Agrario Nacional Delegación Michoacán, Morelia 2008.

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

De acuerdo a la publicación de los resultados de la evaluación de las solicitudes recibidas durante el periodo del 01 de marzo al 15 de abril del 2010, de

los programas convenidos entre el gobierno del estado de Michoacán y la Secretaría de Economía (Secretaría de Economía, 2010), no fue entregado ningún apoyo para proyectos de ecoturismo del municipio de Coahuayana.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN

El municipio de Coahuayana presenta la siguiente información en lo que respecta a los apoyos de SAGARPA.

Tabla 29
Núcleos agrarios certificados por el PROCEDE y beneficiarios del
PROGAN

Municipio	Núcleo Agrario	Ejidatarios	Cantidad de Ejidatarios beneficiados por SAGARPA¹	Importe del beneficio
COAHUAYANA	ACHOTAN	30	13	\$79,125
	CERRITO DE LAS COMPUERTAS	20	5	\$44,250
	COAHUAYANA	120	39	\$232,050
	COL. 20 DE NOVIEMBRE	60	27	\$280,125
	EL RANCHITO	130	40	\$331,950
	EL TICUIZ	80	38	\$388,350
	LA PEÑA	35	10	\$58,950
	PALOS MARÍAS	56	24	\$201,487
	SAN MIGUEL DEL RIO	40	15	\$67,125
	SAN VICENTE	70	28	\$203,475
	UNIÓN DE CAMPESINOS	30	9	\$29,500

	ZAPOTAN	45	17	\$54,450
TOTAL	12	716	265	\$1,970,837

Fuente: Núcleos Agrarios Certificados por el Procede, Registro Agrario Nacional Delegación Michoacán, Morelia 2008.

1. Beneficiarios del PROGAN (PRODUCCIÓN PECUARIA SUSTENTABLE Y ORDENAMIENTO GANADERO Y APÍCOLA) en el año 2009.

En este apartado es importante destacar que de acuerdo a punto anterior (6.3) en el cual analizamos de manera profunda los apoyos que existen por parte de las dependencias federales y del Estado de Michoacán, al igual que lo que se analizo en este apartado podemos destacar, que existe una cantidad significativa de apoyos federales para realizar proyectos de turismo rural creados con la intención de convertirse en catalizadores de las zonas rurales más desprotegidas, pero también podemos destacar, que a pesar de los grandes esfuerzos que se tiene con la creación de dichos mecanismos para apoyar al desarrollo de proyectos productivos estos no son aprovechados por parte de los ejidatarios en el municipio de Coahuayana, esta aseveración la podemos hacer en base a lo que los propios ejidatarios nos contestaron en la encuesta y se sustenta con la investigación documental presentada en este apartado, con lo cual parte de la hipótesis es sustentado

. SECRETARÍA DE TURISMO

En lo que se refiere a los beneficios que pudieron ser entregados por la Secretaria de Turismo podemos destacar que no se encontró información que nos permita conocer el estado de estos apoyos.

6.5. Zonificación del desarrollo turístico

En lo referente a consideraciones que se tienen que hacer para realizar un zonificación adecuada encontramos que habitualmente los factores que se emplean para identificar los espacios turísticos son los siguientes de acuerdo a (Crosby & Moreda, Desarrollo y gestión del turismo en áreas naturales, 1996):

Existencia de productos turísticos estructurados y no estructurados.

- i. Actividades culturales, deportivas, etc. de gran renombre.
- ii. Existencia de recursos (culturales, históricos y naturales) puestos en valor para su uso turístico.
- iii. Existencia de oferta de alojamiento estructurada hacia los productos que se desarrollan.
- iv. Infraestructuras y equipamientos adecuados para el desarrollo de los productos.
- v. Existencia de segmentos de mercados actuales o potenciales para el consumo de esos productos.
- vi. Existencia de una oferta complementaria cualificada acorde con las necesidades del producto y con las expectativas del cliente.
- vii. Adecuada información.
- viii. Proximidad y accesibilidad a los mercados emisores.

Y de acuerdo a esta consideración si estos factores se cumplen en su conjunto en todo el espacio regional, que se puede considerar como UNIDAD de DESTINO TURÍSTICO multiproducto.

No obstante dentro del municipio se pueden identificar distintos espacios turísticos que deben de considerarse para la pertinencia de un modelo turístico rural de acuerdo con la modalidad y actividades que nosotros estamos considerando para el mismo, teniendo en cuenta los productos que se planean desarrollar y en que aunque no se encuentre en ningún nivel de desarrollo deben de realizarse como propuesta central de este trabajo de investigación, así como el resto de los factores indicados anteriormente.

Estos espacios o áreas turísticas son las siguientes:

6.6. Diversificación de la oferta zonificada

Tabla 30

PROPUESTA DE ZONIFICACIÓN PARA EL MUNICIPIO DE COAHUAYANA

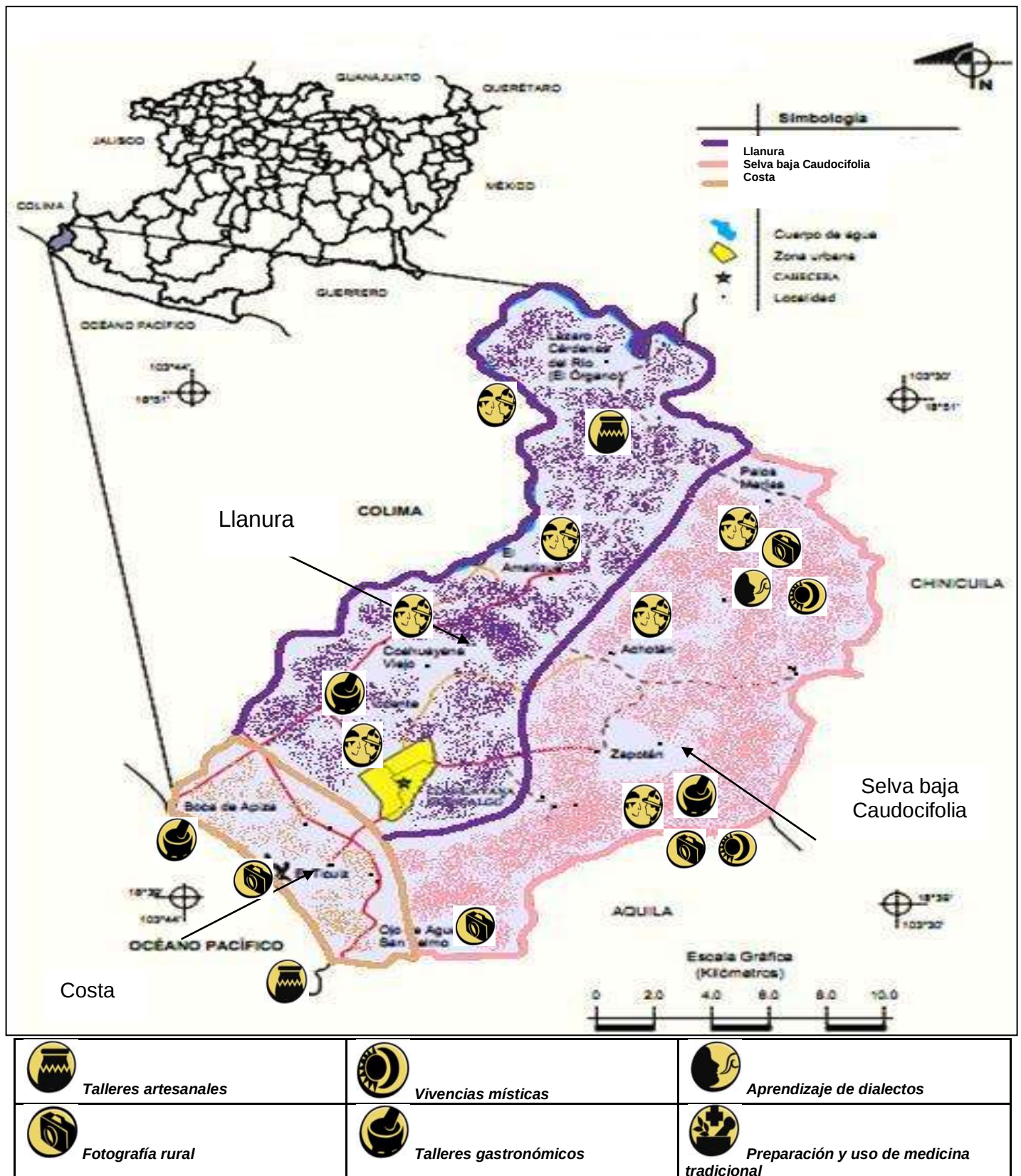
ZONA	LOCALIDADES	ACTIVIDADES	ESTRATEGIAS
-------------	--------------------	--------------------	--------------------

COSTA	✓ El Ticuíz ✓ Ojo de Agua de San Telmo	 Talleres artesanales  Talleres gastronómicos  Fotografía rural	En el ejido del Ticuíz 38 ejidatarios son beneficiados por la SAGARPA con un monto aproximado de 388 mil pesos los cuales pueden ser utilizados de acuerdo a la tabla 31 del presupuesto para crear hornos de alfarería y fogones al aire libre para realizar las actividades que se proponen para esta zona del municipio.
LLANURA	✓ El Ranchito ✓ Boca de Apiza ✓ San Vicente ✓ Coahuayana ✓ Colonia Lázaro Cárdenas ✓ San Miguel del Río ✓ El Amatique	 Etnoturismo y casa rural  Talleres artesanales  Talleres gastronómicos	Para esta zona propuesta existen tres núcleos ejidales importantes: El Ranchito, Coahuayana y San Vicente los cuales tiene un apoyo de 240 mil pesos aproximadamente cada uno, con lo cual se justificaría el uso de ese apoyo de manera transversal para utilizarlos en remodelación de la casa rural de los ejidatarios según el modelo propuesto, y de la misma manera para crear hornos de alfarería y fogones al aire libre para realizar las actividades que se proponen para esta zona del municipio.

SELVA BAJA CADUCIFOLIA	✓ Colonia 20 de Noviembre ✓ Palos Marías ✓ Achotán ✓ Zapotán ✓ El Ahijadero ✓ La Peña ✓ Santa María Miramar ✓ La Esperanza ✓ Salsipuedes ✓ El Saucito ✓ El Chorumo ✓ El Parotal	 Etnoturismo y casa rural  Talleres artesanales  Talleres gastronómicos  Fotografía rural  Aprendizaje de dialectos  Vivencias místicas	Los cuatro ejidos que componen esta zona propuesta (cuatro primeros), tienen un apoyo de 75 mil pesos aproximadamente, y a pesar de que es en esta zona donde se propone que se realicen mas actividades también es podemos destacar que ese apoyo es suficiente para utilizarlos en remodelación de la casa rural de los ejidatarios según el modelo propuesto, y de la misma manera para crear hornos de alfarería y fogones al aire libre para realizar las actividades que se proponen para esta zona del municipio, es importante destacar que las demás actividades propuestas no requieren de tanto gasto de preoperación sin embargo si de capital de trabajo, mismo que puede ser utilizado de ese mismo apoyo.
---------------------------	--	---	--

Fuente: Elaboración propia con base en Modelo Turístico de la Región de Murcia, (Peñalber Torres, 2004).

Ilustración 11



 <i>Etnoturismo y casa rural</i>	 <i>Eco-arqueología</i>	 <i>Agroturismo</i>

Fuente: Elaboración propia

6.7. Presupuesto proyectado

El presupuesto proyectado es donde se determina cual es la inversión total del proyecto, es decir, cuánto va a costar todo lo que se ah propuesto en la presente investigación.

Debido a que en los proyectos de turismo rural lo que busca el turista son las actividades y la calidad en los servicios más que las instalaciones, por ejemplo, las personas no viajan hasta la comunidad para dormir en un hotel, sino para realizar una actividad y una experiencia de hospedaje única la cual solo una casa rural puede ofertar, la inversión en construcción y equipamiento es mínima en comparación a la que se tiene que hacer en capacitación, en equipo y de manera paulatina en trabajos de conservación del ambiente.

El presupuesto debe contener todos aquellos rubros en los que se va a invertir ya sea por aportaciones propias (como en el caso de los terrenos o instalaciones que ya estén construidas), o se vaya a solicitar un crédito, o apoyo a fondo perdido a instituciones financiadoras.

Según la Secretaria de turismo (2004) los rubros que suele contener un presupuesto son los siguientes:

Terrenos

Una de las ideas sobre la que se basa esta tesis de investigación es la de: proponer que de forma transversal los recursos que se entregan por parte de las dependencias federales sean funcionales para los ejidatarios que pretenden cambiar su actividad actual por una de ofertador de turismo rural, es por eso que en el rubro de terrenos no es necesario hacer una inversión ya que la propuesta se basara en que el ejidatario utilice sus propios terrenos o casa para que se realicen las actividades inherentes al turismo rural.

Construcción (desglosado por cada una de las instalaciones)

En lo que se refiere a construcción podemos hacer hincapié en un primer momento que en lo que se refiere al hospedaje se tiene contemplado una propuesta de rehabilitación de las viviendas para adaptarlas al turismo rural para lo cual se presenta la siguiente información:

Memoria Descriptiva y Repercusión por m/2

Superficie total: 200 m/2

Superficie planta baja m2:160 m/2

Superficie planta alta m2: No aplica m/2

Patio interior urbanizado m2: 40 m/2

Tabla 31

Presupuesto

Propuesta	Descripción	Importe	Precio/m2
	Talleres artesanales		
Horno de alfarería y cerámica	Los hornos de alfarería y cerámica son estructuras o fábricas de diversa complejidad, tamaño y apariencia, destinadas a la cocción de piezas de arcilla. El modelo tradicional es un recinto con techo de bóveda provisto de chimenea y una o más bocas para cargar el combustible, habitualmente leña, y los objetos que se quieran cocer.	\$7,098.00 Cada uno.	
	Talleres gastronómicos		
Fogón	Cocina al aire libre hecha con materiales que se encuentran en el lugar donde se construye.	\$2,650.00 Cada uno.	
	Etnoturismo y casa rural		
Fachadas Tabiques	Tabiques interiores de panel de yeso-cartón de 1200 x 2500 mm	\$22,000.00	\$137.00
Fachadas Fábricas	Cerramiento exterior de fábrica de ladrillo hueco doble colocado a panderete enfoscada con mortero de cemento y	\$48,000.00	\$300.00

	arena M-10 y cámara de aire con aislamiento termo acústico en su interior. Tabiques interiores de fábrica de ladrillo hueco doble colocado a panderete.		
Instalación Fontanería	Instalación para alimentación de agua fría y caliente en cocina, lavadero y baños completos, realizada con tubería de polietileno reticulado homologada en varios diámetros y protegida con tubo de PVC. Acometida doméstica de agua fría a equipos de bombeo en tubería de polietileno reticulado DN 16/12 mm. Desagüe de lavadero a red de saneamiento en tubería de PVC sanitaria de diámetro 40 mm. Bote sifónico comercial colgado de PVC sanitario diámetro 110. Ducha, mezcladora monomando. Inodoro de tanque bajo de calidad especial y dimensiones 695 x 390 mm en blanco. Lavabo, mezcladora de caño central fijo.	\$18,000.00	\$113.00
Tanque de Agua Artificial	Tanque de agua artificial, creado con máquina retroexcavadora con el fin de crear un cuerpo de agua en el que el visitante pueda utilizar como alberca. En un medio totalmente natural.	\$9,400.00 Cada uno,	

Mobiliario y equipo (para equipar a las instalaciones).

El mobiliario que se pretende utilizar es el mismo con el que ya se cuenta en cada casa rural.

Equipamiento (incluye instalaciones de agua, luz, teléfono).

El equipamiento que se pretende utilizar es el mismo con el que ya se cuenta en cada casa rural.

Equipo de cómputo.

No aplica.

Equipo de campamento (si es el caso).

No aplica.

Equipo especializado para turismo rural.

No aplica.

Programa de educación y capacitación.

El programa de capacitación debe de ser creado como un documento alternativo a esta investigación, la cual debe ser considerada el documento rector para la implantación del propio modelo.

Tecnologías alternativas.

Cada uno de los equipamientos antes descritos debe de ser tomado como una tecnología alternativa.

Gastos preoperativos.

Este se muestra como estrategia dentro de la tabla no. 30

Capital de trabajo.

Para este rubro en la tabla 30 también se indica cómo es que estaría siendo utilizado.

Programa de promoción.

El programa de promoción de las actividades de turismo rural que se pueden llevar a cabo en el municipio debe de correr a cargo de las autoridades estatales y federales, ya que ellos cuentan con los mecanismo más adecuado de promoción turística, desde luego que es importante destaca que esta promoción se deberá de hacer a petición de los propios interesados o sea de los ejidatarios que implanten este modelo de turismo rural.

6.8. Sostenibilidad en nuestro modelo

La sostenibilidad económica del turismo se define como "aquella que asegura un crecimiento económico suficiente, es decir, que asegura el empleo y los niveles suficientes de renta, junto con un control sobre los costos y beneficios de los recursos, que garantiza la continuidad del negocio turístico para las generaciones futuras" (Sancho, 2002, pág. 20).

La sostenibilidad turística es, en términos socioculturales, el control adecuado de los impactos que el desarrollo turístico produce en la comunidad

social en la que actúa y con la que se interrelaciona, que son, a su vez, el resultado directo de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y los visitantes, teniendo en cuenta que por tales no sólo hay que considerar a aquellos que proceden de otros países si no que, incluso, los originarios del mismo país (turismo nacional) pueden generar también sus correspondientes impactos, (Sancho, 2002).

Esta es la concepción de desarrollo sostenible aplicada al modelo de turismo rural para el caso del municipio de Coahuayana nos exige conservar los recursos naturales, históricos, culturales y de cualquier otra índole para este caso en particular, esto con motivo de conservar el uso de los mismos para las generaciones futuras, pero con la prerrogativa de que tiene que generar un beneficio actual a la población de Coahuayana, es importante mantener siempre el tema de la sostenibilidad en cualquier estrategia creadora de valor turística rural, ya que mantener la calidad ambiental global de la zona turística, mejorar donde sea necesario esto con el fin de logra un alto margen de satisfacción del usuario.

El proceso de desarrollo turístico sustentable generalmente se describe como la conjunción de tres factores que se interrelacionan de forma dinámica, para conseguir un equilibrio final, que es la sostenibilidad del sistema turístico. Estos factores son el económico, el social y el medioambiental.

7. RECOMENDACIONES

Es una realidad, ahora más probable, de que en nuestro país acometa cambios más profundos para el progreso del mismo, donde las nuevas formas de turismo podrían favorecer el desarrollo del turismo rural, ya que ahora vemos que los altos costos en energía y las limitaciones en el uso de los combustibles fósiles.

Si apostamos por desarrollar el turismo rural, este es el momento de empezar a construir el futuro, el turismo rural necesita ante todo una visión y una estrategia como la que se plantea en esta investigación, en donde el gobierno a través de la federación y de los gobiernos estatales y municipales de cabida y financiamiento a todo aquel actor que tengan una iniciativa, ya venga de un fondo colectivo o privado; de la misma manera, se hace necesario crear nuevos conceptos y procedimientos basados en la ciencia y tecnología con lo cual existan nuevos instrumentos de gestión del conocimiento, es importante comentar que estos instrumentos deben ser difundidos por medio de la educación, la formación y aplicarlos mediante información, recomendaciones y sobre todo a través de investigaciones realizadas desde las instituciones que generan ciencia como la Universidad Michoacana.

En el camino hacia el desarrollo del turismo rural y su implantación como generador de desarrollo y bienestar se hace necesarios comentar que el éxito de los protagonistas de estos nuevos paradigmas y las comunidades receptoras y como un instrumento real de los grandes objetivos de la política turística federal y global de desarrollo, equilibrio y justicia hace falta una contribución más importante por parte de los teóricos del turismo.

Ante las sucesivas crisis del mercado, se impone un cambio de modelo en las relaciones entre patrimonio cultural y turismo rural. Este cambio de modelo obliga a una mayor innovación y a una mayor creatividad en cuanto al aprovechamiento turístico del patrimonio cultural, dotándole de utilidades simbólicas que le dan mayor valor referencial e identificarlo ante la sociedad.

Es necesario así mismo reivindicar el modelo de turismo rural cualificado frente al modelo ya obsoleto del turismo industrial, así como romper la tradicional desconfianza entre el sector turístico y el sector de la cultura.

TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA PRODUCTIVA PARA EL MUNICIPIO DE COAHUAYANA



No hay que olvidar que la cultura está en el origen del turismo y que todas las manifestaciones culturales tienen una potencialidad turística.

Hay que recordar en el contexto de la innovación, que la innovación no está necesariamente ligada a las tecnologías de última generación y que su base es la creatividad humana.

Se impone así mismo la integración colaborativa en redes entre la oferta turística rural y la oferta turística urbana, para conseguir una competitividad suficiente de los destinos y circuitos turísticos culturales. Este trabajo estará basado en el cambio de modalidad productiva, que aseguren al mismo tiempo la calidad de vida en el municipio de Coahuayana y su equiparación en servicios al contexto urbano.

Es necesario llegar a un equilibrio entre lo global y lo local; asegurando al mismo tiempo la viabilidad económica y la sostenibilidad empresarial a largo plazo de los usos y proyectos del patrimonio natural como recurso turístico.

La máxima participación de la población local es deseable, para que sean los artífices de su destino y aporten el valor de su conocimiento y su tradición a la experiencia turística, manteniendo la escala humana en el modelo de desarrollo.

Hay que prestar atención a que la innovación tecnológica y en la comunicación no vaya más deprisa que las capacidades de la población local y de la microeconomía para organizarse y adaptarse.

Es necesario que el turismo rural utilice el patrimonio cultural, tangible e intangible, para generar productos muy diferenciados y marcas bien posicionadas, ligadas a experiencias cualificadas y adaptadas a cada segmento de la demanda.

En este contexto, es necesario insistir en un modelo de turismo rural en espacios vivos, que no esté vinculado a la creación en el medio rural de paraísos artificiales que recuperan para el turismo un mundo y un patrimonio que ya no existen.

Es necesario insistir en el encadenamiento productivo con el sector turístico, que muestra muchas dificultades a la hora de llevar el turismo rural experiencial a los grandes mercados y a los mercados lejanos. El marketing de

estos productos culturales rurales debe de prestar atención a una hipersegmentación de la demanda en la que aparecen continuamente perfiles tan específicos como por ejemplo las personas que disfrutan la comida, que recorren grandes distancias con la única motivación de encontrar una gastronomía singular.

La interpretación del patrimonio se revela como una herramienta esencial para la generación de productos y experiencias cualificadas en turismo rural, y es necesario seguir avanzando en su conocimiento y difusión.

8. CONCLUSIONES

Es una realidad que en la actualidad existe poca investigación en turismo rural. En el Gobierno Federal y estatal existe una gran dificultad para publicar e investigar sobre el tema, pero también se da una situación muy particular que se parece bastante a la de los antropólogos y otras ramas de ciencias.

Aun así podemos decir que el desconocimiento de los distintos apoyos federales por parte de las autoridades municipales y de los ejidatarios en cuanto al turismo rural se refiere, es un factor clave para el bajo o inexistente nivel de desarrollo que tiene el municipio en materia de este tipo de turismo y además de que un mayor flujo turístico será el mayor determinante para que el turismo rural en el municipio de Coahuayana se consolide como una alternativa productiva de peso y con mayor relevancia, de la misma manera podemos decir que un mayor consumo turístico tanto en hospedaje como en los demás rubros (restaurante, puntos de venta de souvenirs, etc.) será factor para que exista un desarrollo productivo integral.

Concebir una cultura turística como parte de un todo sería como negar cuales son las raíces de las comunidades que integran el municipio de Coahuayana y convertir esta cultura en una mercancía para los visitantes foráneos es por eso que hoy más que nunca se hace necesario una estrategia turística diferenciada para cada región del municipio, con lo cual se pretenda llevar un desarrollo por medio del turismo rural.

Uno de los puntos más controvertibles de la actividad turística es su enunciada capacidad de ser totalmente compatible y conciliable con los modos de vida, naturaleza, cultura y deseos de mejora económica de las comunidades.

Así podemos afirmar que con cambio en la modalidad productiva de los ejidatarios tendríamos como resultado una mejora en estructura y productividad en el municipio de Coahuayana lo cual puede ser traducido de manera casi inmediata como un incremento en el ingreso y bienestar de las familias. Que se pretende que vivan directamente o indirectamente del turismo rural.

Es también una realidad que si hace una revisión a la mayoría propuestas o proyectos turísticos en zonas rurales o urbanas, no importando si estos son impulsados o se están llevando a cabo por los propios gobiernos municipales o entidades privadas, encontramos pues que el principal argumento para promocionar o llevar adelante la actividad turística, es el beneficio que tendrían las comunidades tal como lo es planteado en esta investigación. Aunque en la mayoría de casos no se considera la participación directa en la planificación y posterior gestión, control y beneficio de la actividad turística de la comunidad, siempre este hecho pone énfasis en los mayores beneficios (directos o indirectos) con que serán agraciadas las comunidades del municipio de Coahuayana.

Sin embargo, el argumento planteado y la realidad generalmente andan separados, y esto sucede con mucha frecuencia y hasta podemos decir que es la constante de los proyectos de desarrollo que se aplican en los territorios de las comunidades principalmente rurales.

Que en el caso de los municipios de la costa, son los que albergan las más importantes manifestaciones de nuestro patrimonio natural. Situación que regularmente motiva el interés de grupos económicos exógenos a la comunidad, quienes ven en el patrimonio (convertido en atractivo y luego en recurso) un producto a explotar que les generaría grandes beneficios para sus consorcios, dejando de lado, en la práctica aunque no es sus argumentos para llevar este desarrollo, la perspectiva social y ecológica que propone el turismo sostenible. Generalmente, los principales destinos turísticos en México han transitado por esta dinámica.

De la misma manera, surgen algunas iniciativas como la nuestra, o de las propias comunidades, que, asociadas con empresas, profesionales u organismos no gubernamentales, pretenden desarrollar proyectos turísticos basados en modelos autogestionarios, participativos y ecológicamente sostenibles. Donde los principios de equidad, conciliación y sustentabilidad en la relación con los agentes externos y el patrimonio cultural y natural sin embargo estas últimas suelen quedarse en sus fases de proyecto al menos en los municipios que fueron fuente

de nuestra investigación, y es aquí donde de manera recurrente, y por el tipo de proyectos están restringidos a destinos turísticos de poca importancia o subsidiarios y anexos de los grandes destinos turísticos que son los que generan ingentes beneficios económicos y que son controlados por las grandes trasnacionales turísticas.

Por esto cada vez mayor número organizaciones ejidales ven en el turismo rural una alternativa posible para salir de su postergación y entrar como protagonistas, en igualdad de condiciones, del proceso globalizador. Para que esta inserción sé de en condiciones favorables se debe tomar en cuenta una serie de premisas o factores que se deben cumplir para un armonioso desarrollo turístico. Y dentro de esta diversidad de factores podemos asumir como el principal; el control del proceso por parte de las comunidades.

Pero esta premisa fundamental requiere de una serie de condiciones ideales para desarrollarse, pudiendo considerarse como principales, las siguientes:

- 1) El respeto y pleno conocimiento de las comunidades sobre sus derechos humanos.
- 2) Un clima de convivencia intercultural dentro del propio municipio
- 3) Autodeterminación de las comunidades sobre sus recursos y su futuro.
- 4) Democracia política y económica.

Por último, solo me queda recordar que la hipótesis queda demostrada, en donde nos damos cuenta que el desconocimiento de los distintos apoyos federales por parte de las autoridades municipales y de los ejidatarios en cuanto al turismo rural se refiere, es un factor clave para el bajo o inexistente nivel de desarrollo que tiene el municipio en materia de este tipo de turismo.

Al plantear esta posición no pretendo invitar a que se asuma un pesimismo generalizado y se niegue la posibilidad de emprender esta actividad. Lo que busco es plantear un principio de realidad, a partir del cual emprendamos el camino.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- H. Ayuntamiento Constitucional de Coahuayana. (2008). *Bando del Buen Gobierno*. Coahuayana.
- Organización Mundial de Turismo. (1998). *Introducción al Turismo*.
- Secretaría de Economía. (2010). *Publicación de los resultados de la Evaluación de las solicitudes recibidas durante el periodo 2010*. Morelia.
- Antón, S. (2005). *Parques temáticos*. Madrid: Ariel.
- Bote Gómez, V. (1990). *Planificación Económica del Turismo de una estrategia masiva a una artesanal*. México: Trillas.
- Brunet, I., & Alarcon, A. (2005). *¿Quién crea empresas? Redes y Empresarialidad*. Madrid: Talasa ediciones.
- Cámara de Diputados. (2006). *Cámara de Diputados*. Recuperado el 25 de Enero de 2012, de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/153.pdf>
- Canoves, G., Monserrat, V., & Herrera, L. (2006). Políticas Públicas, Turismo Rural y Sostenibilidad: Dificil equilibrio. *Boletín de la A.G.E*, 1999-217.
- Cardenas Marin, A., Burguillo Cuesta, M., del Río Gonzalez, P., & Vieyra de Abreu, Y. (2010). *Desarrollo Sostenible en España al Final del Siglo XX*. Madrid: Universidad de Malaga.
- Castells, M. (2000). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura, Vol. I La sociedad red*. Madrid: Alianza editorial.
- Cebrián Abéllan, F. (2008). *Turismo Rural y desarrollo Local*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Centro de estudios Agropecuarios. (2001). *Turismo Rural y Ecoturismo*. Mexico: Iberoamericana.
- Cherem, G. J. (1990). *Appropriate Tourism Through Heritage Interpretation*. Michigan.
- Crosby, A. (1993). *El desarrollo turístico sostenible en el medio rural*. Madrid: CEFAT.
- Crosby, A., & Moreda, A. (1996). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas naturales*. Madrid: CEFAT.

DE PABLOS, J., & CABRERA, J. (2004). Los logros del turismo: del consumo a la construcción de la sociedad. *6to Congreso Universitario de Turismo* (págs. 261-262). Valencia: Tirano lo Blanch.

Domínguez Guzmán, H. (Enero de 2002). El Turismo en Janitzio: Situación y Perspectivas Económicas 1990-2000. *Tesis de Licenciatura*. Morelia, Michoacán: Facultad de Economía.

Dumazedier, J. (1962). *Vers une civilisation du loisir*. París: Éditions du Seuil.

Elliot, J. (1997). *Tourism politics and public sector management*. Londres: Routledge.

FAYOS-SOLA, E. (1993). *El turismo de masas como sector industrial. La nueva política de la competitividad*. Economía Industrial.

Fuentes Garcia, R. (1995). *El turismo rural en España. Especial referencia al analisis de la demanda*. Madrid: Secretaria General de Turismo.

Gilbert, D. (1999). Turismo rural y Marketing. *Papers de turisme*, 25-85.

Gobierno del Estado de Michoacán. (2012). *Gobierno del Estado de Michoacán-Cemprende*. Recuperado el 28 de 06 de 2012, de <http://cemprende.michoacan.gob.mx/>

Gunn, C. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. New York: Routledge.

H. Ayuntamiento Constitucional de Coahuayana. (2008). *H. Ayuntamiento de Coahuayana*. Recuperado el 30 de Enero de 2011, de <http://coahuayana.gob.mx/transparencia/bando%20de%20buen%20gobierno.pdf>

Herreras, A. (1993). *El Turismo a la vista de los postulados políticos doctrinales del movimiento revolucionario*. México: Comisión técnica de Turismo del PRI.

INEGI. (s.f.). Continuo Nacional del Conjunto de Datos Geográficos de las Cartas de Climas, Precipitación Total Anual y Temperaturas Medias Anuales.

INEGI. *Información topográfica Digital, Escala 1:250 000*. Serie II.

INEGI. (2005). *Marco Geoestadístico Municipal*. Version 3.1.

INEGI: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (s.f.). Recuperado el 2011 de Enero de 29, de INEGI: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática: <http://www.censo2010.org.mx/>

INEGI-CONAGUA. (2007). *Mapa de la Red Hidrográfica Digital de México, Escala 1:250 000*. Mexico.

Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. Universidad de Michigan.

Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas. (1984). *Apuntes para el curso de introducción al estudio del Turismo*. México.

Juan Manuel Tello Contreras, M. A. (2008). *PERIFITUR 2007*. Morelia: ITESM.

KRIPPENDORF, J. (1985). *Le tourisme dans le système de la société industrielle*. Roma: Editrice Agnesotti.

Lash, S., & Urry, J. (1996). *Economías de signos y espacios*. Buenos Aires: Amorrortu.

Lichorish, L., & Jenkins, C. (2000). *Una introducción al turismo*. Madrid: Editorial Síntesis.

López-Palomeque, F. (2004). *La ley del turismo de Cataluña, un nuevo instrumento en la evolución de la política*. Cataluña: Cuadernos Geográficos.

Marchena Gómez, M. (1994). *Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo "fordista" al ocio de producción flexible*. Papers de Tourisme.

Mazón, T. (2001). *Sociología del turismo*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.

Mendez, G. (2003). *La sociología del turismo como disciplina*. Barcelona: Ariel.

Méndez, J. S. (1998). *Problemas económicos de México*. México: McGraw Hill.

Michoacan, R. A. (2008). *Núcleos Agrarios Certificados por el PROCEDE*. Morelia. Organización Mundial del Turismo. (1998). *Introducción al turismo*.

Pearce, D. (1990). *Desarrollo Turístico, planificación y ubicación geográficas*. México: Trillas.

Peñalber Torres, M. T. (2004). *Modelo Turístico de Desarrollo de la Región de Murcia*. Murcia: Universidad de Murcia.

Periodico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacan de Ocampo. (04 de Abril de 2008). *Plan de Desarrollo Municipal 2008-2011*. H. Ayuntamiento Constitucional de Coahuayana Mich. , pág. 4.

Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Oxford: CAB.

protegidas, C. N.

Regurero Del, O. (1994). *“Ecoturismo, Nuevas formas de turismo en el espacio Rural*. Barcelona: Bosch.

Rifkin, J. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.

Ritzer, G. (2000). *El encanto del mundo desencantado*. Barcelona: Ariel.

Ritzer, G., & Liska, A. (1997). *McDisneyization end post-tourism Complementary perspectives on contemporary tourism*. Londres: Routledge.

Rubio, A. (2003). *Turismo, sociedad y desarrollo*. Barcelona: Ariel turismo.

Sánchez, A. O. (2000). *Juntos para Construir Coahuayana*. Coahuayana de Hidalgo, Michoacán, México: Honorable Ayuntamiento de Coahuayana - Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario N° 140 Coahuayana.

Sancho, A. (2002). *Auditoria de sostenibilidad en los recursos turísticos*. Madrid: España.

Santana, A. (2003). *Mirando Culturas: la antropología del turismo*. Barcelona: Sociología del Turismo.

Santana, M. (2000). *Turismo fordista y postfordista. Una primera aproximación a la operativización de conceptos*. Granada: Proyecto Sur de ediciones.

Secretaría de Economía. (2010). *Secretaría de Economía*. Recuperado el 25 de Enero de 2012, de http://www.economia.gob.mx/files/ley_organica_administracion_publica_federal.pdf

Secretaría de Turismo. (2004). *Como Desarrollar un Proyecto de Ecoturismo*. México .

Secretaría de Turismo. (1993). *Elementos para una Política de Desarrollo en el Sector Turismo: el Factor Humano*. México: SECTUR.

Secretaría de Turismo Estado de Michoacán. (2000). *Michoacán Turismo Alternativo*. Morelia: Laser Comunicación Gráfica.

Secretaría de Turismo. (2004). *Turismo alternativo Una nueva forma de hacer turismo. Serie turismo alternativo* , 13.

- TURISMO, O. M. (2002). *El turismo en la era de las alianzas, fusiones y adquisiciones*. Madrid: OMT.
- Turismo, S. d. (2004). *Guía de apoyos federales para proyectos de Ecoturismo*. México D.F.
- TURNER, L., & ASH, J. (1975). *The golden hordes. international tourism and the pleasure periphery*. Londres: Anchor Press.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Society*. Londres: Sage.
- Vázquez, R., & Díaz, .. M. (1999). *Calidad y turismo rural*. Valencia, Tirany Lo Blanch.
- Villarino Pérez, M., de Uña Álvarez, E., & Cànoves Valiente, G. (2009). *Reflexiones spbre experiencias de diversificación del Turismo rural en España*. Serie Geografica.
- Word Tourism Organization. (2003). *The Spanish Ecotourism Market*. Madrid: WTO.
- Zimmer, P., & Grassmann, S. (1990). *Evaluar el potencial turístico de un territorio*.

10. ANEXO

Guion de entrevista a los informantes

Bloque 1. Información sobre turismo	
1. Nombre del ejidatario	2. Ejido al que pertenece
3. ¿De los siguientes tipos de turismo cual conoce mejor? a) Turismo Tradicional b) Turismo Alternativo c) Ninguno	
4. ¿Del turismo alternativo conoce alguno de los siguientes segmentos? a) Ecoturismo b) Turismo de Aventura c) Turismo Rural d) Ninguno	
5. ¿Conoce usted los recursos turísticos con los que cuenta el municipio?	
6. ¿Mencione 3 recursos turísticos de importancia para el municipio?	
7. ¿En su opinión cual es la importancia económica y social que tiene el turismo en el municipio?	
8. ¿Describa brevemente su actividad actual como ejidatario?	

9. ¿Considera usted que la dependencias federales deberían de acercarse a los ejidatarios para ofrecer alternativas productivas como el turismo rural?
10. ¿Conoce ejidatarios que se dediquen a actividades de turismo o de turismo rural específicamente?
Bloque 2. Información sobre apoyos federales
11. ¿De las siguientes dependencias federales a cual se ha acercado usted como ejidatario para solicitar apoyo financiero o técnico? a) Secretaría de Economía b) SAGARPA c) Secretaría de Turismo d) Programa estatal de emprendedores (CEMPRENDE)
12. ¿Ha recibido negativas por parte de alguna de las anteriores para entregar algún apoyo financiero? ¿Cuál? ¿Motivo de la negativa?
13. ¿En general cual es su opinión sobre los apoyos financieros entregados a los ejidatarios?
14. Si se conto con el apoyo financiero ¿cómo fue el trato que se le dio por parte de las autoridades?

15. ¿Cuál es el nombre del apoyo del cual ha sido beneficiario?
16. ¿De los apoyos que ha tenido cual fue el monto del apoyo obtenido?
17. ¿Por cuánto tiempo ha sido beneficiario de este apoyo?
18. ¿En su opinión cuales son los beneficios de contar con estos apoyos?
19. ¿Qué experiencias negativas puede comentarnos sobre los apoyos recibidos?
20. ¿Considera usted que los montos entregados por las dependencias federales son suficientes para mantener su actividad actual como ejidatario?
Bloque 3. Cambio de modalidad productiva
21. ¿Que lo motivaría a cambiar su actividad actual como ejidatario?
22¿Conoce ejidatarios que hayan utilizado apoyos federales para actividades del turismo rural?

23. De acuerdo a los beneficios sobre los que comentó ¿le interesaría conocer otros beneficios que podrá obtener mediante el turismo? 	
24. ¿Conoce los beneficios de las actividades del turismo rural? 	
25. ¿Conociendo los beneficios del turismo rural le gustaría cambiar su actividad de ejidatario actual por una de ofertador de turismo rural? 	
26. ¿Le gustaría utilizar los apoyos que recibe actualmente para hacerlos más productivos o recibir nuevos apoyos mediante el turismo rural? 	
Bloque 4. Datos sociodemográficos	
27. Antigüedad como ejidatario	28. Sexo Hombre Mujer
29. Edad Menos de 25 años Entre 25 y 29 Entre 30 y 34 Entre 35 y 45 Entre 46 y 55 Más de 55	30. Estado civil Solter@ Casad@ Viud@ Divorciad@
31. Nivel educativo Primaria Secundaria Preparatoria o Técnico Licenciatura Posgrado Ninguno	