



## TÍTULO

# EL DESARROLLO LOCAL A PARTIR DEL TURISMO DE NATURALEZA

CASO MUNICIPIO DE CABO CORRIENTES, JALISCO, MÉXICO

## AUTORA

**Tatiana Gómez Morales**

|           |  |
|-----------|--|
|           | <b>Esta edición electrónica ha sido realizada en 2011</b>                                    |
| Directora | Rosa María Chávez Dagostino  |
| Tutor     | David Flores Ruiz  |
| Curso     | <b>I Máster Propio Universitario en Desarrollo Local: Gestión de Pymes y Economía Social</b> |
| ISBN      | 978-84-694-2196-3  |
| ©         | Tatiana Gómez Morales  |
| ©         | Para esta edición, la Universidad Internacional de Andalucía                                 |



## Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.5 España.

### Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

### Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento.** Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
- **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.
  
- *Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.*
- *Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.*
- *Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.*

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA.

SANTA MARÍA DE LA RÁBIDA.



## El Desarrollo Local a partir del Turismo de Naturaleza

Caso municipio de Cabo Corrientes, Jalisco, México.

Lic. Tatiana Gómez Morales

**I MASTER PROPIO EN DESARROLLO LOCAL: GESTIÓN DE PYMES Y ECONOMÍA SOCIAL**

DIRECTORA: DRA. ROSA MARÍA CHÁVEZ DAGOSTINO. UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA.

TUTOR: DR. DAVID FLORES RUÍZ. UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA.

PUERTO VALLARTA, JALISCO, MÉXICO. SEPTIEMBRE DEL 2010.

*“No hay ninguna receta que asegure el éxito en materia de desarrollo. Pero sí hay por lo menos dos afirmaciones ciertas: si el desarrollo se encuentra en nuestro futuro, no será con las ideas del pasado que lo alcanzaremos; si el desarrollo es un producto de la propia comunidad, no serán otros, sino sus propios miembros quienes lo construyan”.*

*Sergio Boisier*

## Resumen

Se analiza el desarrollo local y el turismo de naturaleza en Cabo Corrientes, un municipio rural de la costa norte de Jalisco, en el Pacífico mexicano, a partir de la caracterización del territorio, la identificación de las pymes de turismo de naturaleza y los impactos sociales, económicos y ambientales que estas generan, la percepción social de los habitantes de las localidades de influencia donde operan estas empresas. Se elaboró un análisis de las fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas de la situación actual del municipio con respecto al turismo de naturaleza a fin de diagnosticar las necesidades latentes en cuestión de servicios y planta turística; además de la medición del nivel de emprendimiento local en pymes turísticas y, por último, la responsabilidad social empresarial evaluada desde los ámbitos sociales económicos y ambientales.

Los resultados hacen evidente un municipio de marginación media, dedicado principalmente a la agricultura, relativamente aislado y de gran importancia en términos ambientales, donde la superficie municipal está representada en su mayoría por la propiedad comunal y ejidal. Las pymes identificadas son relativamente nuevas, son pocas y no se han consolidado como empresas, por lo que los impactos en términos de desarrollo local han sido poco significativos.

En general las empresas comunitarias fueron mejor evaluadas con respecto a la responsabilidad social y emprendimiento. En general el rubro que cobra mayor importancia es al aspecto de responsabilidad ambiental, que han logrado transmitir a las comunidades locales. Los locales perciben al turismo como una fuente de ingresos y la mayoría está dispuesto a participar en esta actividad de forma principal.

# El Desarrollo Local a partir del Turismo de Naturaleza.

*Caso: municipio de Cabo Corrientes, Jalisco, México.*

## Contenido

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| ANTECEDENTES.....  | 7                                    |
| Principios y conceptos relacionados al desarrollo local.....     | 7                                    |
| La actividad turística en México .....                           | 12                                   |
| La Agenda Local en México .....                                  | 15                                   |
| Emprendimiento turístico .....                                   | 21                                   |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....                                  | 22                                   |
| ÁREA DE ESTUDIO.....   | 24                                   |
| JUSTIFICACIÓN.....   | 27                                   |
| OBJETIVOS.....   | 27                                   |
| Objetivo general: .....  | 27                                   |
| Objetivos específicos:.....                                      | 27                                   |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: .....                           | 28                                   |
| RESULTADOS.....  | 31                                   |
| Caracterización del territorio municipal .....                   | 31                                   |
| Impactos de las pymes turísticas .....                           | 58                                   |
| Percepción social con relación al turismo de naturaleza .....    | 73                                   |
| Análisis FODA.....   | 84                                   |
| Emprendimiento en pymes turísticas .....                         | 86                                   |
| Responsabilidad social empresarial de las pymes turísticas ..... | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| DISCUSIÓN.....   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| CONCLUSIONES .....   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| BIBLIOGRAFÍA .....   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |

## INTRODUCCIÓN

Durante las últimas cinco décadas, el desarrollo ha pasado de ser un simple incremento de los factores económicos (crecimiento económico), hasta un proceso sumamente complejo donde los actores sociales toman un papel importante para poder lograrlo y no estar a expensas de lo que se obtenga en el ámbito externo a su territorio. En éste tiempo se habló de teorías, modelos, políticas y estrategias de desarrollo; sin embargo, cada una de estas connotaciones no ha podido dar una respuesta a las preocupaciones originales sobre las desigualdades regionales.

Pero no fue hasta la crisis de 1929 cuando se encontraron las deficiencias de la economía capitalista vigente y se aceptó la existencia de desequilibrios regionales. Para ese entonces ya se analizaba la distribución desigual entre los recursos, esto generó que se elaboraran políticas de desarrollo regional (Rodríguez, 2001).

La teoría del desarrollo local tiene sus orígenes en el desarrollo económico que surgió con la segunda posguerra mundial y se consolidó en los años setenta asociado al crecimiento económico, que es el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita por país y, que tiene como objetivo de mejorar la calidad de vida de la población de un determinado territorio, siguiendo determinados postulados. Entendiendo que calidad de vida abarca tres aspectos muy importantes: el aspecto económico con el aumento de los niveles de renta, el aspecto social con las posibilidades de acceso a todos los servicios públicos y, el aspecto medioambiental con la posibilidad de disfrutar de un entorno natural que no se vea deteriorado (Massam *et al.*, 2003).

Lo que caracteriza al desarrollo local es que es un modelo de desarrollo de abajo hacia arriba, da renombre e importancia a la iniciativa emprendedora a través de la creación de empleos diversificados, otorgándoles un importante papel de colaboración y cooperación tanto a la población local como a sus administraciones y, a los recursos locales, no obstante, también son necesarios los recursos de fuera, donde el territorio se delimita como sustento y activo fijo del desarrollo.

La estrategia de desarrollo local debe considerar otra dimensión más, la político-administrativa, en que las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable, protegerlo de las interferencias externas y favorecer e impulsar el desarrollo del potencial local. Por lo tanto, se puede decir que el desarrollo local es el conjunto de actuaciones concretas que definen los distintos agentes sociales, económicos, públicos o privados de la zona para conseguir solucionar su

problemática mediante sus propios recursos productivos, naturales y humanos y los posibles que se pueda atraer hacia a él, atendiendo sus ya mencionadas características y sobre todo, el respeto por el medio ambiente y la identidad local. Los objetivos últimos del desarrollo económico local son: el mejoramiento del empleo y la calidad de vida de la población de la comunidad territorial correspondiente y la elevación de la equidad social. Para lograr estos objetivos últimos se debe cumplir los siguientes objetivos específicos que son: la transformación del sistema productivo local, incrementando su eficiencia y competitividad, el fomento de la diversificación productiva local e incremento del valor agregado en las actividades económicas locales y la sostenibilidad ambiental de las actividades locales (Albuquerque, 1997).

El desarrollo local se puede propiciar desde los distintos ámbitos de las actividades económicas de un país. Para el caso de la actividad turística, se dice que los principales impactos que recibe la economía de un país a nivel macroeconómico son la atracción de divisas (tomando en cuenta que cuantos más productos, servicios, recursos humanos y capitales tenga que importar un país, mayor es el índice de divisas) y los ingresos estatales, mientras que a nivel microeconómico son la generación de empleos e ingresos y el estímulo al desarrollo regional.

De acuerdo con el informe “Turismo: Panorama 2020” de la Organización Mundial de Turismo, las perspectivas para esta actividad en las próximas dos décadas son muy favorables, estimándose que para el año 2020 las llegadas de turistas internacionales su ubicarán por encima de 1.60 millones, en tanto que los ingresos turísticos alcanzarán los dos billones de dólares.

En el campo mexicano, los problemas que se observan a causa de la globalización han afectado seriamente a la sustentabilidad; no solamente en su dimensión económica, sino también en sus dimensiones socio-cultural y económico-productivas (Guerritsen, 2010). El papel de las instancias locales será el involucrar a la mayor parte de la sociedad, como pequeños empresarios, trabajadores del ramo y, la creación de actividades locales que abastezcan de insumos a esta actividad. Solo así se podrá lograr que la actividad turística sea un verdadero impulsor del desarrollo regional. El turismo en México es una de las fuentes de ingresos principales, su importancia para el crecimiento económico radica en la elaboración de buenos

planes de desarrollo y, puestos en marcha de forma estratégica para darles el seguimiento adecuado.

Durante muchos años, México se conoció por ser un destino de sol y playa para turismo de masas, pero en años recientes y con la puesta en marcha de la sostenibilidad para todos los ámbitos, el turismo en México también se ha sumado a las buenas prácticas en éste sector. De la misma manera, la Secretaría de Turismo (SECTUR) publica en el año 2007, la diversificación de la oferta turística con la puesta en marcha del turismo de naturaleza (antes, turismo alternativo), un turismo responsable y rentable tanto en lo económico, lo ambiental y lo social; de donde se derivan los tres grandes segmentos: ecoturismo<sup>1</sup>, turismo de aventura<sup>2</sup> y turismo rural<sup>3</sup>. Obteniendo de esta manera, beneficios para todos los involucrados en el proceso de oferta y demanda del turismo de naturaleza, sobre todo a la población local. Los aspectos del turismo de naturaleza que pueden enriquecer las estrategias del desarrollo local son:

- Contribuye a aumentar la dimensión del mercado local.
- Posee un elevado efecto multiplicador.
- Es intensivo en mano de obra.
- La comunidad como nivel de actuación ideal.
- Apuesta por la revalorización de los recursos locales.
- Permite compatibilizar las políticas de conservación con las de desarrollo.
- Importante papel de la coordinación y cooperación entre la población civil, gobierno e iniciativa privada.
- El desarrollo turístico no se puede entender sin hacer referencia al territorio (activo fijo).
- Importante potencial de crecimiento.
- Supone una alternativa para el desarrollo de muchos territorios con sectores económicos en crisis, tales como el agrícola y ganadero.
- Importante papel de emprendimiento en PYMES y microempresas.
- Importante papel de todos los actores del territorio (Barroso, 2009).

---

<sup>1</sup> Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma.

<sup>2</sup> Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

<sup>3</sup> 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.



## **ANTECEDENTES**

### **Principios y conceptos relacionados al desarrollo local**

De acuerdo con el Informe Brundtland (Nuestro Futuro Común) de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (1987) dice que el desarrollo sostenible es *el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias necesidades.*

Las primeras experiencias de *territorio en desarrollo* aparecen en Francia en 1965 dentro de las zonas rurales desfavorecidas. Son el resultado de una toma de conciencia y de una voluntad local que quiere luchar contra ciertas formas de subdesarrollo y de caída de la actividad y, ello a pesar de que se da en procesos de desarrollo económico y de concentración urbana, la redistribución del crecimiento se hace de una forma desigual en el territorio y provoca grandes diferencias.

El desarrollo no es algo adquirido, algo fijo. Todos los países, todas las sociedades y territorios están en vías (constante) de desarrollo. Sólo se puede hablar de él, cuando hay acción, cuando las cosas se mueven. (Rodríguez, 2001).

En el transcurso de los últimos treinta años, los teóricos modernistas, influidos por el "Desarrollo Agrario Clásico", las organizaciones internacionales y los medioambientalistas han comenzado a ofrecer alternativas de desarrollo basándose, sobre todo en una serie de características.

1. La necesidad urgente de nuevas tecnologías que incrementen la productividad y la producción agraria, y proporcionen nuevos ingresos a los agricultores. Esta medida pretende incorporar las clases más pobres al comercio, aunque con el tiempo se ha probado que lo que se consiguió fue una mayor desigualdad entre unos y otros, la modernización alcanzó altos grados de capitalización pero a costa de una reducción drástica de la mano de obra utilizada.
2. Ya en los años setenta se empieza a plantear un aspecto importante como es la optimización en el aprovechamiento de los recursos naturales escasos (tierras y aguas) en el mundo agrario.

3. Ante la descapitalización general del mundo agrario y la falta de recursos financieros se introduce una variable financiera optimizada, como objetivo principal en el desarrollo rural.
4. La implantación de unas estrategias adecuadas que se materialicen en un incremento en la creación de oportunidades de empleo en el mundo rural, así como una mayor canalización de estos productos hacia mercados urbanos e internacionales. De esta forma se conseguiría una mejor redistribución de los ingresos, que llegaría también a las capas más desfavorecidas.
5. Pero estas estrategias tendrían que ser complementadas por políticas sociales que, al mismo tiempo que las medidas económicas, contribuyeran a aumentar el nivel de vida de la población rural.

Boisier (2005) en su artículo “*¿Hay un espacio para el desarrollo local en la globalización?*”, menciona que el desarrollo es un fenómeno dependiente de una trayectoria evolutiva y que, como tal, se inicia siempre en un lugar (o en varios, pero nunca en todos), como un proceso esencialmente endógeno (aunque su base material puede ser considerablemente exógena), siempre descentralizado, y con una dinámica de tipo capilar “de abajo hacia arriba y hacia los lados”, que terminará por producir, en función de la dialéctica territorio/función propia de la modernidad, una geografía del desarrollo, rara vez uniforme, comúnmente con la forma de archipiélago o, en el extremo, con la forma de la dicotomía centro/periferia.

Vázquez-Barquero (2005) estableció que el desarrollo local es un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que conduce a una mejora del nivel de vida de la población local, en el que se puede identificar, al menos, dos dimensiones: una económica, en que los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; otra, socio-cultural, en que los valores y las instituciones locales sirven de base al proceso de desarrollo.

Atendiendo a estas circunstancias empieza a fraguarse el nuevo modelo de desarrollo, que en ocasiones encontramos con los calificativos de endógeno, autóctono, difuso o local. Este nuevo modelo tiene su origen en la nueva visión de los problemas de la sociedad occidental, que ponen en entredicho los anteriores que no llegan a dar solución a la crisis internacional con elevadas tasas de paro de

carácter estructural que provocaba la puesta en marcha de medidas urgentes en el ámbito de lo local. Todo ello da lugar a un avance espectacular de la gestión de las corporaciones locales como poder fáctico más cercano a la población y a un nuevo planteamiento ante los recursos con los que cuenta el territorio.

- Desarrollo Rural

El desarrollo rural surge como una estrategia de desarrollo global que integre tanto el desarrollo urbano como el rural del territorio; donde se plantea la alternativa a la economía agraria de subsistencia sin tener que pasar por el resurgir de una economía no agraria (industria) que desarrolle el devenir de la sociedad.

Actualmente el desarrollo rural se ve encaminado a la consecución del crecimiento económico como alternativa del territorio, aunado a esto, se ha venido adquiriendo el término desarrollo rural integrado, que consiste esencialmente en potenciar esquemas de desarrollo en el ámbito rural que tiene como objetivo la mejora del nivel de vida de la población del área implicada. Para ello, se estimula el establecimiento de esquemas de actividad económica de base territorial, descentralizados y con un fuerte componente de decisión local, que movilice a la población en la prosecución de su bienestar mediante la máxima utilización de sus recursos propios, humanos y materiales. (Barroso, 2009)

- Ecodesarrollo y Desarrollo Sustentable

El ecodesarrollo plantea una dimensión horizontal del desarrollo, donde convergen elementos específicos tales como un determinado grupo de personas, con unos determinados valores culturales, que viven en una determinada región con una determinada combinación de recursos naturales. El ecodesarrollo significa que las comunidades locales y el ecosistema local del desarrollo caminan juntos hacia un equilibrio en términos ecológicos y sociales; por lo tanto, no se cuenta exclusivamente en el crecimiento de la población como variable esencial en el desarrollo económico.

El desarrollo sostenible es un constante proceso de cambio, donde la satisfacción de las necesidades locales sea compatible con la explotación de los recursos naturales y el progreso científico-tecnológico introduciendo una nueva variable como puede ser las sociedades futuras y sus necesidades sociales (Barroso, 2009).

Por tanto, por un lado el desarrollo sostenible puede venir condicionado por la imposición de un modelo económico, con la consiguiente ruptura con la cultura endógena, pero a su vez contrarrestado por el papel otorgado a las comunidades locales en la ordenación al medio ambiente y en el desarrollo, debido a sus conocimientos y prácticas tradicionales (Principio 22 de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo).

- Desarrollo Multidimensional

Tadoro (1987) en su obra “Economía para un mundo en desarrollo. Introducción a los principios, problemas y políticas para el desarrollo” define al desarrollo como un proceso multidimensional compuesto por grandes transformaciones de las estructuras sociales, de las actitudes de la gente y de las instituciones nacionales, así como por la aceleración del crecimiento económico, la reducción de la desigualdad y la erradicación de la pobreza absoluta. Este autor observa que son tres los valores en los que nos debemos de centrar para optimizar la definición del desarrollo: 1) el sustento vital, como capacidad de satisfacer las necesidades básicas y, por tanto, el logro de aumentar el nivel de la calidad de vida; 2) la autoestima, entendida como autenticidad o identidad de la persona, que toma un lugar importante en el desarrollo; 3) y el valor fundamental, coloca el concepto de libertad, entendiéndose como un aumento de las posibilidades de elección para los pueblos.

Ésta nueva concepción del desarrollo hace hincapié en las políticas necesarias para la erradicación de la pobreza, para la provisión de oportunidades de empleo más diversificada y la reducción de los desequilibrios salariales. Para esto, el desarrollo debe generar una reorganización y una reorientación de los sistemas económicos y sociales, dando lugar a cambios radicales en las estructuras institucionales, sociales y administrativas, así como en las actitudes y a veces, en las costumbres y creencias populares. Sin olvidar que éstos y otros objetivos igualitarios deberán alcanzarse dentro del contexto de una economía creciente, pero sin considerar el crecimiento económico en sí mismo en una posición preponderante como se utilizaba en los enfoques lineales.

- Etnodesarrollo

Por etnodesarrollo entendemos que es el conjunto de principios del desarrollo que resaltan el potencial de los diferentes grupos étnicos.

La evolución del etnodesarrollo ha sido lenta e incluso inexistente, dando como resultado el vacío analítico que lo caracteriza predominando las disertaciones que han dejado las puertas abiertas para su futuro estudio y consolidación en otros enfoques de desarrollo. Aunque se debe tener en cuenta que la estrategia de desarrollo es el resultado de una especialización de los gestores públicos locales ante el acercamiento territorial-cultural y económico. Puesto que éste enfoque tiene su mayor éxito en países desarrollados con ciertos desequilibrios regionales, donde se puede contar con un grupo de personas con capacidades políticas y técnicas avanzadas que ayuden a la consolidación integral del territorio, con una identificación cultural endógena.

- Desarrollo Autónomo

El desarrollo autónomo es la base práctica de la independencia que emerge de las estrategias de desarrollo, tanto a nivel nacional como local.

Estos son los principales aspectos positivos originados de la estrategia del desarrollo autónomo: a) las prioridades y la satisfacción de las necesidades básicas se dirigen hacia la producción, b) la necesidad de la participación popular, c) mejor utilización de los factores locales, d) la creatividad es más estimulada, e) una mejor compatibilidad del desarrollo con las condiciones locales, f) mayor diversificación del desarrollo, g) menor alineación, h) importancia del equilibrio ecológico, i) importantes internacionalizaciones de las externalidades con los vecinos que se desarrollan al mismo nivel, j) se incrementa la dependencia comercial, pero de la misma forma se aumenta la habilidad para soportar esta manipulación, k) el aumento de la capacidad de defensa militar de los países l) y, por último, el acercamiento del centro y la periferia.

- Desarrollo Endógeno

Mejor conoció como el desarrollo “desde adentro” a través de una revalorización del *territorio* y de los recursos locales económicos, humanos, institucionales y culturales

para lograr el potencial de desarrollo a través de creación de pymes implementando la economía social.

Las ventajas de éste desarrollo son una mayor flexibilidad productiva y adaptabilidad, dinamismo en la creación de empleo, mayor utilización de los recursos locales, menor coste ecológico sobre el medio, tendencia a la “empresa red” (que caracteriza a la sociedad de la información) y un mejor nivel de integración al sistema productivo de sectores vulnerables.

Los inconvenientes son la menor escala productiva y de comercialización, menor experiencia en mercados externos, inferior margen de ganancia, menor nivel tecnológico y capacidad de inversión (I&D), dificultad en el acceso a créditos, mayor dificultad en el acceso a asistencia técnica, capacitación e información actualizada y mayor dificultad de acceder a servicios a la producción (Dómenech, 2007).

- Desarrollo Humano

El camino más efectivo para el desarrollo es un equilibrio entre el crecimiento económico acompañado por una distribución razonable y equitativa de los ingresos.

Con el paso del tiempo, una nueva dimensión del desarrollo empieza a tener una mayor importancia, el desarrollo humano, el cual abarca dimensiones tales como la política, la economía y la sociedad respetando el equilibrio y el desarrollo de las capacidades humanas antes que las productivas o eminentemente lucrativas. Este enfoque tiene como característica propia, la integración de más enfoques de desarrollo, como el multidimensional y el autónomo) y, a su vez es importante por ser catalogado como la última gran aportación a la Economía del Desarrollo (Barroso, 2009).

### **La actividad turística en México**

El turismo es una de las actividades económicas más importantes a nivel internacional y es la línea de trabajo en Desarrollo Rural que más ha crecido en los últimos años, no sólo en América Latina, sino también en el resto del mundo. A ésta escala, la actividad turística representa el 12% del PNB mundial y emplea a 1 de cada 12 trabajadores del planeta. El turismo en México es una actividad económica importante para el país, representa el 14% de los empleos directos e indirectos de la economía mexicana. Además de ser el primer destino para turistas extranjeros en

América Latina. Las principales atracciones turísticas de México son las ruinas antiguas de la cultura mesoamericana, las ciudades coloniales y los complejos turísticos de playa. El clima templado del país, junto con su herencia histórica cultural; - la fusión de la cultura europea (particularmente la española) con la cultura mesoamericana -; también hacen de México un atractivo destino turístico a nivel mundial. La gran mayoría de los turistas extranjeros que visitan México provienen de los Estados Unidos y Canadá. La naturaleza competitiva de la actividad turística en México puede ser caracterizada a través de un conjunto de factores positivos como el alto potencial de recursos naturales y culturales, la presencia de diversos tipos de paisajes en zonas montañosas, tropicales, áridas, templadas y costeras, los atractivos de sitios arqueológicos y prehispánicos y la arquitectura de distintos periodos de la arquitectura nacional, todo esto representa una singularidad geográfica de México que es apreciada y buscada tanto por el turista extranjero como por el oriundo.

Otro aspecto positivo en la actividad turística mexicana es la presencia de la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) como institución nacional, es la Secretaría de Estado a la que según la 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. Entre sus principales funciones están: formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional; promover 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 y participar con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el establecimiento de los precios y tarifas de los bienes y servicios turísticos; regular, orientar y estimular las medidas de protección al turismo, y vigilar su cumplimiento y, fijar y en su caso, modificar las categorías de los prestadores de servicios turísticos por ramas. El marco jurídico que rige al turismo en México consta de:

- *Ley General de Turismo*. Es una ley de orden público e interés social en materia turística, su aplicación corresponde al Ejecutivo Federal a través de la SECTUR. Sus dos principales objetivos son: establecer las bases generales de coordinación de las facultades concurrentes entre el Ejecutivo Federal,

Estados, Municipios y el Distrito Federal, así como la participación de los sectores social y Privado y, establecer las bases para la política, planeación y programación en todo el territorio nacional de la actividad turística, bajo criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equilibrado de los Estados, Municipios y el Distrito Federal, a corto, mediano y largo plazo (SECTUR, 2009).

- *Reglamento de la Ley Federal de Turismo*. Este ordenamiento tiene por objeto reglamentar la Ley Federal de Turismo y sus disposiciones serán aplicadas por el Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Turismo, a la que en lo sucesivo se le denominará la Secretaría. Aplicado a prestadores de servicios turísticos nacionales y extranjeros (SECTUR, 1999).
- *Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo*. La Secretaría de Turismo, como dependencia del Poder Ejecutivo Federal, tiene a su cargo el desempeño de las atribuciones y facultades que le encomiendan la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Ley Federal de Turismo y otras leyes, así como los reglamentos, decretos, acuerdos y órdenes del Presidente de los Estados Unidos Mexicanos. (SECTUR, 2010).

#### Marco normativo y otros documentos:

- Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.<sup>4</sup>
- Manual General de Organización de la Secretaría de Turismo.<sup>5</sup>
- Normas Oficiales Mexicanas Turísticas (NOM's).<sup>6</sup>
- Acuerdo Delegatorio de Facultades (2008).<sup>7</sup>
- Políticas, Bases y Lineamientos.<sup>8</sup>
- Acuerdo por el que se crea el Consejo Consultivo de Turismo.<sup>9</sup>
- Acuerdo mediante el cual se delega en los servidores públicos que se indican, la facultad de representación de la Secretaría de Turismo, en el otorgamiento y firma de los actos e instrumentos jurídicos que en adelante se señalan.<sup>10</sup>

---

<sup>4</sup> <http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/PST20072012.pdf>

<sup>5</sup> <http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/ManualGeneraldeOrganizacion.pdf>

<sup>6</sup> [http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect\\_237\\_normas\\_oficiales\\_mex](http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_237_normas_oficiales_mex)

<sup>7</sup> <http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/AcdoDelegatorio.pdf>

<sup>8</sup> <http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/POBALINES2008.pdf>

<sup>9</sup> <http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/AcdoCreaConsejoConsulTurismo2008.pdf>

<sup>10</sup> [http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/ACUERDO\\_DELEGATORIO\\_SECTUR280909](http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/ACUERDO_DELEGATORIO_SECTUR280909)



- Código de Conducta del Sector Turismo.<sup>11</sup>

### **La Agenda Local en México**

México ha propuesto desde el 2007 La Agenda Desde lo Local que es un programa y una metodología desarrollada por la Secretaría de Gobernación (SEGOB), a través del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), para medir el desarrollo y evaluar la actuación municipal “desde lo local”. Parte de un diagnóstico integral de la situación en la que se encuentran los municipios en materia de desarrollo local y, en base a esto, se focalizan acciones de los tres órdenes de gobierno para mejorar el nivel y la calidad de vida de la población. Antes de iniciar un autodiagnóstico, el municipio debe aprobar en sesión de Cabildo la incorporación al programa de Agenda Desde lo Local y solicitar formalmente su inscripción. Una vez que el municipio es inscrito en Agenda Desde lo Local, se inicia un proceso de cuatro etapas: autodiagnóstico, verificación, mejora de áreas de oportunidad y expedición de certificados. El autodiagnóstico se realiza por los propios funcionarios municipales, el cual contiene 39 indicadores y 270 parámetros de medición, que identifican las condiciones mínimas que no deben dejar de existir en cualquier municipio y se encuentran agrupados en los siguientes cuadrantes: Desarrollo Institucional para un Buen Gobierno, Desarrollo Económico, Desarrollo Social Incluyente y Desarrollo Ambiental Sustentable. Cada uno de los indicadores tiene tres niveles en donde se puede ubicar la situación del municipio con una métrica basada en los colores del “semáforo” que controla el flujo vehicular; el rojo representa un estado no deseable, el amarillo indica una situación donde existen acciones de mejora pero no de manera permanente o continua, y el verde representa una situación mínima aceptable en materia de desarrollo municipal. El autodiagnóstico funciona según el INAFED, con base a mínimos aceptables, no a ideales o deseables, ya que, según ésta Agenda, el principio de “equidad” debe existir entre todos los municipio del país. En la segunda etapa, el municipio selecciona tres áreas de mejora (de los amarillos y rojos), que le permiten implementar acciones concretas para superar rezagos y avanzar en el tema del desarrollo municipal. La tercera etapa, consiste en que un órgano independiente (instituciones de educación superior públicas y/o privadas) autorizado, valide los

---

<sup>11</sup> [http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/C\\_CONDUCTA\\_INTERNET.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/C_CONDUCTA_INTERNET.pdf)

resultados del autodiagnóstico. De esta manera, las autoridades, funcionarios municipales y ciudadanos, tienen la certeza de que la verificación es objetiva.

El Consejo Nacional Desde lo Local, valida y expide los certificados a los municipios que cumplan con los mínimos aceptables de calidad municipal en cada uno de los indicadores. El Consejo Nacional Desde lo Local está integrado por representantes del gobierno Federal y Estatal así como por instituciones de educación superior.

La Agenda Desde lo Local busca promover la coordinación entre los tres órdenes de gobierno, con el objetivo de fortalecer las capacidades de gestión de los gobiernos municipales, y con ello, responder de forma efectiva a los problemas cotidianos de la población. Lo anterior, es posible mediante la acción coordinada de los siguientes actores: gobiernos federal, estatal y municipal, comité e instituciones de educación superior, sin embargo, no es un diagnóstico participativo ya que no interviene ni está representada la población en general. Aunque los municipios han sido reconocidos como la célula básica del sistema político.

Tradicionalmente habían sido considerados como actores sin ningún tipo de participación en el sistema de políticas públicas. Asimismo, sus necesidades y características no han sido tomadas en cuenta en el proceso del diseño de las políticas públicas. Contrariamente a esta percepción, la Agenda coloca las necesidades y características de cada municipio en el centro del programa, pretendiendo que “Desde lo local” se decidan cuáles son las acciones y programas que deben de aplicarse. Esta meta ayudará a que los municipios se conviertan en sujetos de desarrollo y no objetos de desarrollo, como tradicionalmente se les había tratado. El reto es, que los sujetos de desarrollo sean los humanos y no los municipios. Este programa representa muchos beneficios para la administración pública municipal, se pretende hacer más eficientes sus acciones y sus programas, respondiendo con soluciones concretas a los problemas cotidianos de los ciudadanos. Busca que las decisiones que afectan a los ciudadanos sean tomadas en su lugar de origen y, aunque puede ser una guía para mejorar e incidir en las políticas públicas, también puede estar desligada de la realidad del desarrollo local para convertirse en un instrumento por el cual se justifiquen acciones y se presuman logros huecos, en tanto no mejoren las condiciones de vida de los locales, es aquí donde se ponen en marcha las estrategias de desarrollo endógeno, ya no solo se espera el beneficio desde afuera para unos cuantos, sino que se busca un beneficio

común entre pobladores, que generados de un determinado territorio, se quedan en el mismo territorio, dando paso a un crecimiento y desarrollo económico local.

Uno de los 39 indicadores que califica la Agenda Desde lo local, es por ejemplo, el de “Municipio promotor del turismo” en el cuadrante de “desarrollo económico sostenible”, donde puede alcanzarse el status de “verde” solo por el hecho de que exista un diagnóstico integral sobre el potencial turístico municipal. Esto nos da la pauta para seguir avanzando en términos de desarrollo sustentable, o lo que en turismo se le llama, “destinos verdes”.

### Planeación municipal

La planeación municipal es un instrumento de gobierno directamente relacionado con un proyecto político de desarrollo, útil para reducir la incertidumbre respecto a un futuro probable, para lo cual deben establecerse objetivos generales, fijar estrategias de acción, determinar prioridades y seleccionar alternativas de solución. Dicho conjunto de actividades debe buscar en su operación la optimización y racionalidad de los recursos con que se cuenta, la satisfacción de las necesidades sociales de interés común, así como la procuración y orientación del desarrollo, en concordancia con los grandes objetivos regionales, estatales y nacionales.

Es importante acercarse a la problemática desde abajo, para lo cual se necesita un mayor poder de análisis y de actuación de los gobiernos locales, que tienen en sus manos el problema y lo conocen desde sus propios ayuntamientos y, por tanto, pueden contar con mejor criterio para apoyar el bagaje cuantitativo y cualitativo de la problemática.

La planeación municipal debe realizarse en base al emprendimiento en instalación y desarrollo de empresas generadoras de puestos de trabajo, que ayudarían a reducir las tasas de desempleo en el territorio, además de diversificar y potenciar los sectores productivos, es decir, se necesita una estrategia de origen local orientada a solucionar problemas de la misma comunidad local. Estrategia de cambio progresivo, donde los recursos locales juegan un papel fundamental en la realización e integración del proyecto de desarrollo y dónde la negociación y el diálogo entre agentes sociales van a formar parte de la estrategia de desarrollo.

Unir los conocimientos generales locales con los conocimientos específicos del municipio, con el fin de activar procesos de auto-organización que favorezcan tanto a las empresas de turismo como a la localidad; recibiendo el apoyo de las instituciones locales, llevando una implicación progresiva de éstas hasta hacerlas asumir una común orientación al desarrollo.

### Turismo de naturaleza y economía local

El Turismo de naturaleza, es una modalidad turística que surge en 1970, pero adquiere mayor fuerza a partir de 1990, década que marca una fuerte tendencia hacia al entendimiento y aplicación del paradigma de la sustentabilidad (emanado del documento publicado en 1987, intitulado “Nuestro Futuro Común” mismo que lo define como: “Aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”). En términos conceptuales se entiende por turismo de naturaleza como el conjunto de modalidades turísticas que tienen como objetivo ser consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios, permitiendo además tanto a los anfitriones como a los turistas, disfrutar de una interacción positiva que merece la pena, así como de las experiencias compartidas (Wearing y Neil, 1999). Esta nueva forma de hacer turismo, cambió la mentalidad de algunas personas; ya no sólo querían viajes de placer sino también querían aportar algo positivo a la sociedad y a las comunidades, y nada mejor que el cuidado y manejo adecuado del medio ambiente. La principal inquietud del turismo de naturaleza es buscar el *desarrollo local* a través de una estrategia diseñada para mejorar el nivel de vida, económico y social de grupos específicos de población” de las comunidades, que puede ser autogestionado a través del aprovechamiento de las potencialidades de los habitantes de las localidades, a fin de que éstos sean capaces de liderar sus propios procesos de desarrollo (Padillas, 2002; Massam *et al*, 2003; Ibáñez, 2008).

Siendo que en el 2004 se firma el convenio general de colaboración para el desarrollo del turismo de naturaleza en México y para el 2006 se acuerda el plan estratégico de turismo de naturaleza 2006-2015, fue ahí donde el turismo de turismo

de naturaleza pasó del terreno discursivo a la constitución de más de 400 empresas comunitarias y privadas, dedicadas a la operación de servicios de ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural. Este crecimiento demuestra que éste segmento ha ido cobrando mayor relevancia, en virtud de interés por parte de los visitantes nacionales y extranjeros por la realización de actividades turísticas basadas en la naturaleza, lo cual ha promovido la paulatina formación de un mercado nacional orientado primordialmente al turismo de aventura, y en menor grado al ecoturismo y al turismo rural. La información acerca de los orígenes del concepto de turismo de naturaleza se remonta a la definición de ecoturismo propuesta por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN), la visión del desarrollo sustentable y recientemente a los preceptos de la sustentabilidad. El concepto de turismo de naturaleza surge en octubre del 2005, como producto de una discusión en el ámbito internacional respecto a la pertinencia de mantener el término turismo alternativo como sinónimo de experiencias turísticas recreativas basadas en el disfrute del capital ambiental e histórico-cultural. En esta reunión, los asistentes acordaron usar el término turismo de naturaleza para definir aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y con las expresiones culturales de un lugar, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. Así mismo, los proyectos de turismo de naturaleza deben ser ecológicamente viables, económicamente rentables, tecnológicamente viables, y social y culturalmente aceptables.

El turismo de naturaleza tiene diversas manifestaciones, tal como lo mencionan en 2005 los servicios de investigación en turismo de la Columbia Británica en Canadá (Tourism British Columbia), dentro de las cuales se encuentran el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural. El turismo de naturaleza también se caracteriza por la búsqueda de resultados que creen y diversifiquen las fuentes de empleo y promuevan la generación de otros comunitarios.

Desde la perspectiva social, el turismo de naturaleza pretende motivar el esparcimiento a través de un reencuentro con la naturaleza, difundir la preservación de tradiciones y costumbre a fin de reforzar la identidad nacional y promover el arraigo territorial.

Respecto al medio ambiente, el turismo de naturaleza pretende promover el uso alternativo y la preservación de los recursos naturales, contribuir al desarrollo de una cultura de cuidado y protección a las áreas naturales entre turistas, comunidades y empresarios y promover el cambio de racionalidad de los residentes y visitantes respecto al valor de la naturaleza y los servicios ambientales derivados de ella.

La concepción de desarrollo sustentable aplicada al turismo exige conservar los recursos naturales, históricos y culturales y de otro tipo, para su uso continuado en el futuro, reportando beneficios para la sociedad actual. Al mismo tiempo, es necesaria la planificación y gestión del tiempo de tal forma que no cause problemas ambientales o socioculturales en la zona de turismo, o sea; obtener el máximo beneficio a través de la triple rentabilidad<sup>12</sup>. También la calidad ambiental global en la zona turística se sabe mantener y mejorar donde sea necesario, así como con el fin de un alto nivel de satisfacción turística de forma que los destinos retengan su competitividad a largo plazo; repartiendo ampliamente los beneficios del turismo para toda la sociedad y generando acuerdos entre los implicados para la conservación de la sustentabilidad, (Bigné *et al.*, 2000).

La misión de la geografía económica es la explicación de lo que hace diferente a lugares por características y condiciones de desarrollo de la población aceptada y cómo los lugares subdesarrollados pueden evolucionar hacia situaciones de desarrollo valorando directamente, o con ayuda externa, sus potencialidades.

La teoría marshalliana nos dice que un fuerte crecimiento económico se da cuando las actividades económicas y la población tienden a comprometerse.

Las economías periféricas en este mundo globalizado se encuentran en un estado de búsqueda recurrente de opciones que contribuyan al desarrollo de las poblaciones locales, que orilladas por la presión insaciable de las leyes de mercado y con políticas públicas subordinadas a los intereses de los grandes capitales extranjeros pueden encontrar en el turismo de naturaleza una vía para su crecimiento y desarrollo en la escala local.

---

<sup>12</sup> Una compañía u organización analiza los efectos sociales, ambientales y económicos de su desempeño sobre el entorno más amplio, comienza a mejorar su desempeño e informa públicamente su progreso.

## **Emprendimiento turístico**

Un negocio emprendedor es aquel que tiene como objetivos principales la rentabilidad y el crecimiento. Por lo tanto, lo que caracteriza a un negocio son las estrategias innovadoras, el rápido crecimiento y la posibilidad de adquirir un gran capital. Un emprendedor comienza y maneja un negocio por muchas razones, incluyendo algún logro, ganancias y crecimiento. Tal persona se caracteriza principalmente por un comportamiento innovador que implementa las buenas prácticas en el manejo de su negocio. Pero son los emprendedores los que marcan el rumbo de una empresa (Megginson, 1994).

El nivel de emprendimiento en actividades turísticas en México es lamentablemente bajo debido principalmente a la falta de compromiso, tanto de los pobladores como de sus gobernantes (incluyendo a la población joven del país) y al desaprovechamiento de los recursos naturales y culturales, además de la falta de ingresos públicos para la inversión; por lo tanto, la mayoría de las empresas receptoras del turismo en México son extranjeras, esto aumenta el número de jóvenes asalariados pero al mismo tiempo baja el nivel de emprendimiento en pymes turísticas con recursos propios.

## Responsabilidad social empresarial

La Responsabilidad social empresarial (RSE) tiene sus orígenes con la Revolución Industrial, pero no fue sino hasta finales de los años cincuenta cuando adquiere mayor fuerza ligada a la Guerra de Vietnam, siendo las empresas estadounidenses los principales actores de ésta nueva modalidad empresarial. En aquel tiempo se trató, básicamente, de una reacción social ante determinados comportamientos de empresas multinacionales que asumían la obtención de beneficios y, por tanto, el incremento del valor de sus posibles participaciones sociales, como el único fin de la empresa: un fin superior e independiente de las posibles consecuencias sociales o medioambientales, normalmente negativas, que su actividad pudiera provocar en su entorno. Actualmente la RSE inserta una nueva lógica a las empresas, ya no solo la conciben como agente económico egoísta y aislado, sino también como ente social, integrado en un contexto que inevitablemente acaba por repercutir en él; como parte integrante del mismo sistema social, y que, por tanto, debiera incluir en sus

principios de gestión, la sostenibilidad social y medioambiental de un medio del que forma parte y al que va ligado indisolublemente. Por tanto, se puede definir a la RSE como un compromiso estable y duradero de integración voluntaria en la gestión integral de la empresa, no solo de las obligaciones reglamentarias y convencionales en un marco de buenas prácticas, sino yendo más allá del conjunto de intereses sociales, medioambientales, locales y éticos presentes en la sociedad, conciliándolos en un enfoque global de calidad y viabilidad (Calvo, 2009).

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El municipio en México es el último eslabón de la jerarquía representativa del gobierno, cuya principal función es la elaboración de la planeación del desarrollo a escala local comunitaria.

El desarrollo no se reduce a la realización de proyectos individuales, el desarrollo necesita la animación y la movilización de sus actores locales, por lo tanto, una estrategia política para el desarrollo local debería nacer del reconocimiento de las peculiaridades de los diferentes sistemas locales que configuran el territorio del que ellos tienen la responsabilidad política con el fin de definir iniciativas a medidas para cada uno de ellos. Éstas deberían mirar a valorar las potencialidades locales haciendo surgir las fuerzas locales latentes.

Si la teoría marshalliana nos dice que un fuerte crecimiento económico se da cuando las actividades económicas y la población tienden a comprometerse, entonces las administraciones regionales y locales deben conformarse como los centros de decisión más cercanos a los problemas y atender las necesidades de su gente y su territorio. Aquí entonces es muy importante la participación de los principales actores locales para abrirse camino a la creación de empresas generadoras de puestos de trabajo, que ayudan a reducir las tasas de desempleo en el territorio, además de diversificar y potenciar los sectores productivos, dando paso al desarrollo local.

El turismo convencional ha sido incapaz de impulsar el desarrollo de las comunidades rurales porque se desarrolla sin involucrar a la población local, además de ser una actividad generadora de impactos negativos. Los primeros proyectos que se implementaron en América Latina, han fracasado debido a que los proyectos estaban mal planificados, es decir, se realizaron sin estudios de capacidad de carga y no se implementaron para el beneficio directo de los locales.



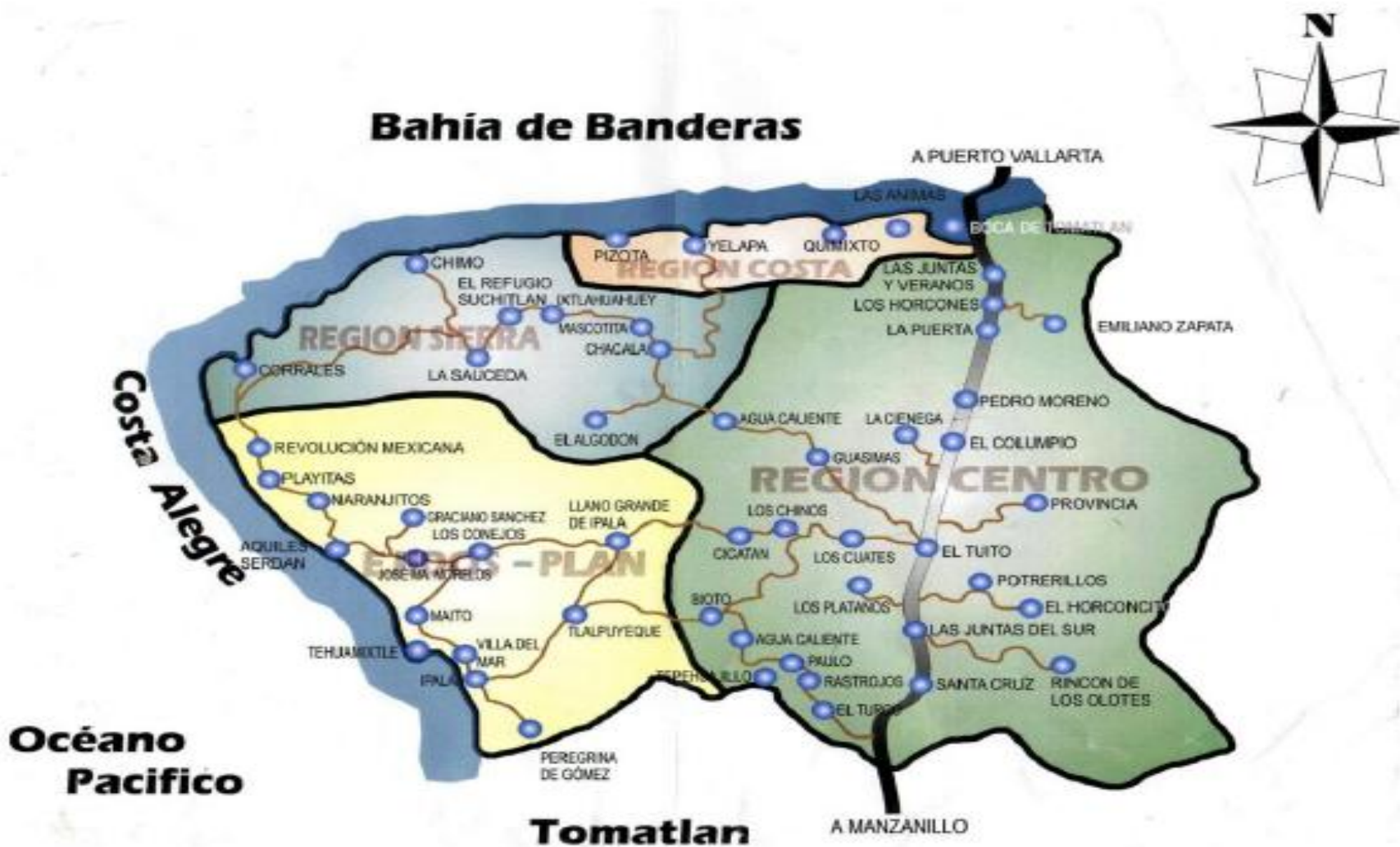
El turismo de naturaleza como detonante del desarrollo local en un municipio dado como el de Cabo Corrientes se apega más a lo sustentable por ser uno de los pocos municipios que aún conservan su riqueza natural y cultural, además de que presenta elementos importantes que pueden ser aprovechados para el desarrollo de las comunidades locales, puesto que el desarrollo sustentable nos exige satisfacer nuestras necesidades sin comprometer la satisfacción de las necesidades futuras; de ahí entonces que el binomio compuesto por desarrollo local y turismo de naturaleza podría aportar elementos relevantes para el progreso de un municipio como Cabo Corrientes.

La Agenda Desde lo Local, ha calificado al municipio de Cabo Corrientes con 32 indicadores en “verde” de los 39 de que califica, esto significa que el municipio da respuesta adecuada en la mayoría de los indicadores de los cuatro cuadrantes, frente a indicadores de marginación media (8º lugar en Jalisco de 124 municipios), un índice de desarrollo humano medio y población decreciente (DIF, 2009).

De ahí entonces que se planteen los siguientes cuestionamientos, para dar paso al análisis del desarrollo local del municipio de Cabo Corrientes a partir del turismo de naturaleza:

1. ¿Qué características presenta el territorio municipal en base a elementos sociodemográficos, económicos y ambientales, que constituyan oportunidades para el desarrollo turístico, especialmente el de naturaleza?
2. ¿Cuáles han sido los impactos sociales, económicos y ambientales de las pymes turísticas (turismo de naturaleza) que ya operan en el municipio de Cabo Corrientes?
3. ¿Cuál es la percepción de los habitantes del municipio de Cabo Corrientes, con relación al turismo de naturaleza?
4. ¿Qué fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existen con respecto al desarrollo del turismo de naturaleza en Cabo Corrientes?
5. ¿Qué nivel de emprendimiento en pymes turísticas tiene el municipio de Cabo Corrientes como actividad complementaria para el desarrollo?
6. ¿Qué nivel de responsabilidad social tienen las empresas de turismo de naturaleza en Cabo Corrientes?

# Mapa General del Municipio



Cabo Corrientes es uno de los tres municipios que integran la Región Costa Norte del estado de Jalisco, este mismo cuenta con una población de 9,034 habitantes (INEGI, 2005).

Este municipio forma parte de la región 09 denominada costa Norte que comprende también los municipios de Puerto Vallarta y Tomatlán, la extensión territorial de Cabo Corrientes representa 43.11% del litoral total de la región, siendo el de mayor extensión. El municipio de Cabo Corrientes alberga alrededor de 35 kilómetros de litoral en la parte sur de esta Bahía de Banderas comprende las comunidades indígenas de Chacala y de Refugio de Suchitlán, en ésta se encuentran algunas de las mejores playas de la bahía (Las animas, Quimixto, Caletas, Majahuas, Yelapa y Corrales) además es la parte que cuenta con mayor vegetación exuberante de la región (Chávez *et al*, 2005).

La geografía del territorio, integra varios elementos requeridos para la recreación y el ocio, formando así un escenario propicio para la elaboración de productos turísticos que coadyuven al desarrollo de la actividad empresarial de este giro a pequeña escala y, soportando las acciones de dicha práctica a través del manejo de recursos naturales de manera sostenible.

La riqueza natural del paisaje formado por una diversidad de flora y fauna, mantos acuíferos conformados por lagunas estuarinas y un litoral de aproximadamente 108 kilómetros de longitud con un ancho de playa de alrededor de 50 metros, montañas selváticas, mesetas y pequeños valles que posibilitan su integración para un producto turístico diverso. En cuanto a su riqueza cultural, cabe mencionar que es uno de los municipios en México en los cuales se pueden encontrar vestigios arqueológicos que manifiestan la presencia del hombre desde hace varios siglos y, con una cultura viva compuesta por cinco comunidades indígenas que le dan un sello distintivo al territorio y sus formas de vida (Chávez, *et. al.*, 2005).

Las principales actividades económicas que se desarrollan en Cabo Corrientes son la agricultura, la ganadería, la pesca, y a menor escala la industria artesanal de la elaboración de la raicilla.

Esta unidad territorial está considerada como un municipio en el que sus recursos naturales y culturales, además de abundantes, son diversos y con una singularidad endémica, que le confiere un alto grado de riqueza biocultural.

## **JUSTIFICACIÓN**

Promover la actividad turística dentro de una región tan basta como lo es el municipio de Cabo Corrientes es aprovechar los recursos y potenciarlos hacia el desarrollo para la actividad turística, además de que permite que la gente local se involucre en acciones para revalorar lo que se ha ido perdiendo gracias a la monotonía y cotidianidad de saber que los recursos están pero no se aprovechan; y también que cuando se integran a la planeación y se apropian de los planes y programas facilitan su implementación.

Teniendo no solo el consentimiento, si no la participación y la confianza de los pobladores, es así como se da paso a la creación de PyMes que no sólo llegan a cubrir un mercado sino que son parte estratégica de la política de estado, pues tienen la ventaja de requerir poco capital de inversión y desarrollarse localmente, frenando los flujos de migración interna hacia las ciudades, además de que de dichas empresas se generan empleos directos estables.

## **HIPÓTESIS**

El desarrollo local endógeno en una región dada es posible a través de la planeación participativa de los actores locales para la apropiación y el aprovechamiento adecuado de los recursos que contiene el territorio, a la vez que permite la integración de una actividad complementaria para el fortalecimiento del progreso de la población local y esta puede ser el emprendimiento de PyMes de turismo de naturaleza soportado en el paradigma de la sostenibilidad.

La gente local lo percibe como benéfico a partir del modelo contiguo de “sol y playa” en Puerto Vallarta y Rivera Nayarit y por el sur a la “Costa Alegre”. Existen empresas que tienen un impacto local significativo en lo social, económico y ambiental.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general:**

Analizar el desarrollo local del municipio de Cabo corrientes a partir del turismo de naturaleza.

### **Objetivos específicos:**

- Caracterizar el territorio con base a elementos sociodemográficos, económicos y ambientales y, de ésta manera, identificar la oferta turística del municipio de Cabo Corrientes.

- Evaluar los impactos sociales, económicos y ambientales de las pequeñas y medianas empresas de turismo de naturaleza en el municipio de Cabo Corrientes.
- Evaluar la percepción social de los habitantes del municipio de Cabo Corrientes con relación al turismo de naturaleza.
- Determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para el desarrollo local del turismo de naturaleza, en el municipio de Cabo Corrientes.
- Medir el nivel de emprendimiento en pymes turísticas como actividad complementaria para el desarrollo.
- Evaluar la responsabilidad social empresarial de las pymes de turismo de naturaleza existentes en el municipio de Cabo Corrientes.

#### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:**

- La caracterización del territorio con base a elementos sociodemográficos, económicos y ambientales (físicos y biológicos), se realizó de acuerdo a trabajos previos (Chávez et al., 2005) y recursos identificados disponibles en la red (SETUJAL, 2010), así como los documentos elaborados por Contreras (2009), identificándose los atractivos focales y complementarios.
- La evaluación de las pymes se realizó con base a la aplicación de SECTUR (2007) para evaluar social, económica y ambientalmente, el impacto de las actividades del turismo de naturaleza, en ésta ocasión aplicado al municipio de Cabo Corrientes. Tomando como base todas aquellas localidades donde existe por lo menos una empresa de turismo de naturaleza, quedando las siguientes: “Rancho La Primavera” (Las Guásimas); “Hacienda El Divisadero” (Las Guásimas); “Hotel Cabañas El Cielito” (Villa del Mar); “Cabañas El Buque” (Villa del Mar); “Cabañas El Ocaso” (Villa del Mar); “Canopy Tour Los Veranos” (Las Juntas y Los Veranos); “Canopy Indio Paraiso” (Las Juntas y Los Veranos); “Rancho Altamira” (El Tuito); “Hotel Lagunita” (Yelapa) y, “Jardines Botánicos de Puerto Vallarta”. (*Ver encuesta en anexo I*).

- La aplicación de encuestas para evaluar la percepción social con relación al turismo de naturaleza en el municipio de Cabo Corrientes, así como determinar la disposición a participar en actividades turísticas, se realizó con base a la aplicación de SECTUR (2007). Para efectos de establecer un número adecuado de encuestas aplicadas por localidad en el municipio de Cabo Corrientes se siguieron los siguientes criterios:

Las localidades se determinaron a partir del establecimiento de por lo menos una empresa turística registrada bajo el giro de actividad de turismo de naturaleza. Se calculó la población total de 15 o más años por localidad. Se establecieron tres grupos de edad, a partir de la segmentación cuantitativa de la población, quedando el grupo 1: 15 a 29 años; grupo 2: 30 a 49 años; grupo 3: 50 o más años, excluyéndose el grupo de 0 a 14 años. La distribución de encuestas por género obedeció a la proporción mayoritaria de 49% hombres y 51% Mujeres, detectando algunos casos donde la relación fue inversa y solo un caso (Las Guásimas) en la relación proporcional, fue atípica en un 58% Hombres y 42% Mujeres. El número total de encuestas determinadas por localidad obedeció a la relación siguientes: de 1 a 50 habitantes = 3 encuestas, de 51 a 500 habitantes = 6 encuestas y de 501 a 5,000 habitantes = 12 encuestas. Obteniendo la siguiente vitrina metodológica: (*ver encuesta en anexo II*)

| Municipio       | Localidad                | Población Total | POB. 15 ó > años | Gpo. 1 (15-29) |   | Gpo. 2 (31-49) |   | Gpo. 3 (50 ó >) |   | total |
|-----------------|--------------------------|-----------------|------------------|----------------|---|----------------|---|-----------------|---|-------|
|                 |                          |                 |                  |                |   |                |   |                 |   |       |
| Cabo Corrientes | El Tuito                 | 2,836           | 1,890            | 2              | 2 | 2              | 2 | 2               | 2 | 12    |
|                 | Las Juntas y los Veranos | 517             | 344              | 1              | 1 | 1              | 1 | 1               | 1 | 6     |
|                 | Las Guásimas             | 39              | 26               | 1              | - | -              | 1 | 1               | - | 3     |
|                 | Yelapa                   | 715             | 476              | 1              | 1 | 1              | 1 | 1               | 1 | 6     |
|                 | Pedro Moreno             | 24              | 16               | 1              | - | -              | 1 | 1               | - | 3     |
|                 | Ipala                    | 175             | 115              | 1              | - | -              | 1 | 1               | - | 9     |
|                 | Villa del Mar            | 128             | 85               | 1              | - | -              | 1 | 1               | - |       |
|                 | Tehuamixtle              | 81              | 57               | 1              | - | -              | 1 | 1               | - |       |

- Con los resultados obtenidos se realizó el análisis FODA (es una metodología de estudio de la situación competitiva de la situación externa y de las características internas situación interna de una empresa u organización, a efectos de determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) y, a partir de ahí, se establecieron lineamientos de acción para el desarrollo local (Rodríguez, 2001).
- Se midió el emprendimiento de las personas locales en base a pymes, a través de encuestas procesadas con el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Los principales indicadores que se utilizaron para medir el emprendimiento fueron: las principales actividades económicas de la comunidad, participación de la comunidad en la toma de decisiones del turismo de naturaleza realizado en el municipio, programas y/o acciones que se han llevado a cabo, sectores en los que se deben invertir los recursos públicos y el interés de la comunidad por emplearse en el turismo (como actividad principal o complementaria).
- Se evaluó la responsabilidad social empresarial de las pymes de turismo de naturaleza existentes en el municipio, utilizando el software ADVALUA, que es una herramienta de responsabilidad social empresarial de la economía social, para la elaboración de evaluación, seguimiento y memoria de sostenibilidad.

## RESULTADOS

### Caracterización del territorio municipal

Con la caracterización del territorio en base a elementos sociodemográficos, económicos, ambientales y, la identificación de los recursos en base a su valor turístico se obtuvo la siguiente información:

Cabo Corrientes forma parte de la Cuenca de Pacífico en el estado de Jalisco y está enclavado en el corazón de la Bahía de Banderas. El municipio de Cabo Corrientes tiene una extensión territorial de 2,001.06 kilómetros cuadrados, que representan el 0.10 por ciento de la superficie nacional y el 2.49 por ciento de la superficie estatal. Además este municipio cuenta con 72 kilómetros de litoral que representan el 21.05 por ciento de los 341 kilómetros de litoral con que cuenta el estado de Jalisco. El litoral de este municipio es además el de mayor extensión de los demás municipios que conforman la costa de Jalisco (Puerto Vallarta, Tomatlán, La Huerta y Cihuatlán. Éste municipio cuenta con un grado medio de desarrollo humano y como dato adicional, el 43.1% de la población en Cabo Corrientes utiliza carbón o leña como combustible para cocinar. (SETUJAL, 2010).

| Ultimo conteo de población y vivienda (INEGI, 2005) |            |                         |
|---|------------|-------------------------|
|   | Habitantes | Valor en porcentaje (%) |
| <b>Población total</b>                              | 9,034 Hab. |                         |
| <b>Hombres</b>                                      | 4,687 Hab. | 51.88%                  |
| <b>Mujeres</b>                                      | 4,347 Hab. | 48.12%                  |

### *Vías de acceso (aéreo, terrestre y marítimo)*

- La transportación terrestre se efectúa a través de la carretera Guadalajara-Barra de Navidad-Puerto Vallarta (carretera 200).
- Cuenta con una red de caminos de terracería y brechas que comunican a las localidades con la cabecera municipal, pero en temporada de lluvias se interrumpe el acceso en muchas de ellas.
- La transportación aérea se puede realizar por medio del aeropuerto de Puerto Vallarta o a través de la aeropista de aterrizaje del propio municipio.



- La transportación foránea se lleva a cabo en autobuses de paso y transporte local.
- La transportación interna se realiza en vehículos de alquiler y particulares.
- La Transportación marítima se efectúa por medio de barcos y embarcaciones pequeñas (SETUJAL, 2010).

### *Importancia ambiental*

La importancia de la región para la conservación biológica a nivel nacional, está centrada sobre todo en la tortuga marina, sin embargo, fue nominada a nivel global como una ecorregión prioritaria del mundo, incluida en el programa de Global 200<sup>13</sup> y clasificada como parte de los bosques secos de Jalisco (NT 0217), dentro de los bosques tropical y subtropical de hoja latifoliada en el neotrópico, considerado como uno de los dos bosques de mayor biodiversidad en el mundo, sin paralelo en México (Olson y Dinerstein, 2002).

De entre las organizaciones que han estudiado o protegen a ésta región, están:

- CONABIO (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad). Cabo Corrientes forma parte de las áreas marinas (región marina No.25) y terrestres (región terrestre No. 63) prioritarias para la conservación en México.
- CONANP (Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas). El playón de Mismaloya es un Área Natural Protegida (ANP) ubicada principalmente en el municipio de Tomatlán pero que también abarca algunas comunidades de Cabo Corrientes. Importante porque protege a tres especies de tortuga marina.
- WWF (World Wide Fund for Nature). Desde su parte norte en la desembocadura del Río Colorado, el Golfo de California se extiende hacia el

---

- <sup>13</sup> Global 200. Es la lista de las ecorregiones identificadas por el World Wide Fund for Nature (WWF) como prioritarias para la conservación. El WWF asigna un estado de conservación a cada ecorregión; más de la mitad de las ecorregiones de la lista *Global 200* está clasificada como *en peligro*. Global 200 contiene en realidad 238 ecorregiones: 142 terrestres, 53 de agua dulce y 43 marinas.

sur unos 1,500 kilómetros hasta Cabo Corrientes, Jalisco, cubriendo una superficie de más de 800,000 km<sup>2</sup>. Sus aguas proveen una rica mezcla de nutrientes que a su vez soporta una inmensa concentración de plancton y, como consecuencia, una cadena alimenticia representada por numerosas poblaciones de peces, ballenas, delfines y aves marinas. Esta riqueza biológica genera el sustento para las poblaciones locales, con actividades productivas de pesca y turismo, entre otras.

#### *Infraestructura y servicios municipales*

- Cuenta con 34 localidades con servicio de Electricidad (CFE).
- La disponibilidad de agua subterránea en Cabo Corrientes es alta o subexplotada, al igual que el agua superficial.
- Se cuenta con servicio telefónico en la mayoría de las poblaciones del municipio, mientras que la señal de celulares es débil en la mayor parte del municipio, cuenta con 16 casetas de telefonía rural.
- Cuenta con dos plantas de tratamiento de aguas residuales, 21 casas de salud, 4 unidades, 2 módulos, los cuales abastecen las necesidades de 9,279 derechohabientes. Mientras que la infraestructura del ISSSTE atiende a 277 derechohabientes. Cuenta con 2 sucursales de correo Postal.
- 1 estación terrena de la red de televisión EDUSAT para abatir el rezago educativo en educación, 1 para escuela técnica y 8 para telesecundaria.
- 1 administración de telégrafos. 1 aeródromo (SETUJAL, 2010).

*Recursos naturales y culturales del municipio de Cabo Corrientes.*

| <i>Recurso natural</i>  | <i>Descripción</i>  | <i>Recurso cultural</i>   | <i>Descripción</i>   |
|---|---|---|--|
| <p>Boca de Tomatlán</p>    | <p>Caleta rodeada de vegetación exuberante, de litoral rocoso en los extremos norte y sur y, de uso turístico, donde desemboca el río de Las Juntas. Existe un andador que permite el acceso por el borde varios kilómetros hacia el sur. Se encuentra en condiciones alteradas. Está ubicado en el Ejido Las Juntas y Los Veranos.</p> | <p>“Gran Patolli”</p>    | <p>Patolli en forma circular. Grabado en superficie de 3 x 2 m. Generalmente se asocia con el juego sagrado. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Chacala.</p> |
| <p>Cañón de Emiliano</p>  | <p>Zona alta del río Horcones, flanqueado por paredes de hasta seis metros de altura con rocas de tonos gris-azulosos. En temporada de lluvias el agua fría adquiere gran velocidad entre gargantas de hasta un metro de ancho. Su estado es conservado. Está ubicado en el Ejido Emiliano Zapata.</p>                                  | <p>“Patolli Tuito”</p>  | <p>Piedra con variedad de grabados en superficie de 1.80 x 2.30 m, destaca la figura denominada la silla de ruedas. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en El Tuito.</p>                  |

### Ensenada Corrales



Debe su nombre a la forma de “corral”. Se encuentra en el extremo sur de la bahía de Banderas. De difícil acceso que se hace por terracería o por mar. La playa es ancha y larga; arena de grano fino y claro, de aguas con tonos turquesa y oleaje moderado. Su estado es conservado. Está ubicado en Corrales.

### “La Triangular”



Junto con el Gran Patolli, este grabado es de los más grandes, con variedad de trazos unificados resalta su importancia arqueológica. Grabado en superficie de forma triangular de 2.50 x 1.80 m. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Las Guásimas.

### Bahía de Tehuamixtle







Delimitada al norte por la punta rocosa de Tehuamixtle y se continúa después de un paredón, por una extensa zona de playa. Con uso turístico moderado. Su estado es amenazado. Está ubicado en Tehuamixtle.

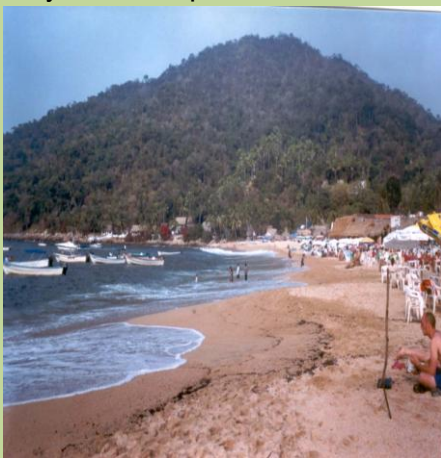
### “Mano de Tigre”



Varios grabados dispersos en toda la superficie de la piedra de 1.65 x 1.26 m. Se encuentra en condiciones regulares. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Las Guásimas.

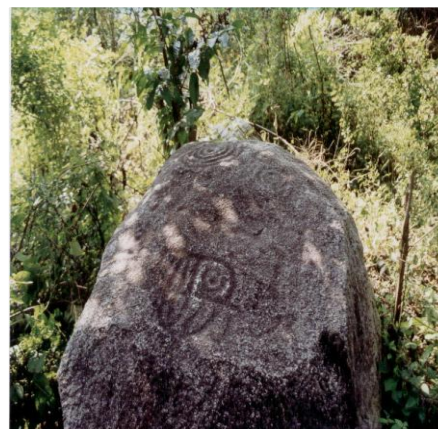
|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <p>“La Iglesia”</p>      | <p>Formación rocosa de 25 m. de ancho por unos 18 m. de altura, con dos ventanas separadas por una columna. Funciona como refugio de aves. El fondo rocoso permite el buceo y pesca. Tiene un estado natural. Está ubicado en Punta Iglesia.</p> | <p>“La Múltiple”</p>  | <p>Gran variedad de grabados en figuras y tamaños en piedra irregular de 4 x 3 m. Se encuentra en condiciones regulares. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Las Guásimas.</p>                |
| <p>Playa de Pizota</p>  | <p>Reducida en extensión y bordeada de palmares, es la entrada a un pueblo de pescadores. La arena es clara y de grano medio. Al sur desemboca un arroyo donde la playa se vuelve rocosa. Su estado es conservado. Está ubicado en Chacala.</p>  | <p>“La Iguana”</p>   | <p>Los grabados se ubican en la parte superior y en un extremo de la misma. Superficie 2.10 x 1.40 m. Se encuentra en condiciones regulares. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Chacala.</p> |

### Playa de Yelapa



Ancha y larga de arena dorada y grano grueso, oleaje moderado. Desemboca el río Tuito. Bordeada por cerros de vegetación exuberante. Con uso turístico. Su estado es alterado. Está ubicado en Yelapa.

### “La Mesita”



La piedra mide 1.20 X 2 m. aproximadamente. El petroglifo está asociado con una leyenda local. Se encuentra en condiciones regulares. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Santa Cruz de El Tuito.

### Norte del Playón de Mismaloya



Playa extensa y de ancho variable de tonalidad dorada y grano medio. Oleaje fuerte, zona de anidación de tortuga marina. Su estado es conservado y protegida. Está ubicada en Peregrina de Gómez.

### “Cactus”



Mide 2.50 X 1.30 m. Se localizó al interior de una casa habitación en el área del patio trasero, contiene varios grabados por toda la superficie de la piedra. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en Las Juntas y Los Veranos.

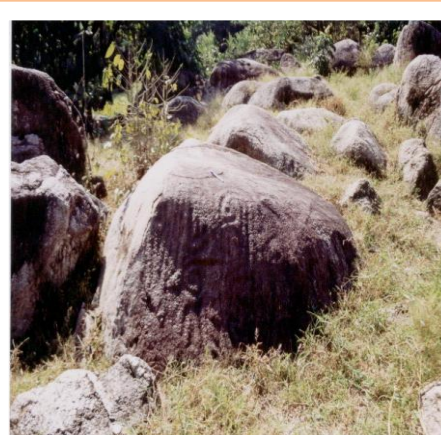
### Playa Villa del Mar



Zona donde una barra extensa de arena separa temporalmente la desembocadura del río Ipala hacia el mar.

Zona de anidación de tortuga marina. Su estado es conservado. Está ubicada en Villa del Mar.

### “El Monito”



Se encontró una piedra con varios grabados sobre una de las caras en zona rocosa. Las medidas son 2.10 x 1.40 m. Se encuentra en condiciones regulares. Está ubicado en Las Juntas y Los Veranos.

### Playa del Faro



Pequeña de oleaje fuerte delimitada por un paredón al norte y al sur por un acantilado rocoso a unos 60 msnm, donde se observa un paisaje espectacular. De difícil acceso. Su estado es natural. Está ubicado en Corrales.

### “Tablero”



Monolito de 5 x 2.80 m, con grabado de figura geométrica (cuadrado) a partir de puntos. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en Las Juntas y Los Veranos.

### Playa de la Boca de Tomatlán



Playa ancha de grano medio-fino, de uso turístico, donde desemboca el río de las Juntas. En temporada de lluvias hay gran aporte de arena y materia orgánica que vuelve el agua turbia. Su estado es alterado. Está ubicado en Mismaloya.

### Playa de Chimo



La zona frente al poblado es angosta y pedregosa con oleaje fuerte a moderado. En la parte sur de esta playa desemboca un arroyo que separa de una playa arenosa más extensa. Su estado es alterado. Está ubicado en Chimo.

### “El Barril”



Piedra con varios grabados dispersos en forma de círculos y espirales. Destaca una figura cilíndrica y en la parte superior remata con una figura que asemeja un penacho o fuego. La piedra mide 3.30 x 2.60 m. Se encuentra en condiciones regulares. Está ubicado en La Juntas y Los Veranos.

### “Escudo y Serpiente”



Estos grabados quizás sean los más interesantes del conjunto de petroglifos ubicadas en las pintadas, los grabados de esta piedra son más elaborados y de gran tamaño. Superficie 2.30 x 1.40 m. Se encuentra en malas condiciones. Está ubicado en Las Juntas y Los Veranos.



|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| <p>Playa Quimixto</p>  | <p>Localizada al sur en la bahía de Banderas, de arena dorada, grano medio y con oleaje moderado, donde desemboca el arroyo La Puerta. Con gran afluencia turística. Su estado es alterado. Está ubicada en Quimixto.</p>                          | <p>“Cuadrante”</p>   | <p>Grabados en forma de espiral y formando figuras cuadradas, se distinguen cuatro secciones y en conjunto conforman un cuadrado mayor. La piedra mide 1.70 X 2.20 m. Se encuentra en malas condiciones. Está ubicado en Las Juntas y Los Veranos.</p> |
| <p>Majahuas</p>       | <p>Se localiza en la parte sur de la bahía de Banderas. Playa de arena dorada de grano fino-medio y oleaje suave, bordeada por palmares. Con baja afluencia turística. Su estado es natural. Está ubicado en la comunidad Indígena de Chacala.</p> | <p>“La última”</p>  | <p>Los grabados son relativamente grandes y diferentes a la mayoría de los registrados en el municipio. Superficie de la piedra 4.10 x 2.80 m. Se encuentra en condiciones regulares. Está ubicado en Morelos.</p>                                     |

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <p>Corralitos</p>         | <p>De forma semicircular y borde pedregoso, se continúa con Corrales constituyendo la parte sur. Comunica a través de un sendero por encima del cerro que lleva al faro de Cabo Corrientes, con la playa del mismo nombre. Vegetación selva baja caducifolia. Su estado es natural. Está ubicado en Corrales.</p> | <p>“Sello”</p>                               | <p>Pieza de barro color café, con grabado de rostro animal (parecido a las representaciones del jaguar en otras culturas). Superficie aproximada de 6 x 8 cm. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Chacala.</p>                       |
| <p>Sierra del Tuito</p>  | <p>Flanquea el municipio al oeste con alturas cercanas a los 2000 msnm y es donde se forman la mayoría de las corrientes superficiales que forman los ríos que desembocan al mar en el municipio. Su estado es natural. Está ubicado en Provincia.</p>  | <p>Ex Hacienda de San José o del Tuito</p>  | <p>Situada entre la maleza y actualmente dentro de un asentamiento irregular se observan las ruinas de lo que fue la hacienda San José o de El Tuito, construida de piedra y adobe, a finales del siglo XIX. Se encuentra en malas condiciones. Está ubicado en El Tuito.</p> |

### Mirador "El Divisadero"



De difícil acceso y a unos 800 msnm, en su parte más alta cuenta con una formación de columnas rocosas de una altura de hasta 15m, de donde se puede observar la bahía de Banderas, la sierra y el río Tuito en su camino hacia el mar. Su estado es natural. Está ubicado en El Divisadero.

### "Chiltear"



Extracción y proceso de goma o resina del árbol del chilte o chicle que se utiliza para las artesanías. Esta tradición fue de gran importancia para la economía local, incluso se exportaba. Hoy se abastece lugares como Talpa. Su condición es regular. Está ubicado en Chimo.

### Salto "Agua Caliente"



Una vertiente del río Tuito provoca un salto de unos 3 m. de agua fría, sin embargo, en ese punto se mezcla con aguas termales de un venero por lo que se conoce como agua caliente. Su estado es natural. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Chacala.

### "Palapa en río"



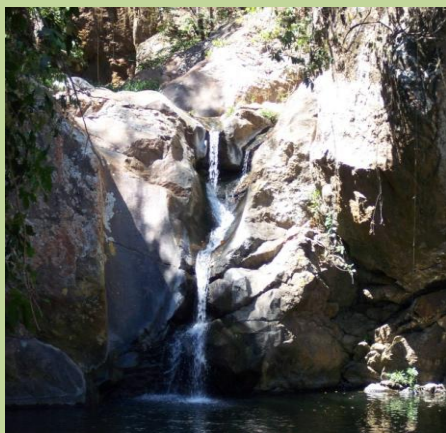
A diferencia de las palapas comunes, éstas son de dimensiones más pequeñas elaboradas para proporcionar sombra a las mujeres que lavan ropa en el río. Su condición es regular. Está ubicado en Chimo.

Cascada de Las Juntas y Los Veranos



Sobre un paredón de 6 m y una cortina de poco más de 2 m, se precipita agua fría y cristalina en una poza de 2m de profundidad. Su estado es natural. Está ubicado en Las Juntas y Los Veranos.

Chorro de Provincia



En un bosque de pino y con agua muy fría, cae a una altura de 3 m en una poza arenosa de poca profundidad. Su estado es natural. Está ubicado en Provincia.

“Chiro”



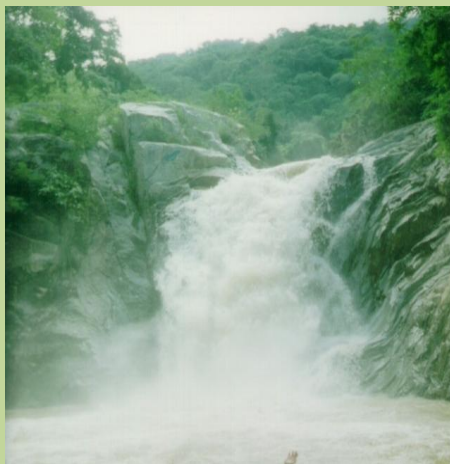
Embarcación de una sola pieza esculpida en madera de árbol de parota y cuya práctica es muy antigua. Su condición es regular. Está ubicado en Chimo.

“Taberna y Chiro” (“Raicilla”)



La taberna es donde se elabora la raicilla y el Chiro de parota es el recipiente o contenedor donde se machaca las piñas de agave tatemadas. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicada en Mascotita.

Cascada de Quimixto



Formado por el río La Puerta que forma varios saltos y en temporada de lluvias en su caída de cerca de 10m y una cortina de casi 5m, forma una nube de bruma y estruendo. Su estado es alterado. Está ubicado en Quimixto.

“Bonete”



Instrumento con que se realiza la destilación de la raicilla, se utiliza madera de higuera o parota. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en Mascotita.

Venero “Agua Caliente”



A un costado del río Tuito conocido como Agua Caliente, nace un pequeño venero de agua caliente que se conduce naturalmente al río y lo vuelve tibio. Se ha entubado para dirigir el agua a una alberca por la afluencia de visitantes locales. Su estado es alterado. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Chacala.

“Chiro y Mazo”



Los instrumentos empleados en las tabernas son de materiales locales como la madera de parota, roble o guayabillo. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en Mascotita.

### Venero Grande



En la zona existen unos 6 veneros termales que se han represado y la gente local utiliza para lavar y bañarse, permitiendo que siga corriendo el agua. El más grande llena una poza irregular rocosa de unos 4 m de largo. Su estado es alterado. Está ubicado en Tlalpuyeque.

### “Fosa o Pozo”



El pozo en realidad es un horno donde se tatama o asan las piñas de agave verde. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en El Cono.

### Bordo Ixtlahuahuey



Cuerpo de agua dulce casi rectangular localizado en una depresión. De 4 m de profundidad máxima, con peces y langostinos. De afluencia local. Su estado es natural. Está ubicado en Ixtlahuahuey.

### Taberna “El Cono”



Las tabernas por lo general se ubicaban cerca de un río por requerir de agua fría para la destilación y se construía con materiales locales y de manera muy rudimentaria. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en El Cono.

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <p>Río Los Horcones</p>   | <p>De cauce ancho y pedregoso, de los de mayor caudal en el municipio, con agua todo el año. Antes de llegar a las Juntas y Los Veranos adquiere este nombre. Su estado es poco degradado. Está ubicado en Las Juntas y Los Veranos.</p>  | <p>Taberna "Chacala"</p>  | <p>Está taberna aun trabaja en condiciones muy rudimentarias, destaca su sistema de acueducto a través de canaletas de carrizo. Se encuentra en malas condiciones. Está ubicado en Chacala.</p>                            |
| <p>Río "Las Juntas"</p>  | <p>Se caracteriza por la existencia de grandes rocas de tonalidades gris-verde, con gran cantidad de saltos y cascadas, de pendiente promedio elevada, forma pozas. Resultante de la confluencia de varios escurrimientos serranos por lo que es caudaloso. Su estado es natural. Está ubicado en Las Juntas y Los Veranos.</p> | <p>"Raicilla"</p>        | <p>Se extrae del cocimiento, la fermentación y destilación de la cabeza del mezcal o agave endémico, existen una variedad de productos como la punta, raicilla y la cola. Su estado es bueno. Está ubicado en El Cono.</p> |

### Marisma de Villa



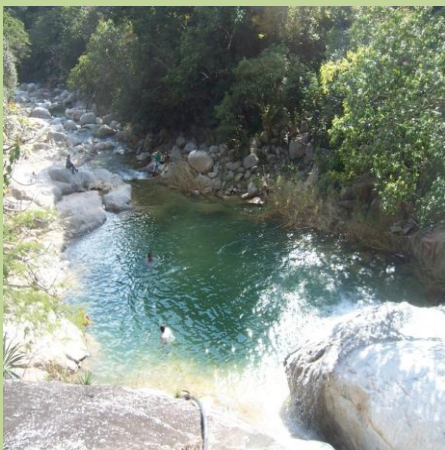
Embalse somero de agua salobre que separa la zona de playa y la porción continental, de ancho variable. Uso pesquero. Su estado es conservado. Está ubicado en Villa del Mar.

### “Corundos”



Tamal de masa elaborada con grano de maíz amarillo y envuelto con hoja de roble, se le relaciona con las corundas michoacanas. Su estado es bueno. Está ubicado en el Tuito.

### Poza Azul



Del extremo sur de la sierra El Tuito baja un brazo del río Piloto, después de un salto de 4 m donde se forma una poza de una profundidad de casi 3 m. de uso local. Su estado es natural. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Santa Cruz del Tuito.

### “Casas Típicas”



Construcción popular basada en la técnica de “pajarete” o “chinami”. Se utilizan materiales de la región y son térmicas. Aún se registran viviendas de fines del siglo XIX. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en la Comunidad Indígena de Chacala.



“Peregrina”



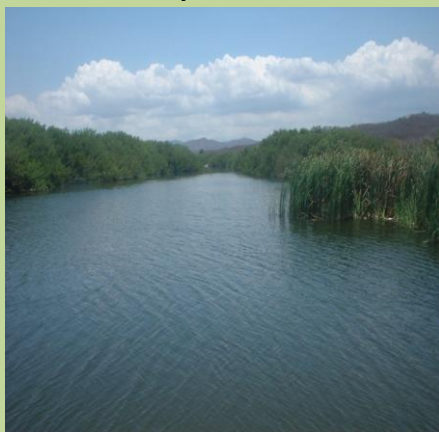
Al norte del estero la Boquita con unas 20 has de superficie, de agua salobre, permanece seca gran parte del año. Es alimentada por el río Ipala. De uso pesquero. Su estado es alterado. Está ubicado en Ipala.

“Alfarería”



Se producen ollas, cazuelas, cántaros, jarros, comales, múcuras y tinajas, utilizando el barro de la región que puede ser: rojo, naranja, amarillo o gris oscuro. Su estado es regular. Está ubicado en Paulo, Bioto, Santa Cruz y El Tuito.

Estero de Mayto



Bordeado por una franja de manglar bien desarrollado, con agua todo el año, de uso pesquero. Su estado es natural. Está ubicado en Mayto.

Talabartería



Elaboración de huarache, funda para machete y cuarta. Si bien aún se pueden encontrar estos objetos, lo cierto es que tienden a su desaparición. Su estado es regular. Está ubicado en El Refugio de Suchitlán.

Urraca Copetona



Ave gregaria de hasta 70 cm., de cola muy larga y bifurcada, cresta negra y larga, color de plumaje azul oscuro, garganta negra y pecho blanco. Abundante, endémica de México. Se encuentra en Ixtlahuahuey.

“El Faro”



Faro que fue construido por orden del Presidente Porfirio Díaz en 1875. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en Corrales.

Luis Pico Grueso



De pico grueso y negro, vientre amarillo, alas y cola café grisáceo de unos 30 cm. de largo. Residente abundante. (En peligro de extinción). Se encuentra en Guásimas.

Plaza Principal



En el típico primer cuadro de los pueblos testimonio del mundo rural mexicano. El kiosco como elemento principal destaca por su color y forma. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en El Tuito.

Luis



Mosquero grande y de cabeza ancha. Alas y cola café rojizo, vientre amarillo, cabeza rayada, negro y blanco con una mancha amarilla en la corona. Residente abundante. Se encuentra en Chacala.

Iglesia de El Tuito



Aunque su construcción no es de carácter histórico si refleja un estilo franciscano como si fuera parte de la tradición de las misiones. Integra al muro viejo en sus muros perimetrales. Se encuentra en buenas condiciones. Está ubicado en El Tuito.

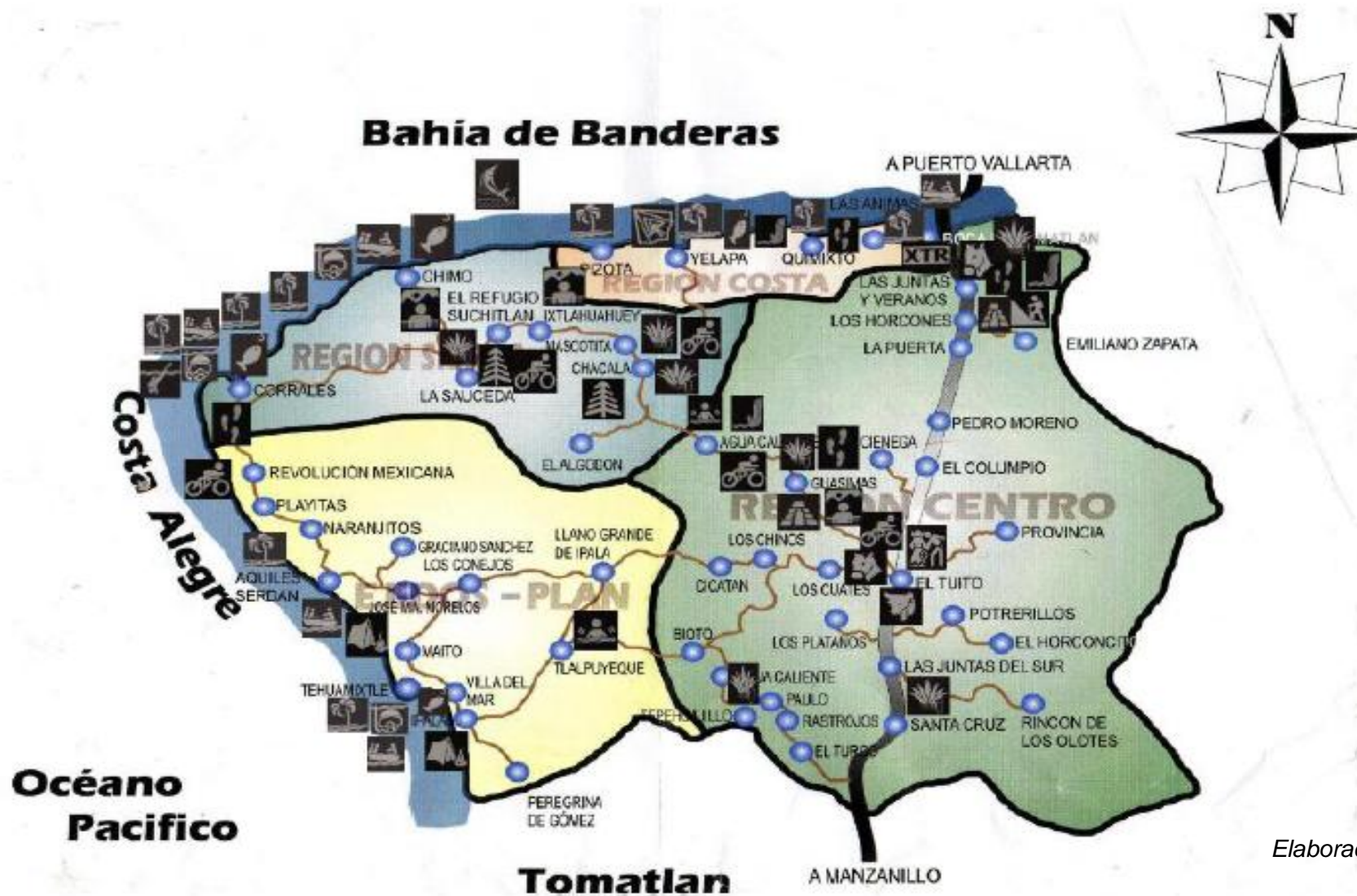
|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
| <p>Colorín Dorado, Azulejo</p>  | <p>Ave pequeña de 12 cm., macho de vientre amarillo y pecho dorado, cabeza y alas azules, corona verde. Se le observa en matorrales y en zonas abiertas en el suelo. Endémico de México. Residente abundante. Se encuentra en Rancho Santa Mónica.</p> | <p>“Pajarete” o “Chinami”</p>  | <p>Usanza indígena de construcción de viviendas a base de estructura de troncos, una malla de carrizos o varas y enjarre de lodo, cimientos de tierra y techo de teja. Su estado es regular. Está ubicado en El Tuito.</p>   |
| <p>Quelele</p>                  | <p>Ave grande de cresta negra y rostro rojo. Carroñera de plumaje llamativo con amplia distribución en la costa de Jalisco. Residente abundante. Se encuentra en Ixtlahuahuey.</p>   | <p>“Muro Viejo”</p>            | <p>No sólo se encuentra en el municipio de Cabo Corrientes, sino en toda la región ya que procede de los municipios serranos vecinos dedicados a la minería, se reconoce por la amalgama formada por piedra, pedazos de ladrillo y teja. Se encuentra en buenas condiciones.</p> |

*Elaboración propia a partir de datos del libro “Cabo Corrientes. Patrimonio Natural y Cultural” (Chávez et al, 2005)*

*(Ver demás recursos naturales en anexo III)*

*Se identificaron elementos 78 naturales, los considerados como focales son los sitios de anidación de tortuga marina y las aves en conjunto. Se han identificado cerca de 523 especies dentro del municipio, (reporte Rancho La Primavera, 2005) y 36 elementos culturales dentro del municipio de Cabo Corrientes. En patrimonio cultural todos los sitios relacionados con la elaboración de Raicilla (tabernas) y vestigios arqueológicos prehispánicos.*

# Mapa de Recursos Turísticos del Municipio de Cabo Corrientes



Elaboración propia.



### *Servicios de Turismo de Naturaleza*

El siguiente cuadro nos muestra el nombre de las empresas de turismo de naturaleza, su ubicación dentro del municipio y el criterio por el cual fue seleccionada para ésta investigación.

| Nombre                                  | Ubicación/<br>Comunidad  | Criterio de selección  |
|---|--------------------------|--|
| Rancho "La Primavera"                   | El Tuito                 | No se promociona como empresa porque no está registrada ante la secretaría de hacienda y crédito público, pero ofrece actividades de turismo de naturaleza, (como hospedaje y avistamiento de aves). |
| Hotel-Cabañas "El Cielito"              | Villa del Mar            | Realizan actividades de segmento de turismo de naturaleza y se promocionan como empresa turística ecológica.   |
| Canopy Tour "Los Veranos"               | Las Juntas y Los Veranos | Realizan actividades de segmento de turismo de naturaleza y se promocionan como turismo de aventura.   |
| Canopy "Indio Paraiso"                  | Las Juntas y Los Veranos | Realizan actividades del segmento de turismo de naturaleza y se promocionan como turismo de aventura   |
| "Rancho Altamira"                       | El Tuito                 | Realizan actividades de segmento de turismo de naturaleza (aún no se promocionan como tal).  |
| Cabañas "El Buque"                      | Villa del Mar            | Realizan actividades de segmento de turismo de naturaleza y (aún no se promocionan por falta de recursos).   |
| "Hotel Lagunita"                        | Yelapa                   | Realizan actividades de segmento de turismo de naturaleza y se promocionan como turismo ecológico.   |
| Cabañas "El Ocaso"                      | Villa del Mar            | Realizan actividades de segmento de turismo de naturaleza y (aún no se promocionan por falta de recursos).   |
| Hacienda "El Divisadero"                | Guásimas                 | Realizan actividades de segmento de turismo de naturaleza y (el rancho fue construido para la familia del propietario).  |
| "Jardines Botánicos de Puerto Vallarta" | Las Juntas y Los veranos | Venden educación ambiental a el público en general.  |

*(Ver descripción de empresas de turismo de naturaleza en anexo V).*

Las siguientes son las localidades del municipio de Cabo Corrientes que cuentan con los servicios de turismo de naturaleza mencionados arriba:

- El Tuito.

Es una localidad del municipio de Cabo Corrientes. Se localiza en un área montañosa por lo cual se encuentra aproximadamente a una altura de 1,085 msnm. La población total es de 2, 836 habitantes que representan un 31.39% del total del municipio, de los cuales 1,378 son hombres y 1,458 son mujeres. Sus principales actividades económicas son la [agricultura](#), [ganadería](#), la [industria](#), explotación forestal, la [pesca](#) y el [turismo](#). Su grado de marginación, hasta el 2005 fue bajo. Cuenta con una variedad de pequeños restaurantes de mariscos y antojitos mexicanos donde encontramos alimentos como el queso y la panela, las galletas y panes elaborados en horno de leña, la raicilla que es un mezcal extraído de 25 variedades de agave, derivados del dulce de la caña, atole de coco, corundos, camotes enmelados, chilte y café de Ixtlahuahuey, todos típicos de la región. El hotel boutique “Jardín del Tuito” ofrece un toque parisino a un pueblito típico colonial, además de casas rurales que ofrecen servicio de hospedaje. Entre los recorridos que se pueden hacer en El Tuito están: visitar la casa de la artesanía, visitar la Iglesia de San Pedro Apostol que aún conserva restos originales de la época colonizadora en su edificación, visitar la casa de la cultura donde se tiene la oportunidad de ver alguna representación de ballet folklórico de raíces mexicanas, además de un clásico paseo por una de las plazas más antiguas de México. En Guásimas, a sólo 10 minutos de la plaza, se pueden visitar los petroglifos de la época precolombina y así mismo visitar el Rancho La Primavera que oferta avistamiento de aves y la Hacienda El Divisadero que oferta servicio de restaurante y paseos a caballo.

- Las Guásimas

Es una población total de 39 habitantes, que representan el 0.43% de la población total del municipio, de los cuales 24 son hombres y 15 mujeres. Su grado de marginación hasta el 2005 fue alto. Es en ésta población donde se encuentra “El Rancho La Primavera” que no se promociona como empresa porque no está registrada ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), pero ofrece actividades de turismo de naturaleza, (como hospedaje y avistamiento de aves). El rancho la primavera se encuentra ubicado a sólo cinco minutos de el tuito, cabecera



municipal de cabo corrientes. No se vende como empresa, puesto que no está registrado ante la shcp, sin embargo, se ofrece avistamiento de aves y hospedaje a sus visitantes. Además de un buen servicio por parte de sus propietarios. La selva baja sub caducifolia, huertos orgánicos y una laguna son los recursos naturales con los que cuenta. su oferta turística consta de avistamiento de aves, huertos, senderos y hospedaje.

- Las Juntas y Los Veranos

Ésta población forma parte del municipio de Cabo Corrientes, Jalisco. Se ubica a una altura de 400 a 800 metros sobre el nivel del mar. Al norte colinda con el ejido de Boca de Tomatlán y Mismaloya, al sur con el ejido de Pedro Moreno y el de Emiliano Zapata, al oriente con la comunidad del Cuale y al poniente con la comunidad indígena de Chacala y la comunidad indígena de las Guasimas. Se encuentra ubicado en el kilómetro 192 sobre la carretera Barra de Navidad, Puerto Vallarta, Jalisco. Está poblado por 560 habitantes viviendo en 332 casas. Este ejido cuenta con 72 ejidatarios, de los cuales 90% son hombres y el otro 10% pertenecen a las mujeres de la comunidad. Sus principales actividades económicas son la agricultura y el turismo. Dentro de los cultivos destacan el maíz, sorgo, y guinea. Ganadería. Se cría ganado bovino, porcino, equino y el caprino, principalmente. Su grado de marginación hasta el 2005 fue bajo.

En el ejido de las Juntas y Los Veranos se encuentra el Canopy Tour Los Veranos, una empresa privada que realiza actividades del segmento de turismo de naturaleza, tales como el canopy y restaurante, además de que ellos mismos se promocionan como turismo de aventura. En las juntas y los veranos hay una sorprendente variedad de vida animal y vegetal. Situada a 1,600 metros por encima del mar, la jungla está clasificada como tropical de hojas caducas. Cuentan con líneas rápidas, llamadas cariñosamente "banana split", "speedy gonzalez" y "la gran enchilada", dichas líneas están diseñadas para ir, gradualmente, más rápido y más alto. Mientras que la velocidad asciende hasta 48 kilómetros por hora. La selva baja sub caducifolia y el río "Los Horcones" son sus principales recursos naturales.

- Tehuamixtle

Esta localidad forma parte del municipio de Cabo Corrientes en el estado de Jalisco. Se encuentra a 40 km de El Tuito, con camino de terracería, el trayecto aproximado es de una hora y media. Cuenta con una población de 81 habitantes que

representan el 0.90% de la población total del municipio, de los cuales 42 son hombres y 39 son mujeres. Pesca y cultivo del ostión. Su grado de marginación, hasta el 2005 fue alto.

La oferta turística es un conjunto de servicios y recursos (naturales, culturales o históricos), a ser disfrutados en un lugar y tiempo determinado, y cuyo objetivo es lograr una experiencia única de viaje satisfactoria para el turista.

- Yelapa

Es una población ubicada al sur de la bahía de banderas, a 40 minutos de Puerto Vallarta. Cuenta con una población total de 715 habitantes, que representan el 7.91 % del total del municipio, de los cuales 365 son hombres y 350 mujeres. Su grado de marginación, hasta el 2005 fue medio.

Es en ésta población donde se encuentra el Hotel del Mar (Hotel Lagunita), localizado a 40 km de Puerto Vallarta, donde realizan actividades del segmento de turismo de naturaleza y se promocionan como turismo ecológico. Éste Hotel se compone de 10 cabañas rústicas, servicio de restaurante y spa. El mar y la playa son sus principales recursos naturales. La oferta turística consta de hospedaje, restaurante, spa y kayaks.

- Villa del Mar

Se localiza dentro del municipio de Cabo Corrientes, Jalisco, aproximadamente a 60 km de la cabecera municipal El Tuito y a la cual se llega por medio de una brecha en regulares a buenas condiciones. Población total de 128 habitantes, que representan el 1.42 % del total del municipio, de los cuales 69 son hombres y 59 mujeres. Su grado de marginación, hasta el 2005 fue bajo. Dentro de ésta población se encuentra el Hotel-Cabañas “El Cielito”, en el cual realizan actividades del segmento de turismo de naturaleza, se promocionan como empresa turística ecológica. La Sociedad Cooperativa Ecológica Campesina de Responsabilidad Limitada (S.C.E.C.R.L.), Hotel-Cabañas “El Cielito”, inicia sus operaciones en el año 2006 recibiendo a sus primeros 30 visitantes. actualmente la cooperativa ofrece servicios de hospedaje y restaurante, así como actividades tipificadas dentro del turismo de naturaleza, no elaboradas como producto estandarizado, ya que en su mayoría se detallan de acuerdo a lo que los visitantes requieren en cada caso. El mar, la playa y el estero son sus principales recursos naturales con que cuenta Villa del Mar. Su

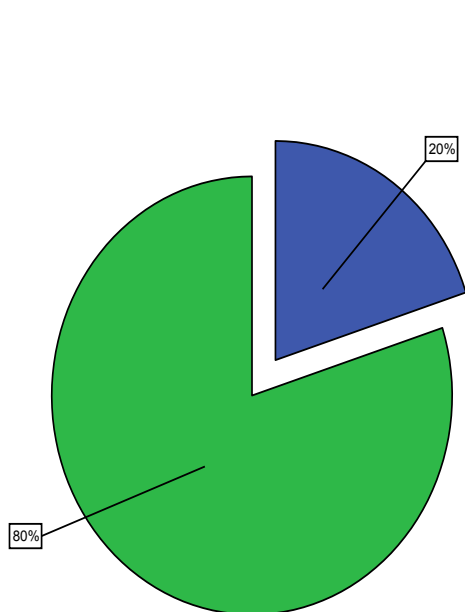
oferta turística consta de hospedaje, kayaks, voleibol y futbol playero, snorkel, visita campamento tortuguero, ordeña de vacas y recorridos locales.

### Impactos de las pymes turísticas

La evaluación de los impactos sociales, económicos y ambientales de las pequeñas y medianas empresas de turismo de naturaleza en el municipio de Cabo Corrientes y, se obtuvieron los siguientes resultados: (Ver tablas de frecuencias en anexo VI)

#### Impactos sociales

Tipo de empresa



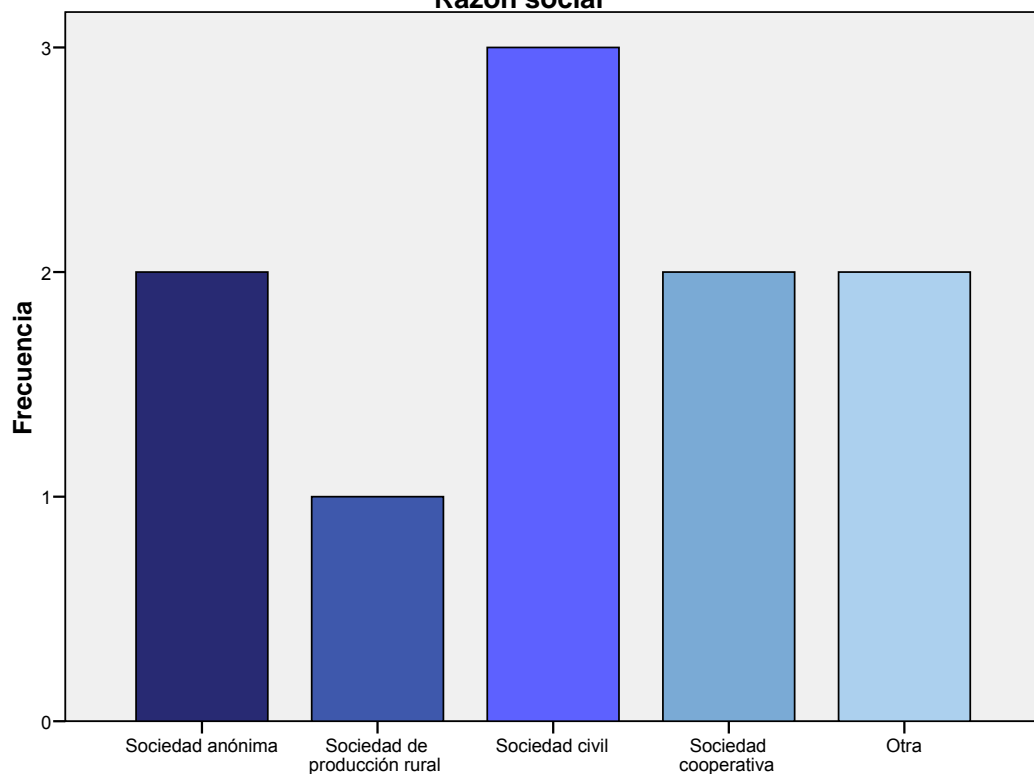
■ Empresa comunitaria  
■ Empresa privada

En Cabo Corrientes, el 80% de las empresas son privadas y solo el 20% son empresas comunitarias.

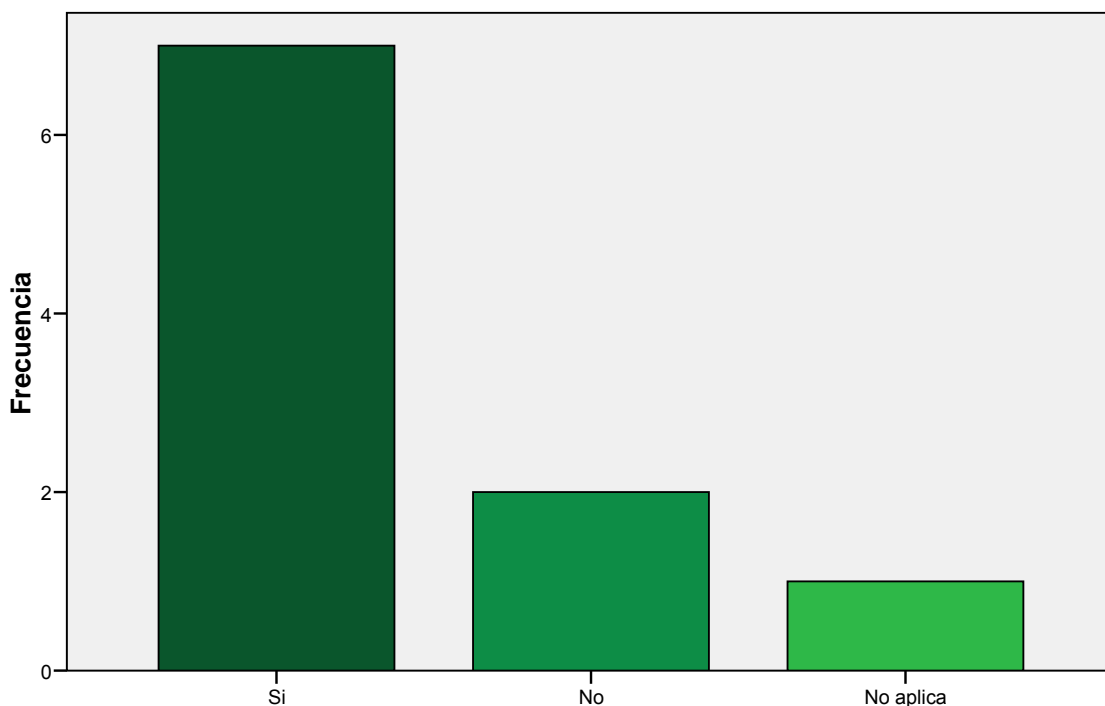
Cabe resaltar que el 40% de los empleados en empresas de turismo de naturaleza en Cabo Corrientes son locales (personas que actualmente viven en el municipio).

Aunque está muy diversificada la razón social de las empresas, se puede identificar que existen sociedades cooperativas con un tipo de tenencia de la tierra comunal para la Comunidad Indígena Chacala (Hotel Lagunita) y ejidal para el Ejido de Villa del Mar e Ipala (Hotel-Cabañas "El Cielito").

Razón social



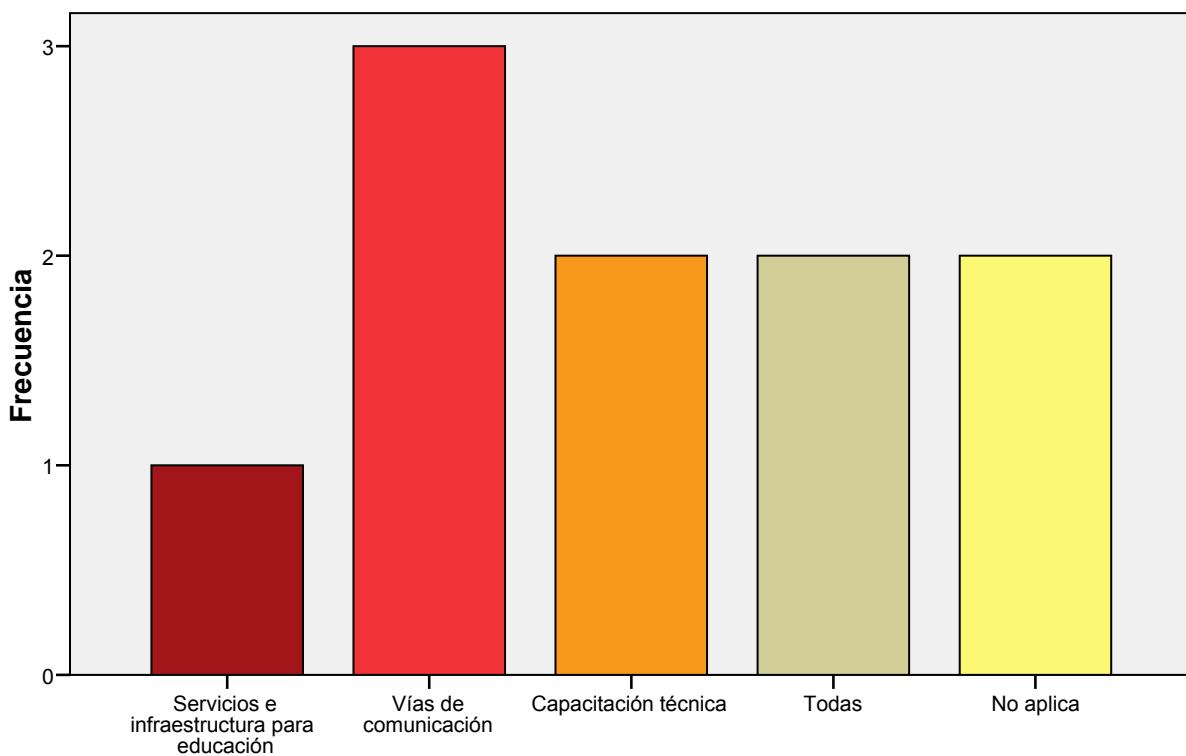
### Insumos desarrollados por la comunidad



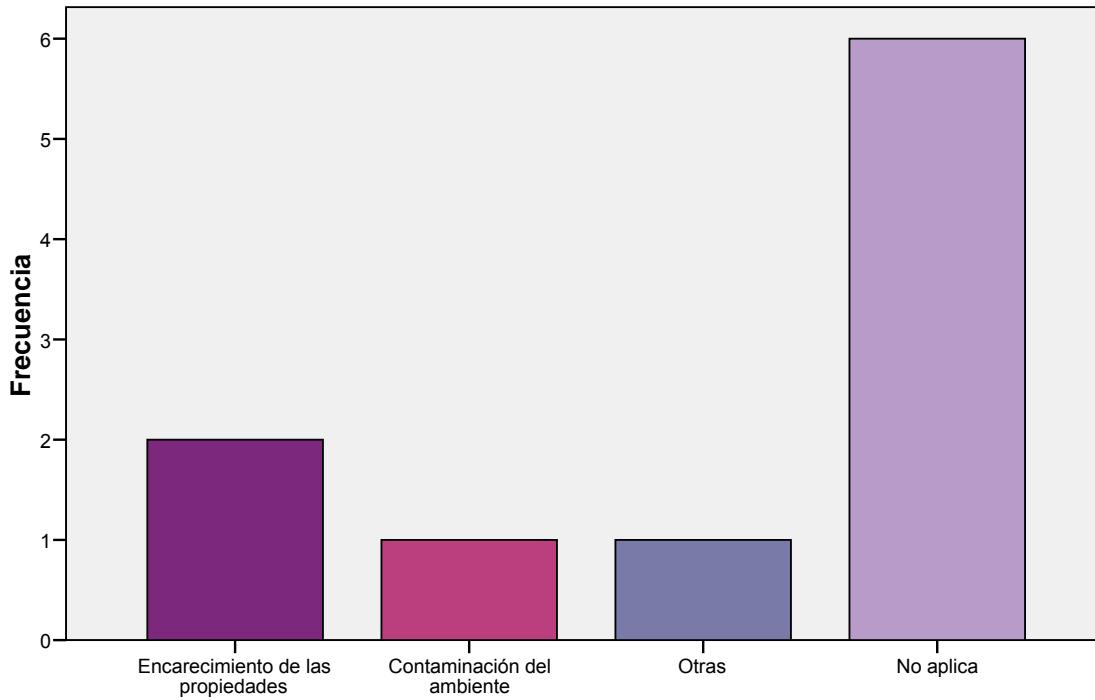
El 70% de los insumos alimenticios para las empresas son desarrollados por la comunidad.

### Aspectos en la comunidad que se han visto beneficiados por el turismo

Lo que más se ha beneficiado por el turismo son el aumento y mejora de las vías de comunicación.



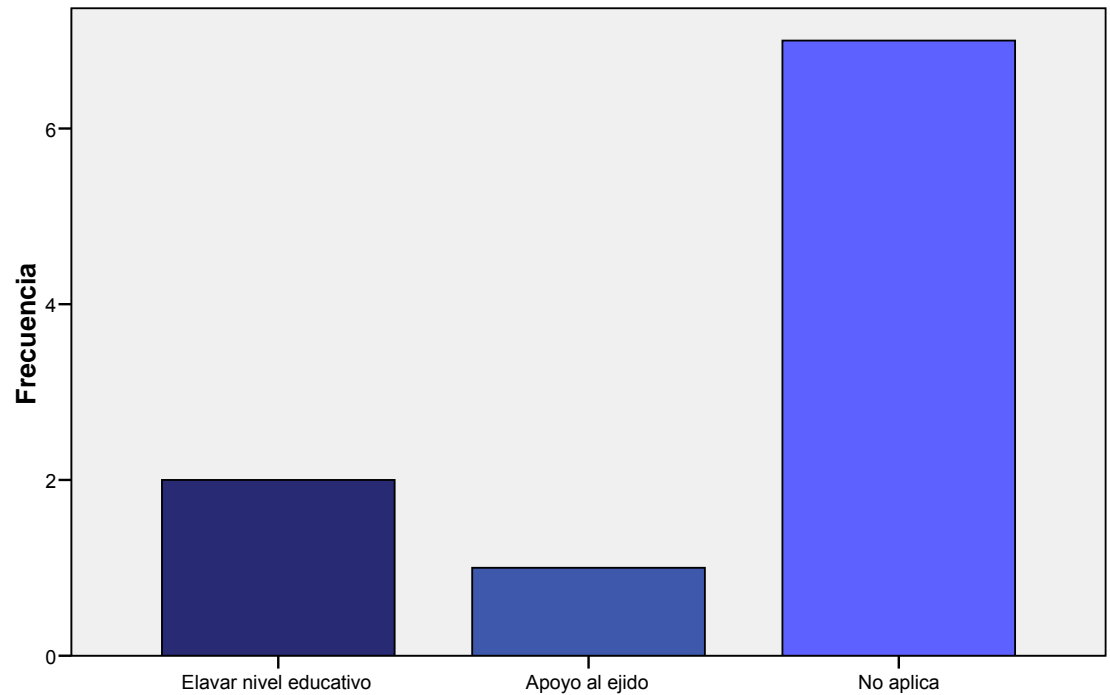
### Aspectos negativos que el turismo ha generado en la localidad



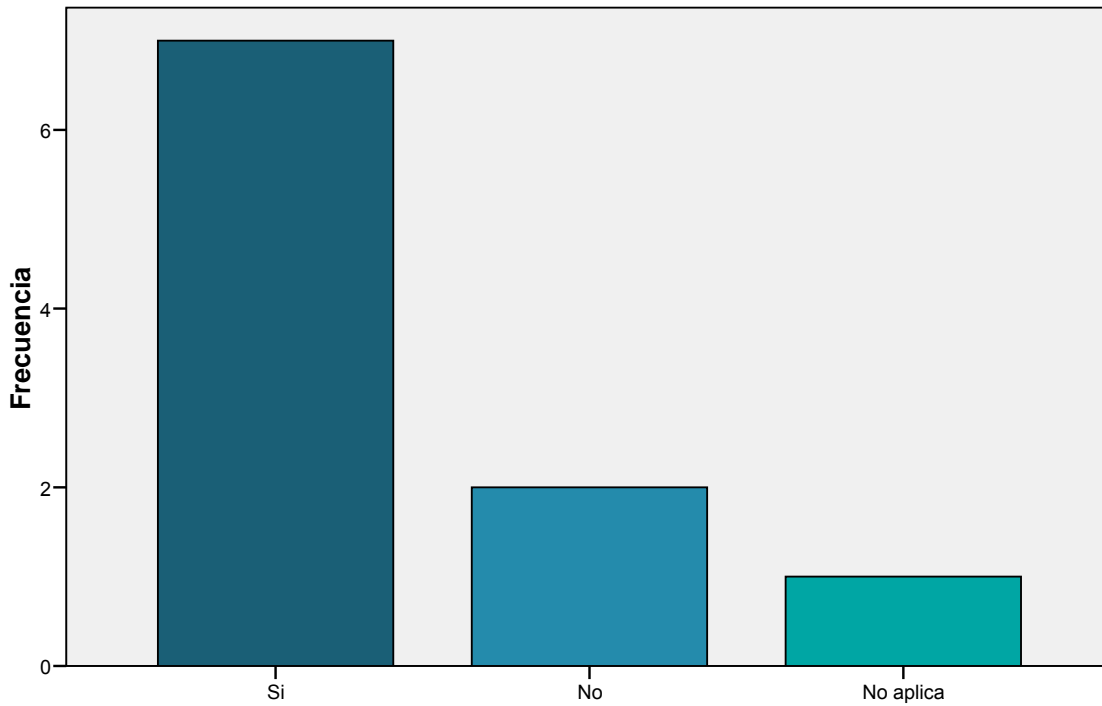
Entre los principales aspectos negativos que el turismo ha generado en la localidad, son el encarecimiento de las propiedades, seguido de la contaminación ambiental.

### Efectos sociales positivos del turismo en la comunidad

Entre los dos efectos positivos de la llegada del turismo a las comunidades son preparar recursos humanos de calidad para atender la demanda turística y por otro lado, más apoyos al ejido.

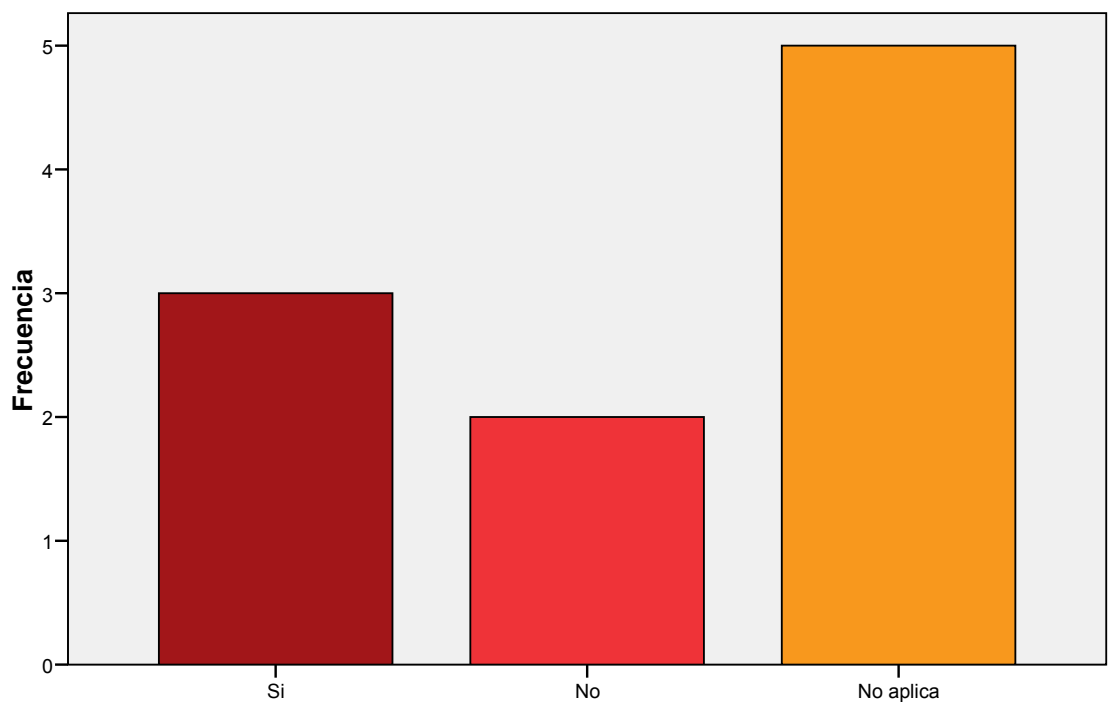


### Mejora de la situación social de los habitantes de la comunidad



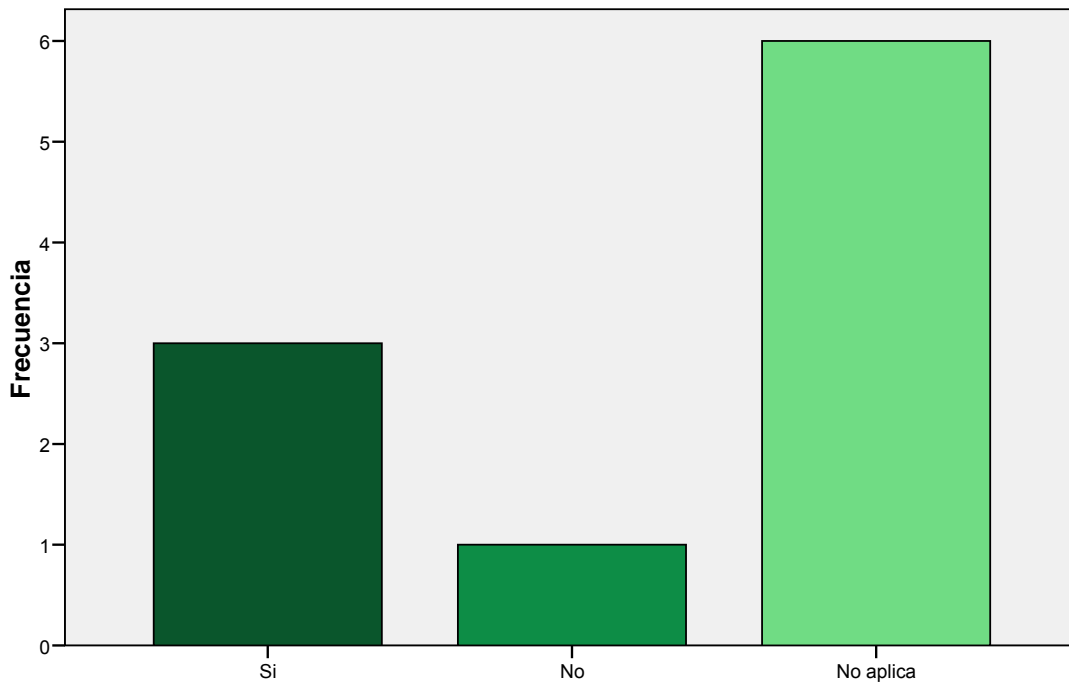
Más del 80% de las empresas opinan que los habitantes de las comunidades donde operan han mejorado su situación social con la llegada de ésta empresa a la comunidad.

### Asistencia a la comunidad por parte de la empresa



El porcentaje de asistencia a la comunidad por parte de la empresa es en un 30% afirmativo y un 20% negativo.

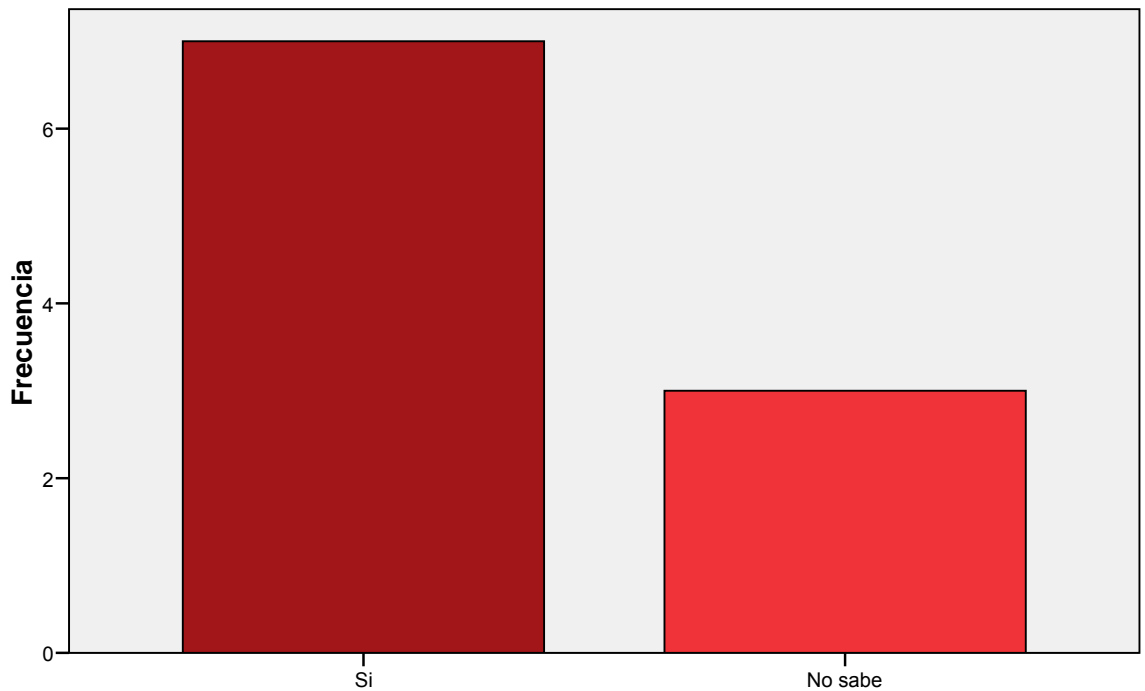
### Participación de la empresa en fiestas tradicionales de la comunidad



La participación de la empresa en fiestas tradicionales de la comunidad es afirmativa en un 30%.

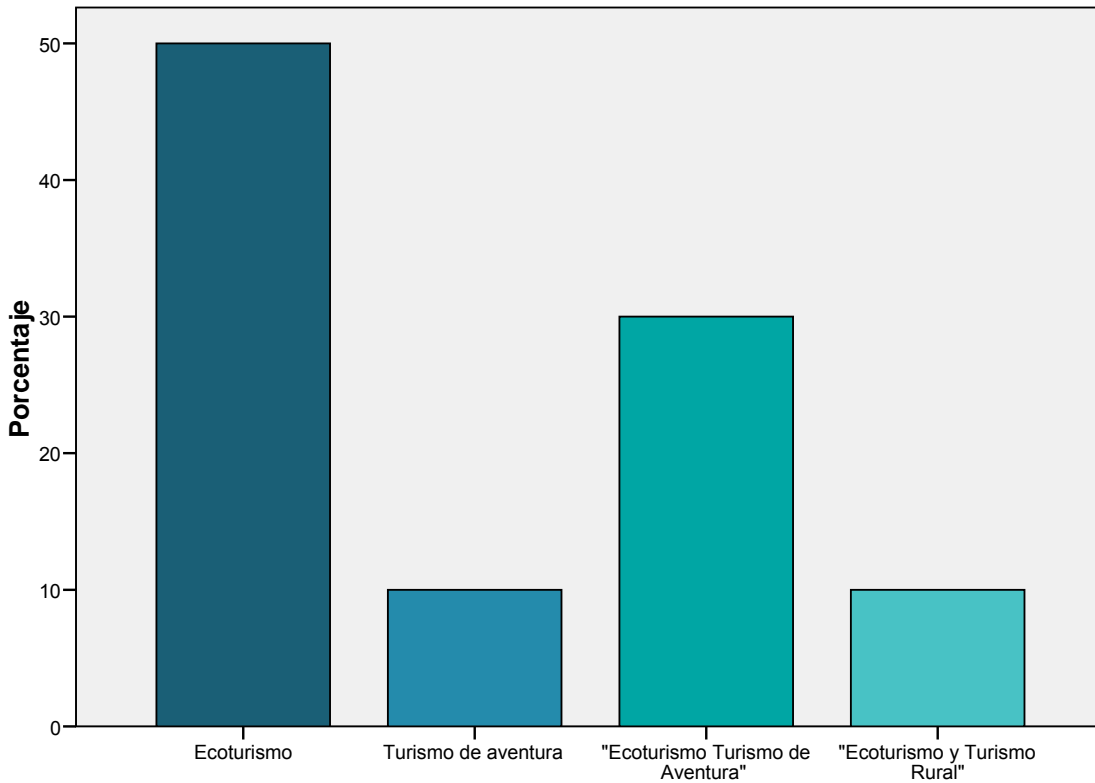
### Mecanismos que garantizan la igualdad en la selección, contratación y formación del personal de la empresa

Más del 60% de las empresas de TN utilizan mecanismos que garantizan la igualdad en la selección, contratación y formación del personal que labora en la empresa.



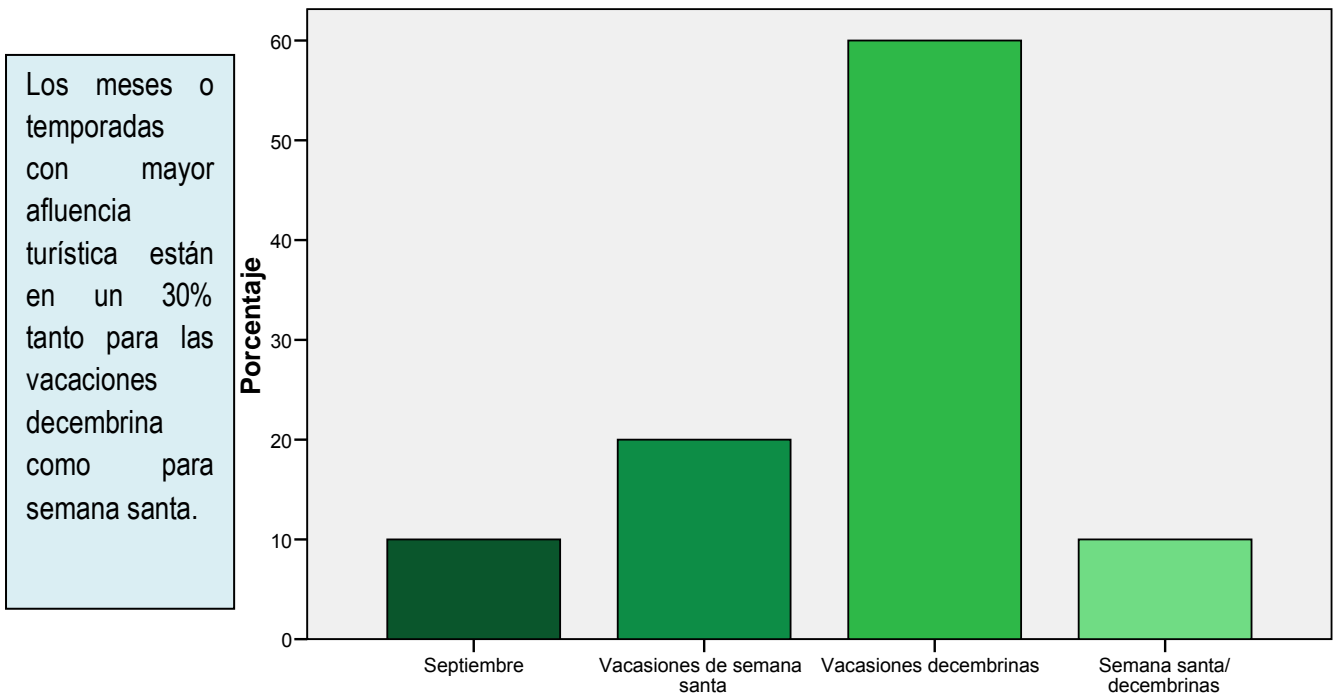
**Impactos económicos**

**Segmento al que corresponden las actividades turísticas que se desarrollan en el municipio de Cabo Corrientes**



El 50% de las empresas se dedican al segmento de ecoturismo, mientras que en un 30% a la combinación de ecoturismo y turismo de aventura.

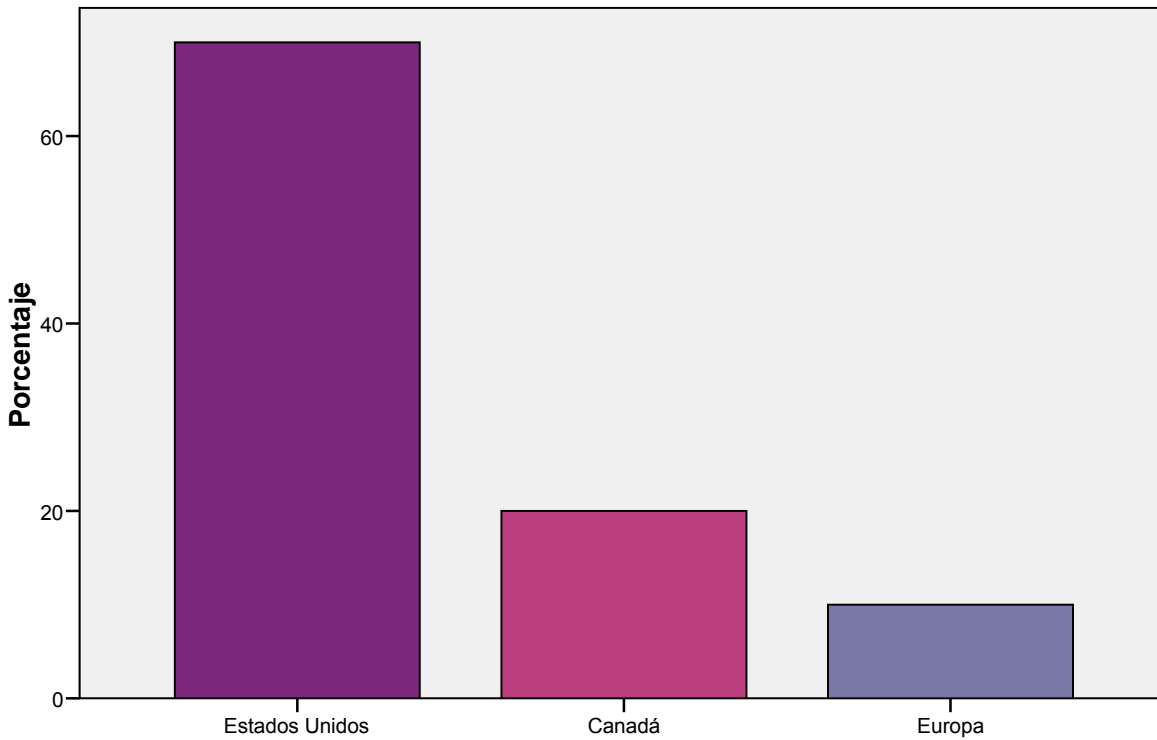
**Meses con mayor afluencia de visitantes**



Los meses o temporadas con mayor afluencia turística están en un 30% tanto para las vacaciones decembrinas como para semana santa.

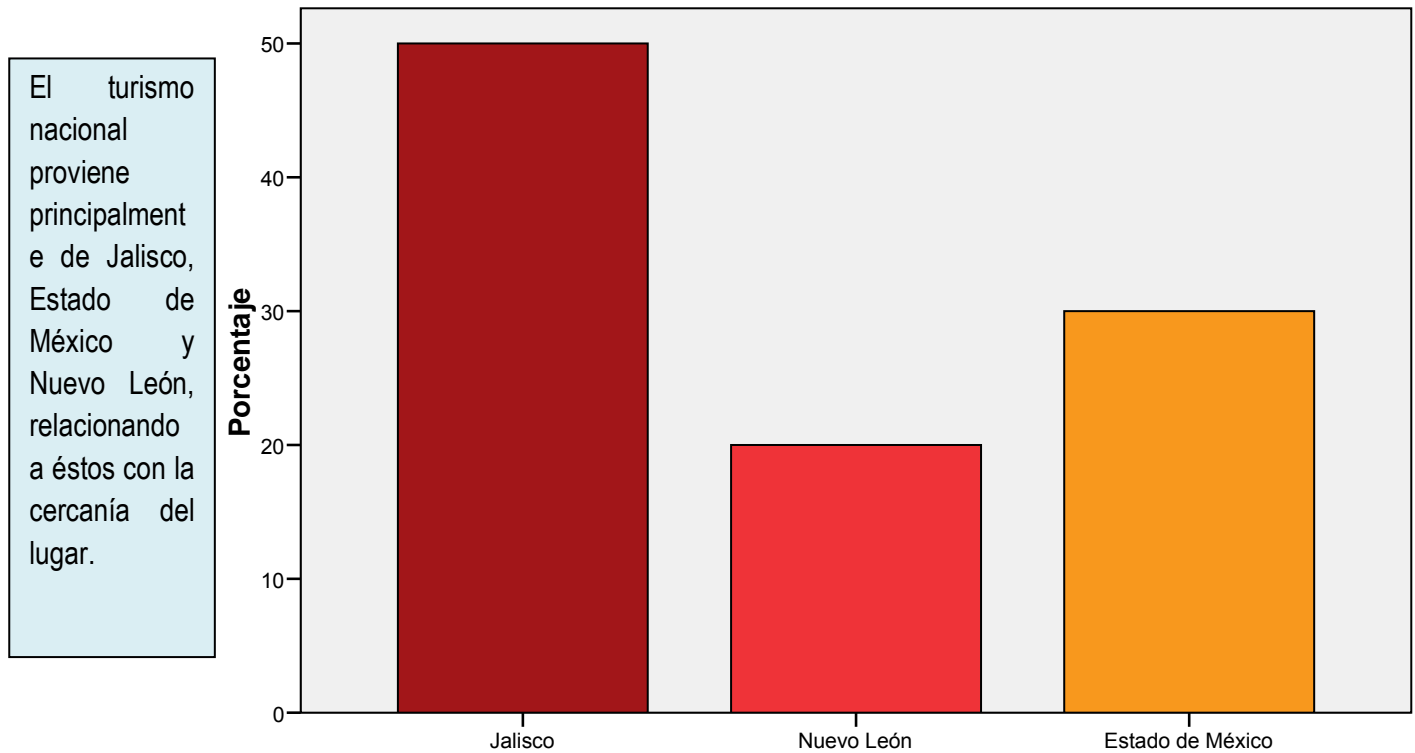


### Procedencia del turismo internacional por país\_1



Más del 60% de la procedencia del turismo en Cabo Corrientes son de Estados Unidos de América y solo el 10% son canadienses.

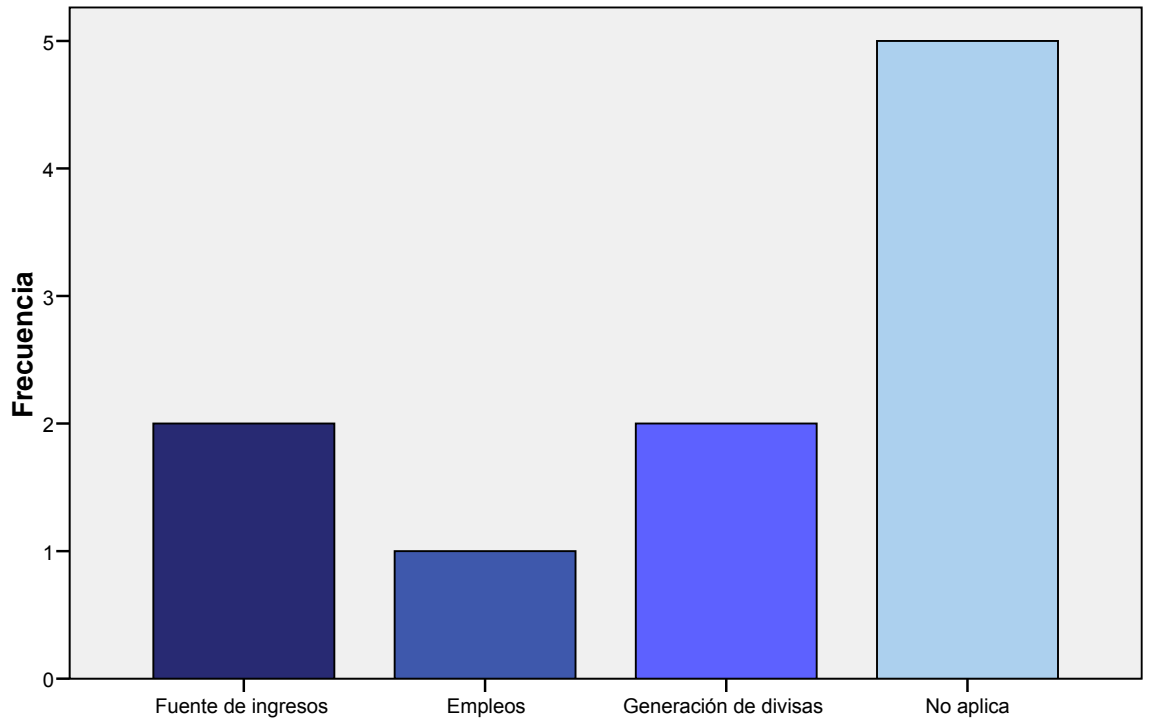
### Procedencia del turismo nacional por estado\_1



El turismo nacional proviene principalmente de Jalisco, Estado de México y Nuevo León, relacionando a éstos con la cercanía del lugar.

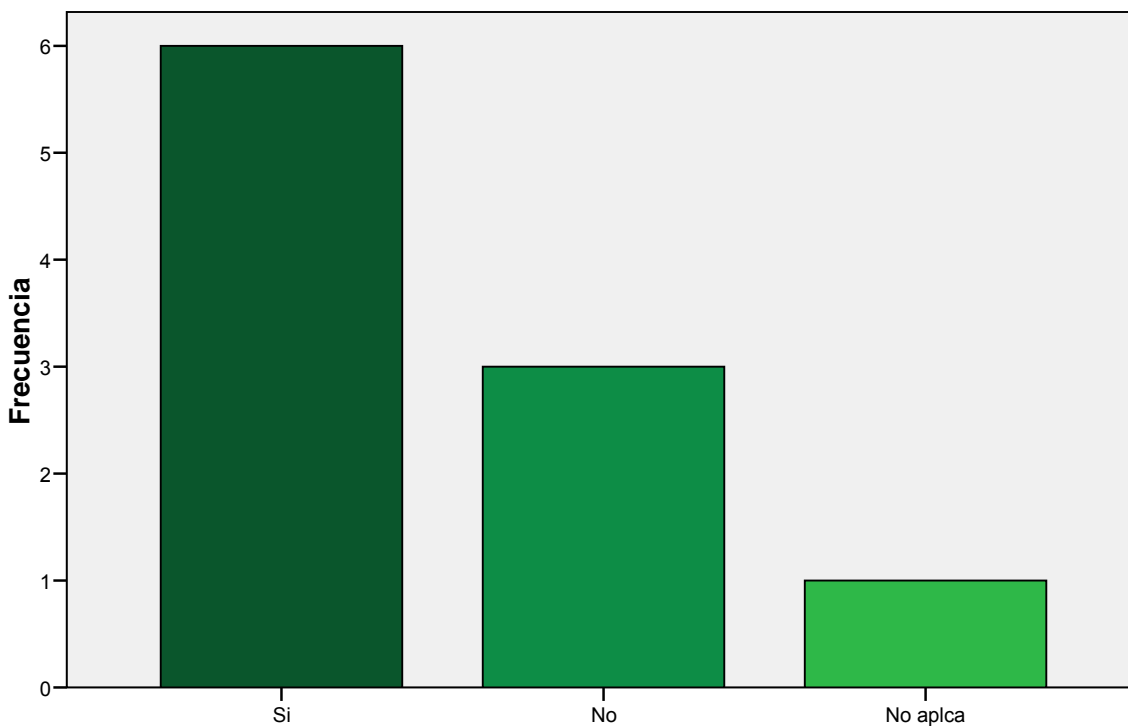
## Efectos económicos positivos del turismo en la localidad

Los efectos económicos positivos en la localidad de influencia turística es la generación de divisas y fuente de ingresos en un 20% y empleos con un 10%.



## Impactos ambientales

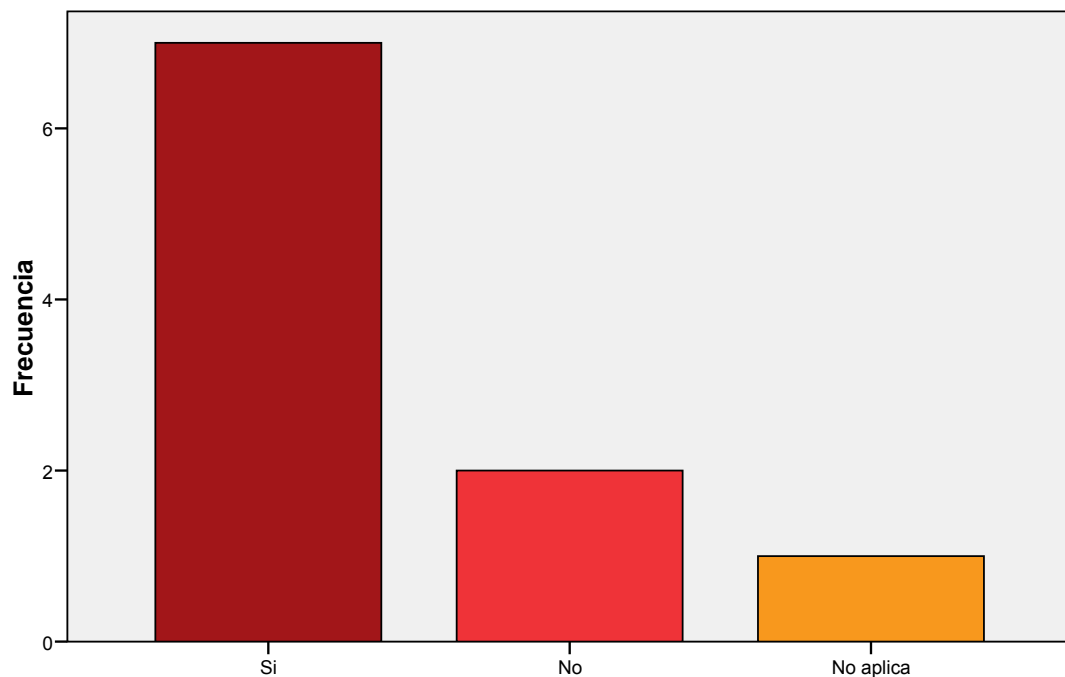
### Descripción del sitio y sus recursos naturales



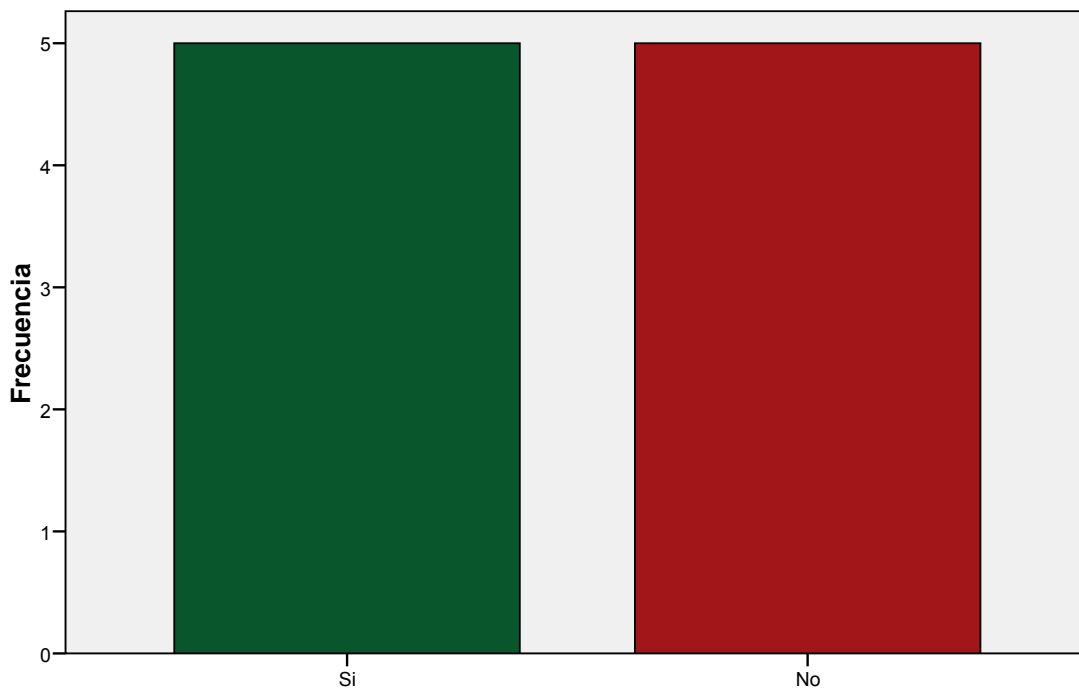
El 60% de las empresas si cuentan con una descripción del sitio y sus recursos naturales, donde desarrollan sus actividades, lo que implica que conocen los recursos naturales de los cuales se apropian.

### Zonas identificadas para la conservación

Más del 60% de las empresas cuentan ya con zonas identificadas para la conservación.



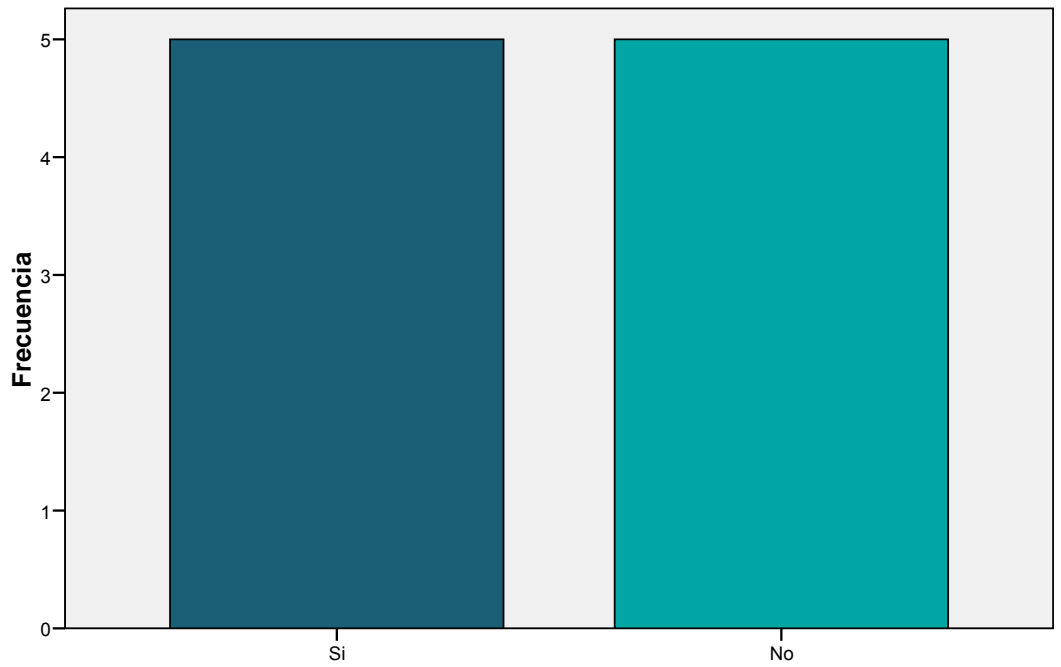
### Reciclaje



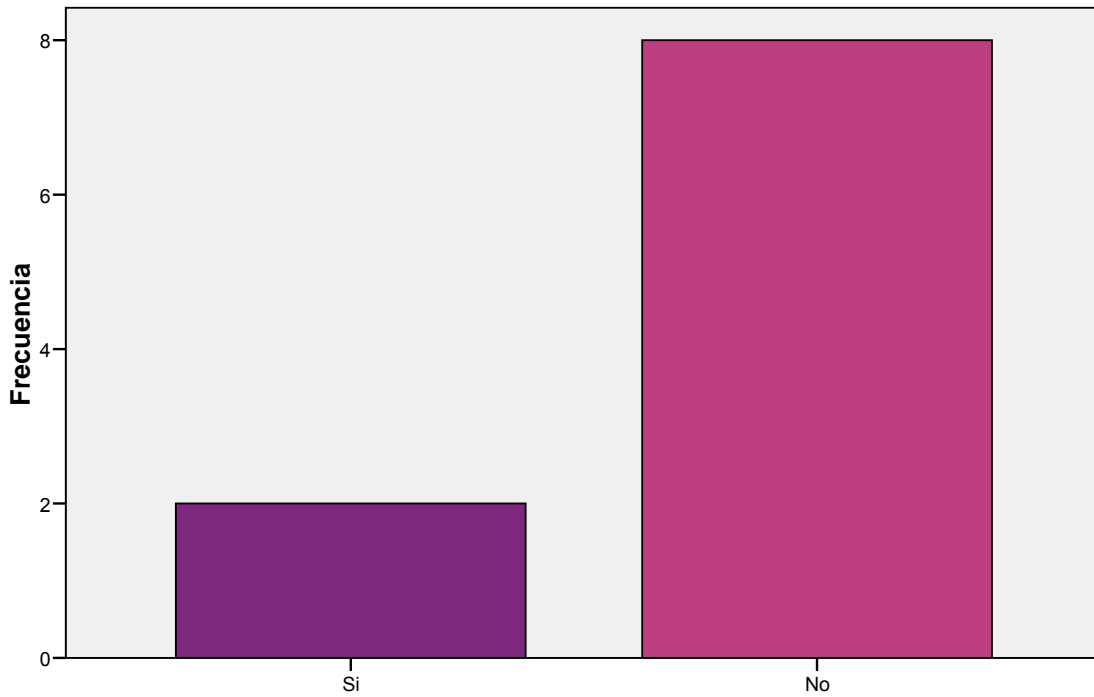
En cuestión del reciclaje, el 30% de las empresas realiza ésta actividad, reciclando principalmente plástico y aluminio. Aunque también el 30% no la practican.

### Composta

El 40% de las empresas realiza composta dentro de sus instalaciones y el 20% no realiza ésta actividad.

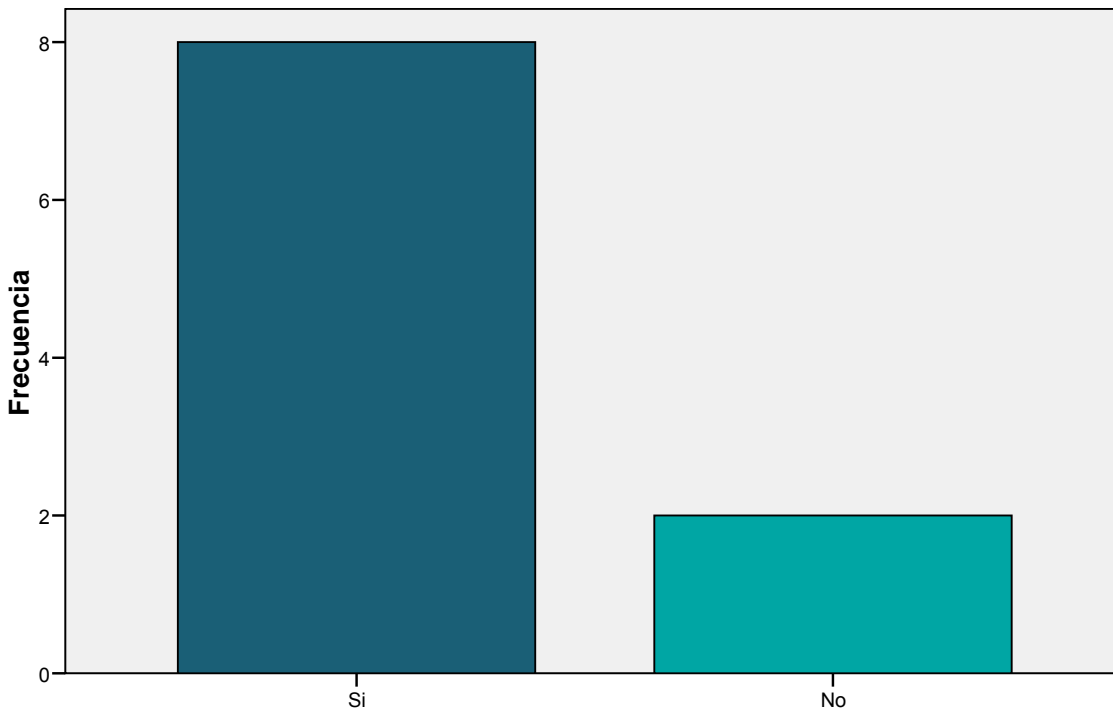


### Venta de basura



Un 20% de las empresas informan que venden su producción de basura, mientras que otro 20% reconocen que no la venden.

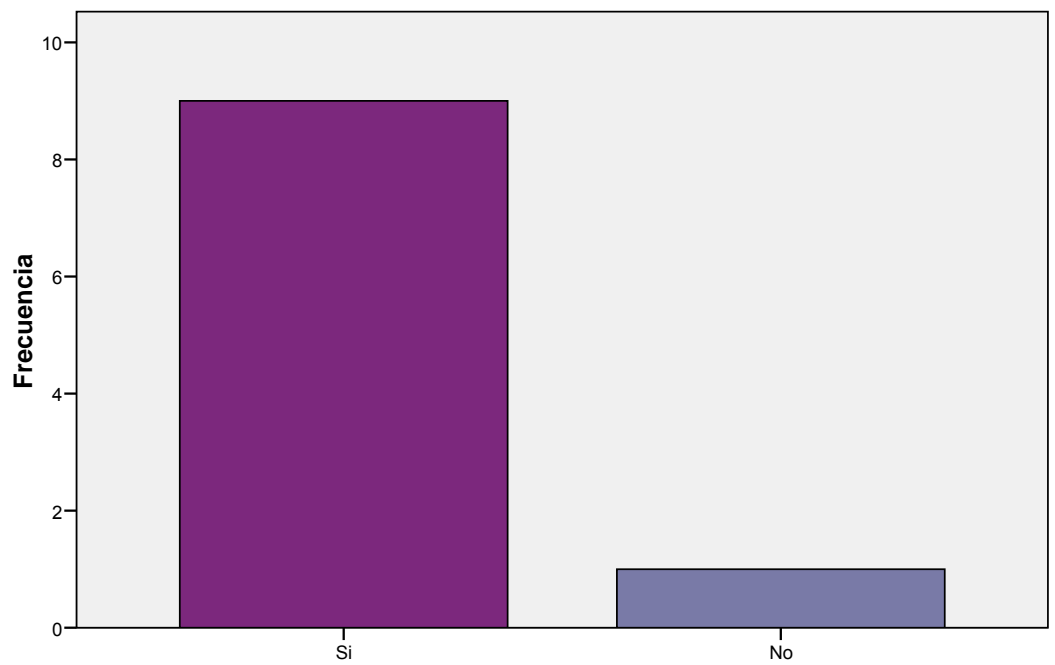
### Separación de basura



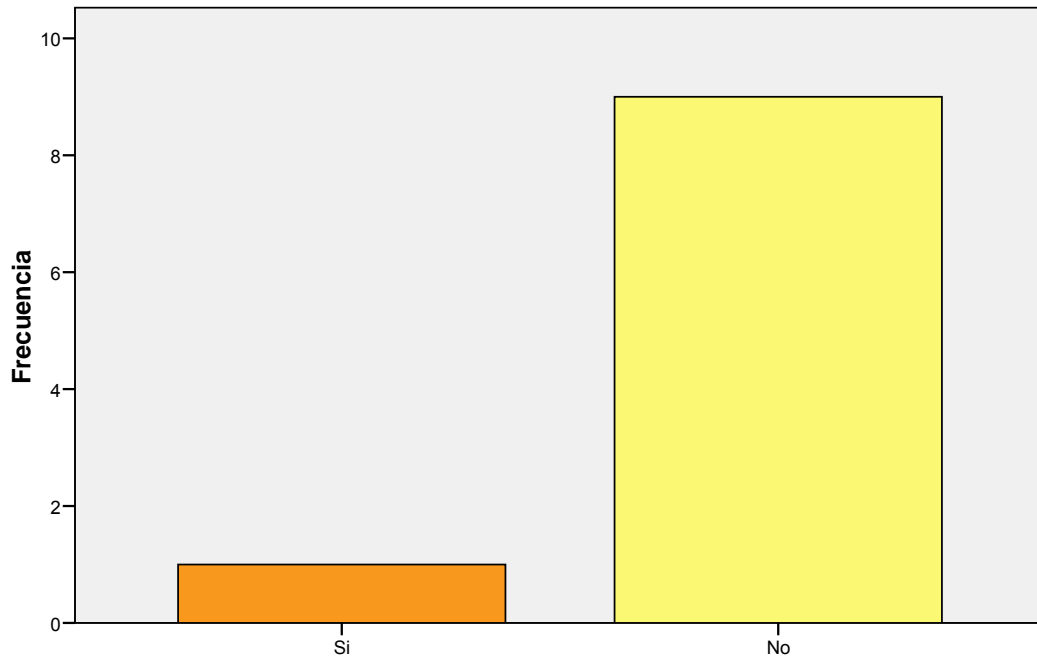
El 60% de las empresas afirman que si realizan la separación de basura y solo un 20% no separan su producción de basura.

### Recolección de basura

Más del 60% de las empresas tienen recolección de basura, mientras que solo el 10% no cuentan con ese sistema.



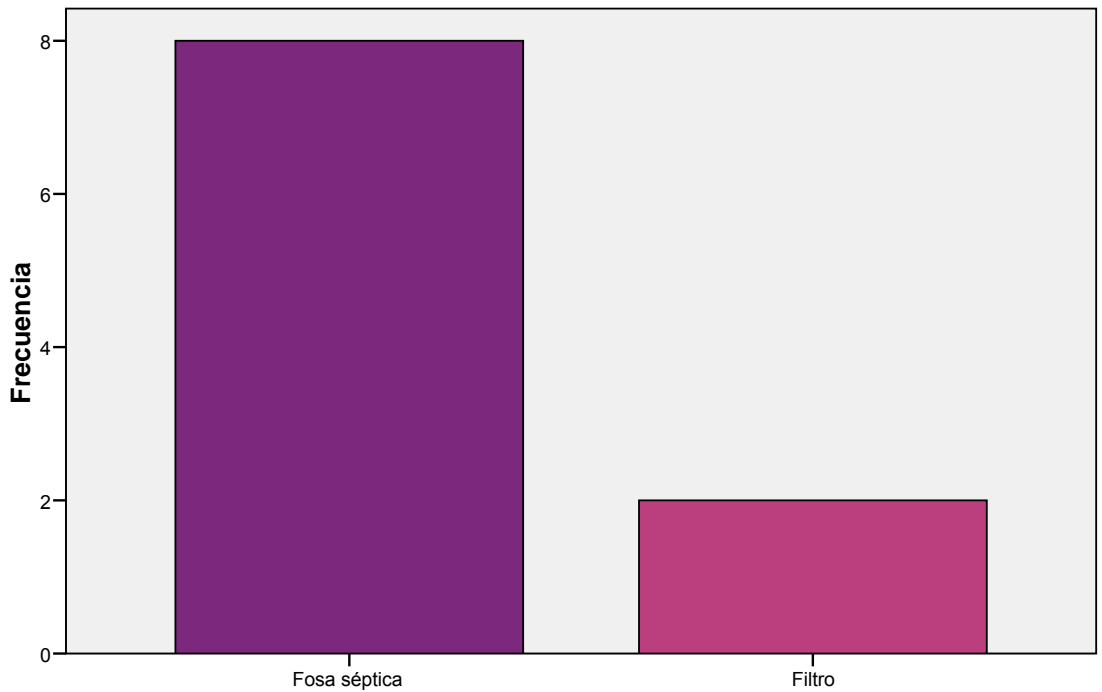
### Captación de agua pluvial



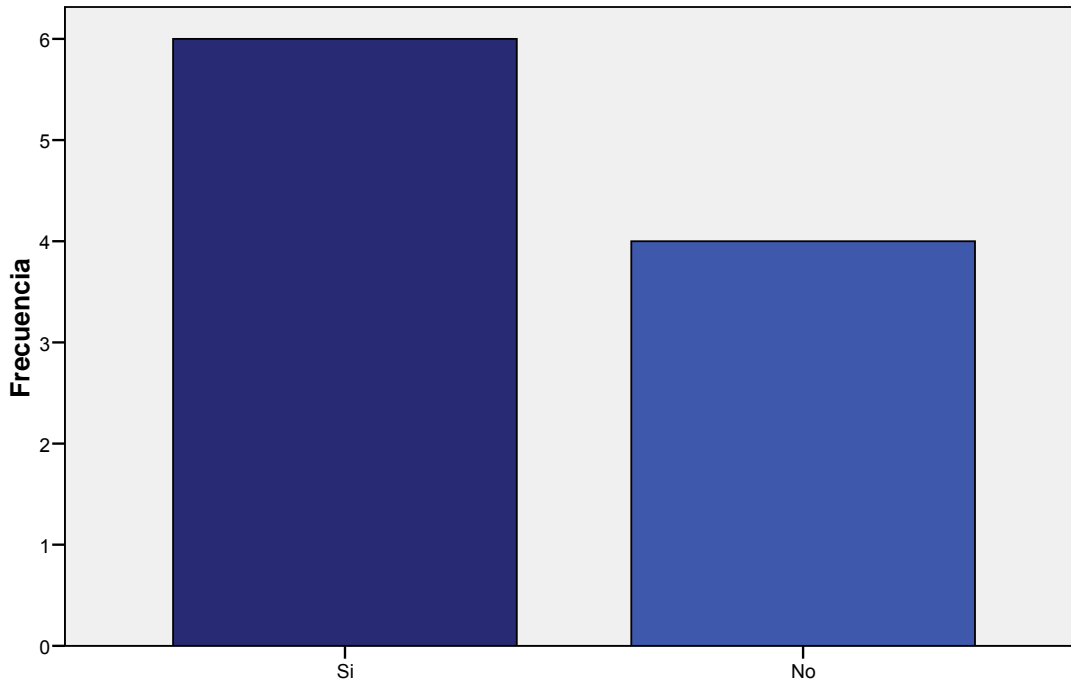
El 70% de las empresas asumen que no captan agua pluvial, exceptuando los datos perdidos (999), el resto de las empresas si realizan ésta acción.

### Tipo de sistema para el manejo y tratamiento de aguas residuales

El 70% de las empresas utilizan la fosa séptica como su tipo de sistema para el manejo y tratamiento de aguas residuales.

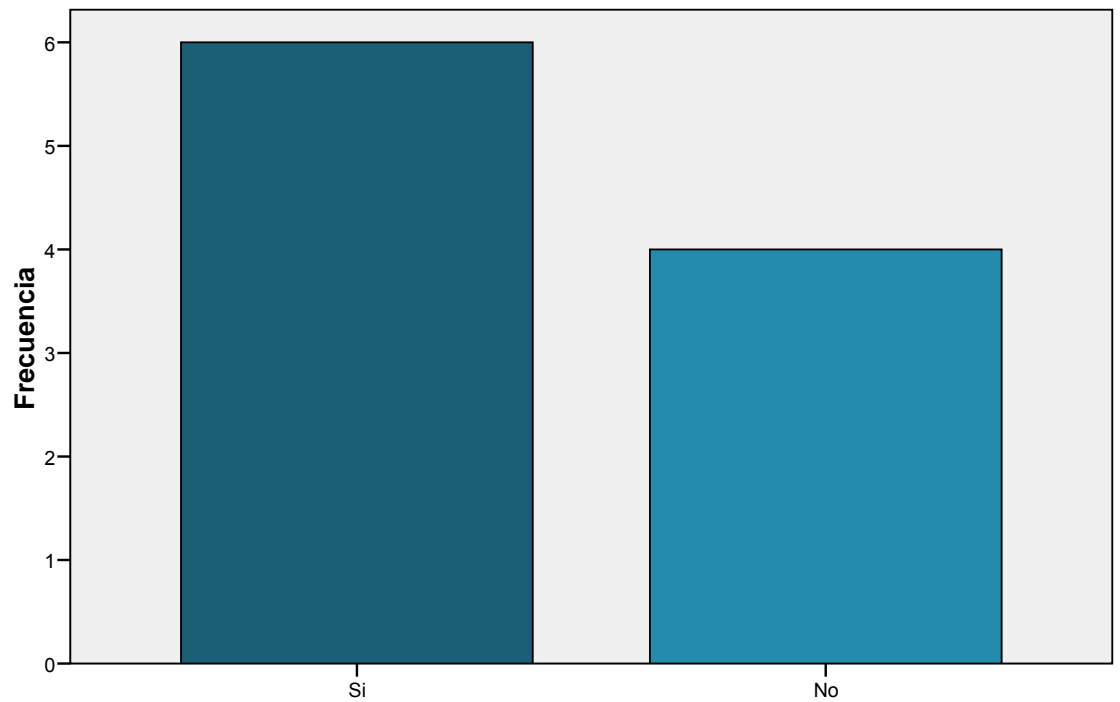


### Determinación de la capacidad de carga



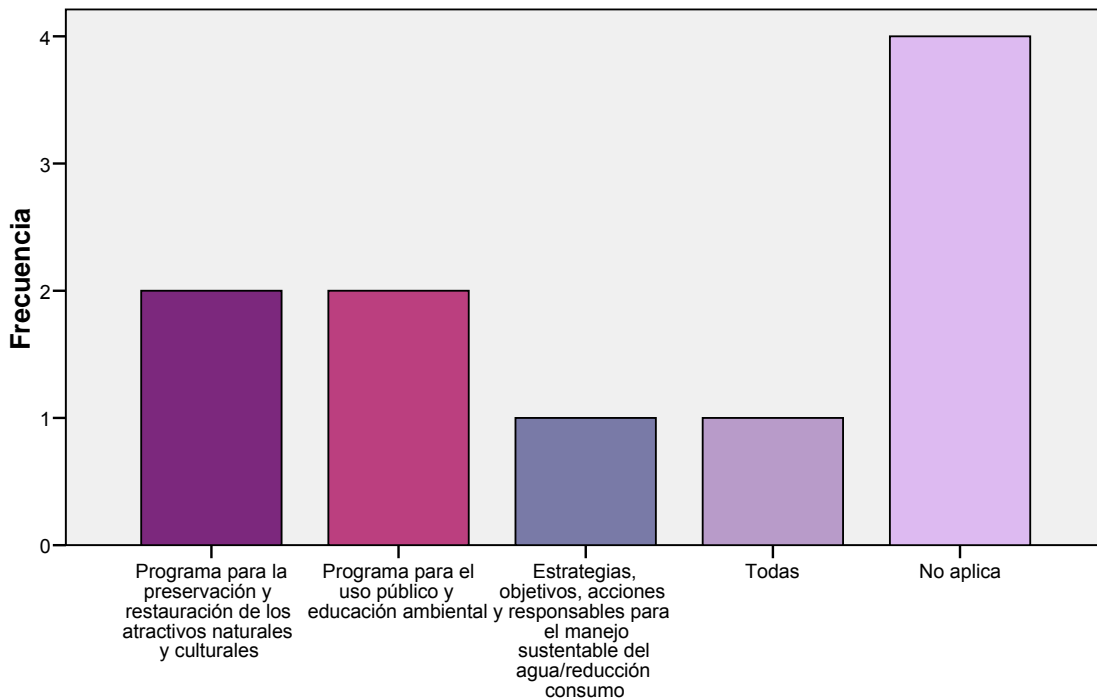
El 50% de las empresas ya tienen determinada su capacidad de carga turística, mientras que el 30% no la tienen determinada.

### Prohibido utilizar equipo motorizado en áreas específicas



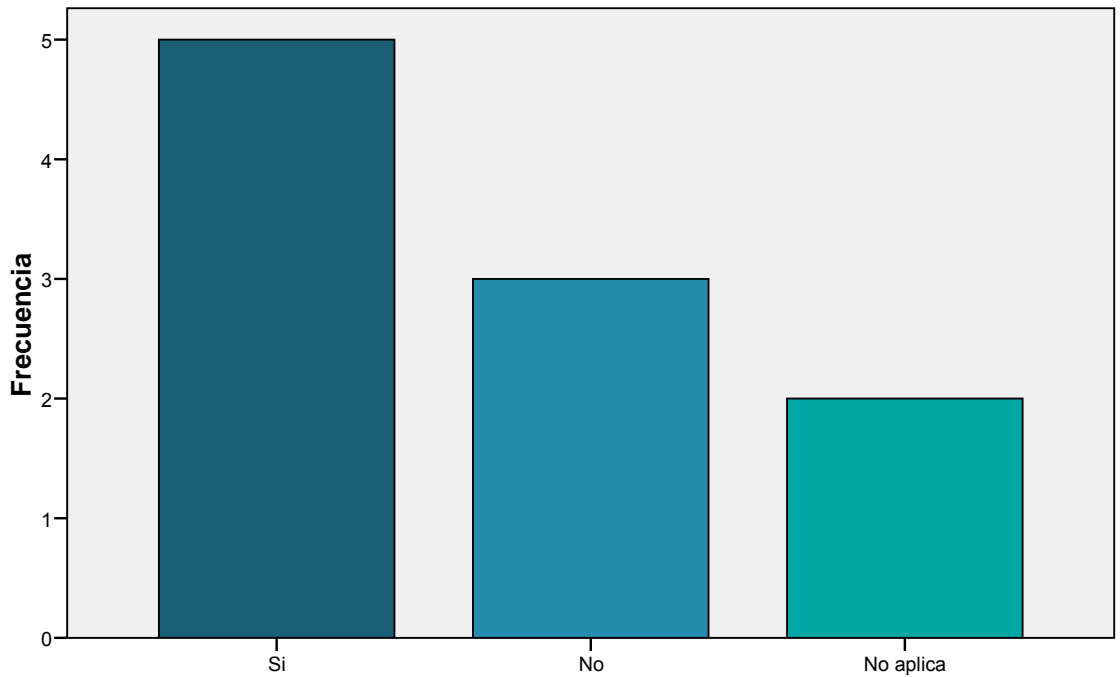
El 50% de las empresas tienen prohibido utilizar equipos motorizados en áreas específicas de conservación.

### Programas



El 20% de las empresas ponen en marcha programas para la preservación y restauración de los atractivos naturales y culturales, así como programas para el uso público y educación ambiental.

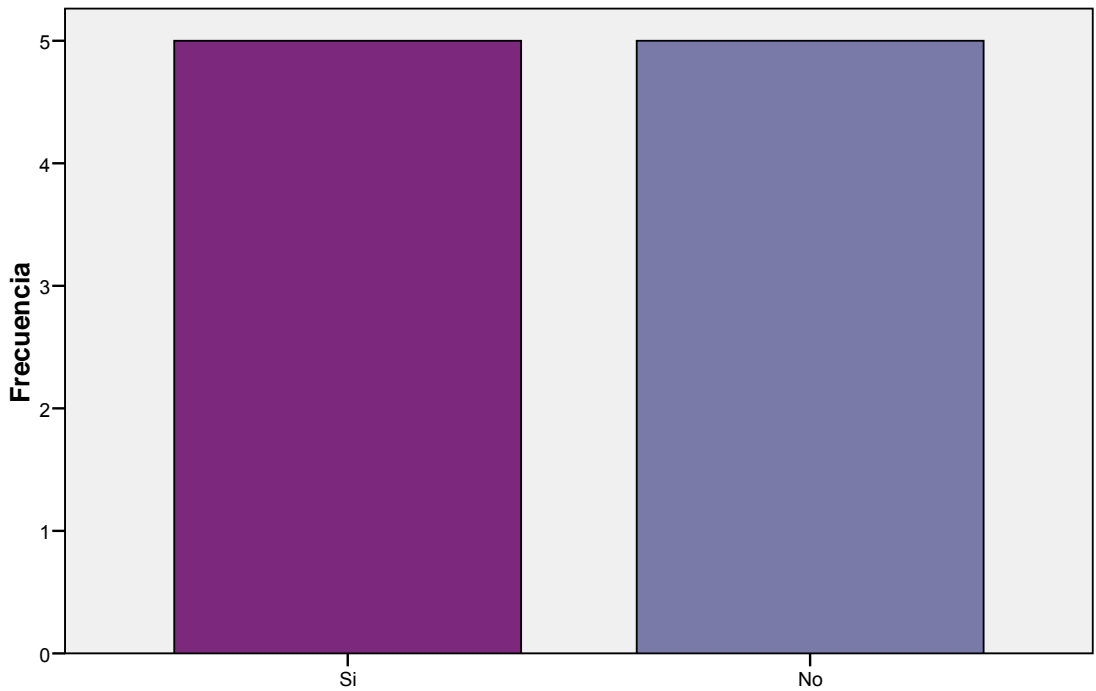
### Senderos que promueven el conocimientos sobre atractivos naturales y culturales



El 50% de las empresas cuentan con senderos que promueven el conocimiento sobre los atractivos naturales y culturales.



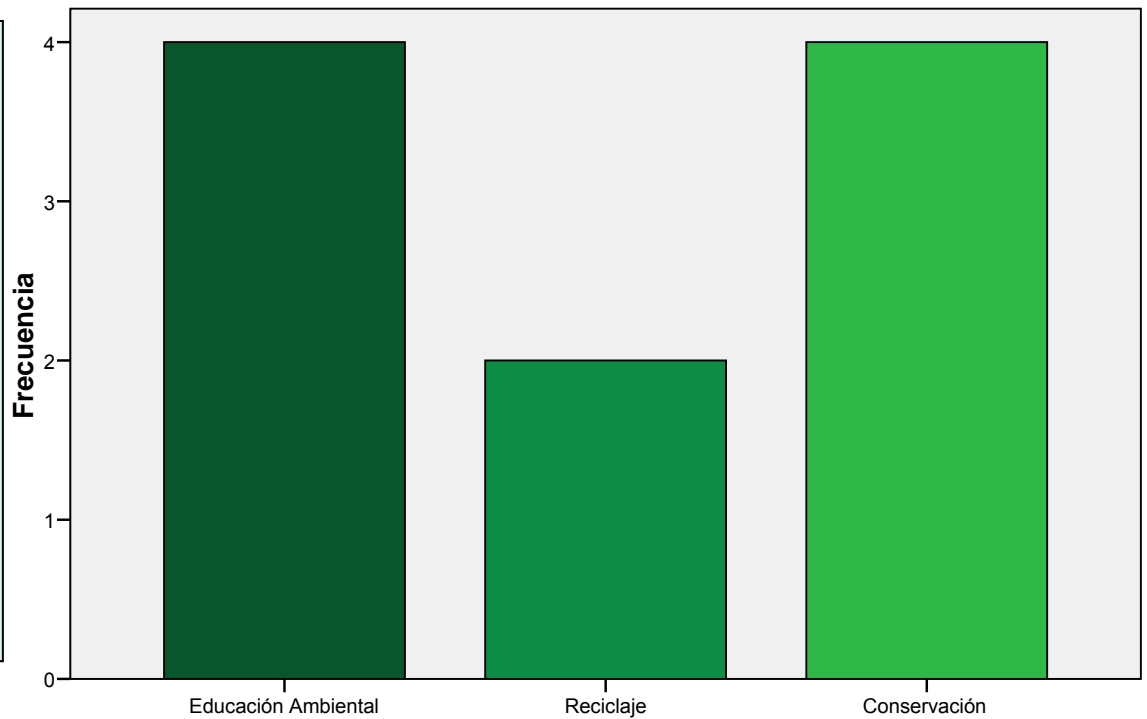
### Impactos negativos al ecosistema causados por actividades turísticas



El 50% de las empresas reconocen que existen los impactos negativos al ecosistema causados por actividades turísticas.

### Efectos ambientales positivos del turismo en la comunidad

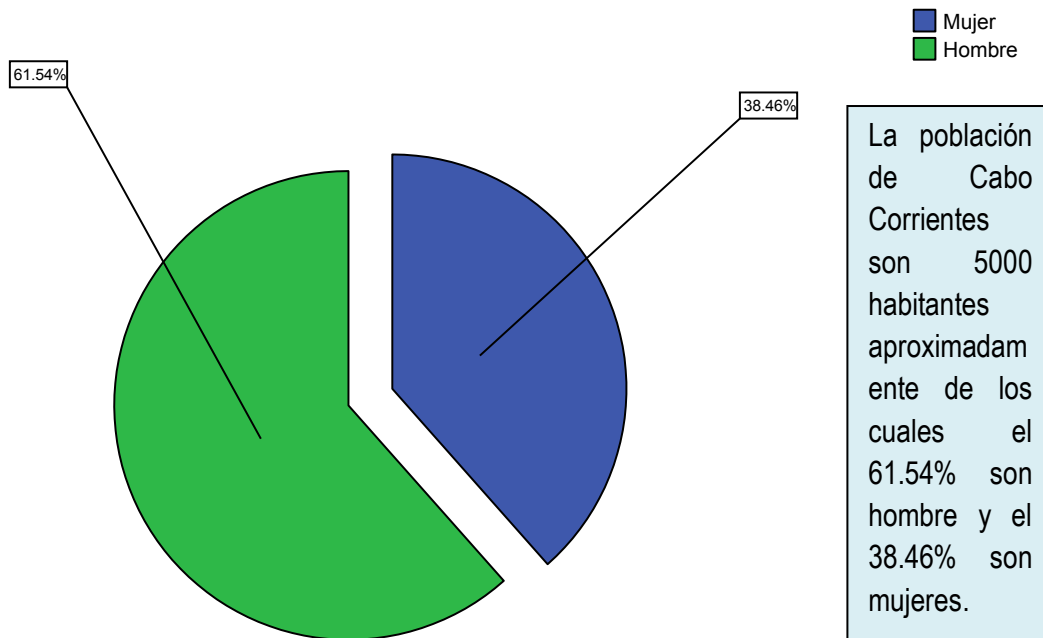
Los efectos ambientales positivos que el turismo ha dejado en la comunidad, según las empresas son, con un 30% la educación ambiental y con un 20% la conservación de los recursos naturales y culturales.



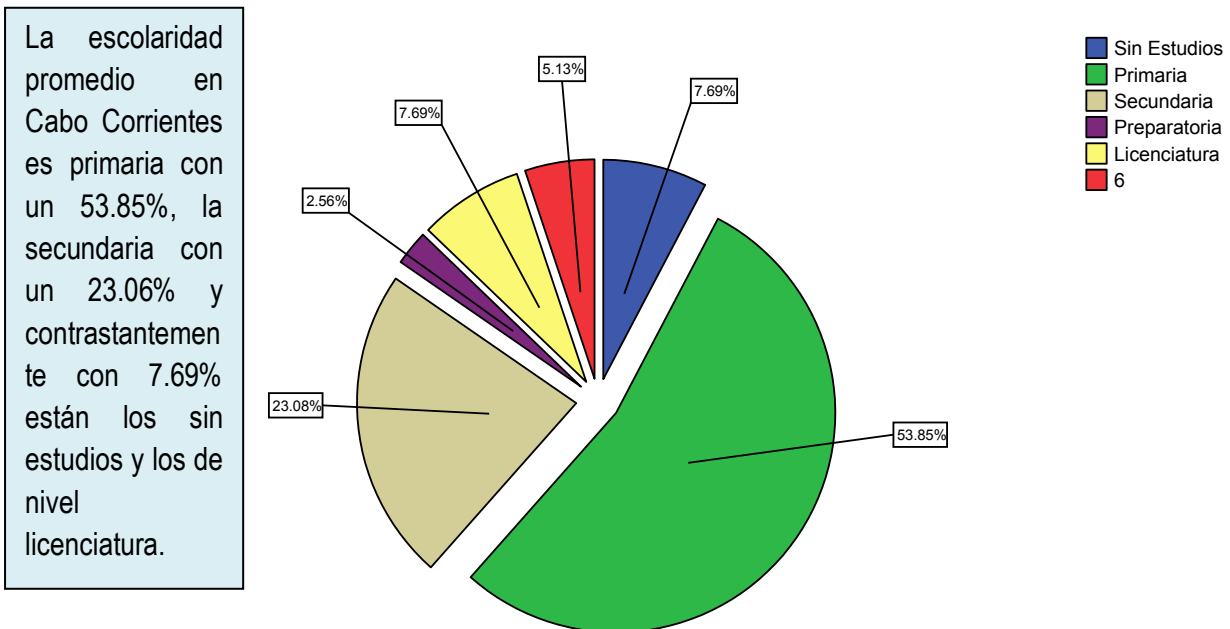
## Percepción social con relación al turismo de naturaleza

Se evaluó la percepción social de los habitantes del municipio de Cabo Corrientes con relación al turismo de naturaleza, quedando los siguientes resultados: (Ver tablas de frecuencia en anexo VI).

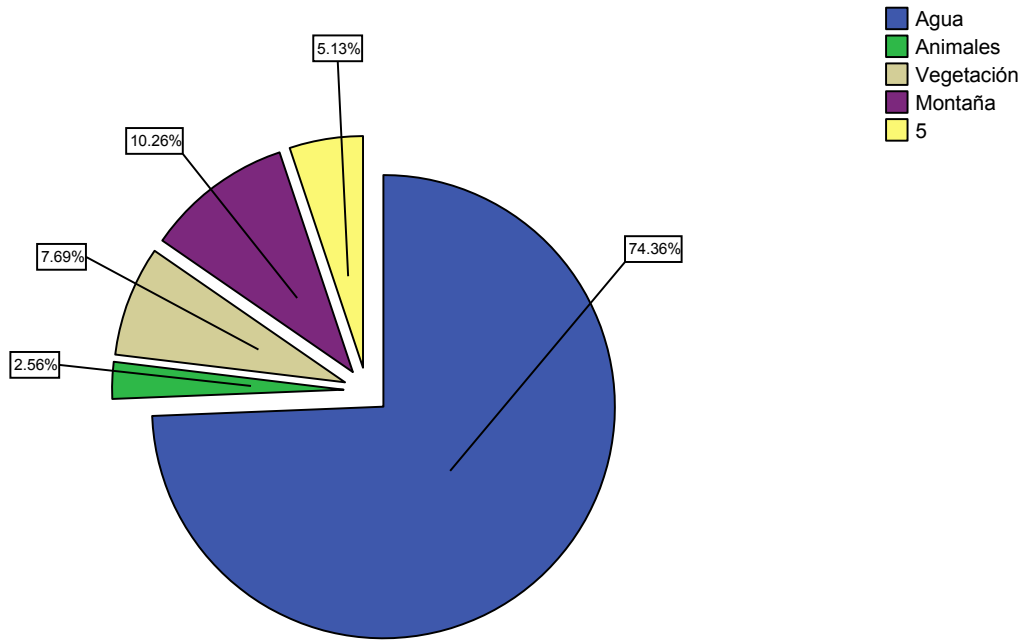
### Sexo



### Escolaridad



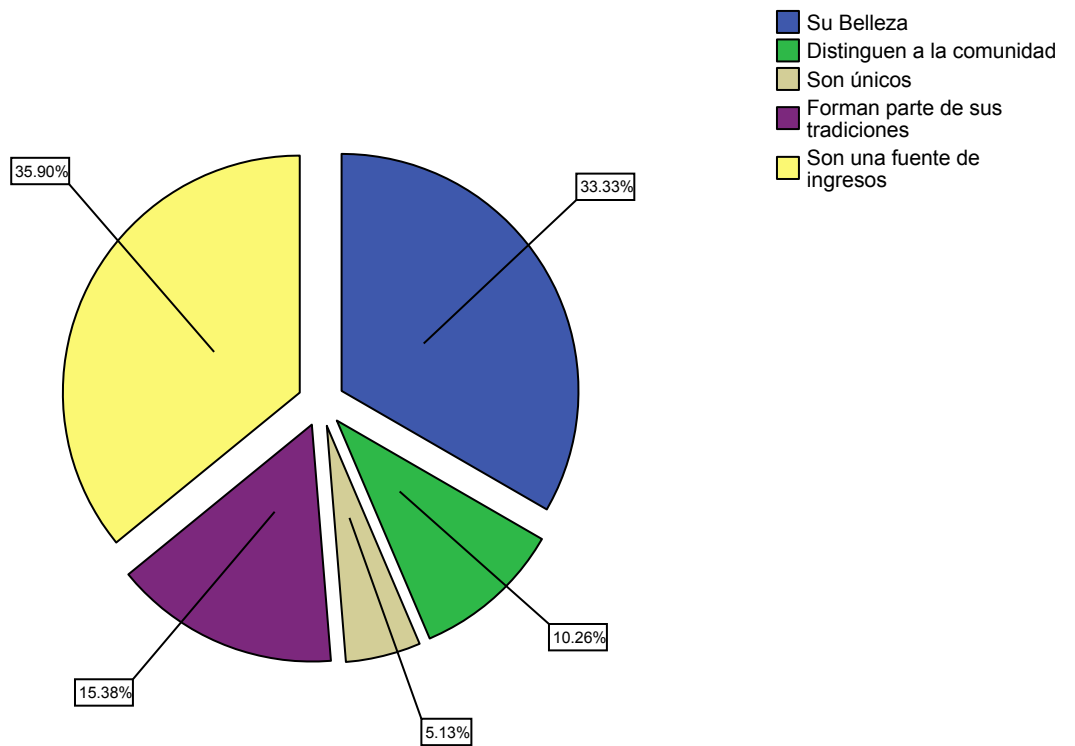
## Recursos naturales más importantes en la comunidad (opción 1)



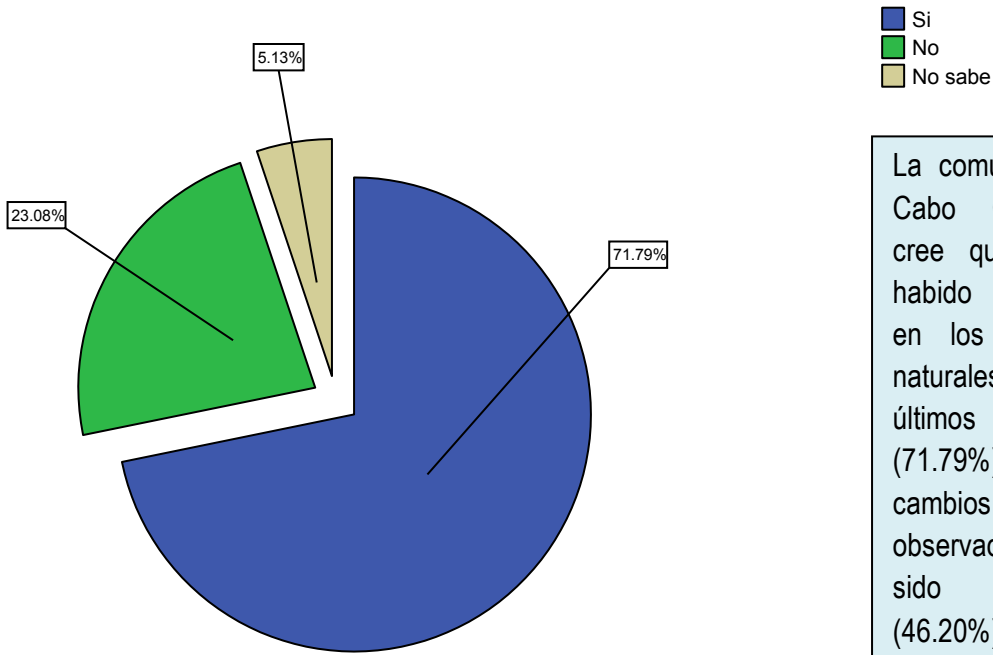
Entre los recursos naturales que la comunidad considera más importantes están el agua con un 74.36%, la montaña con un 10.35% y la vegetación con un 7.69%.

## Aspectos que la comunidad valora más (opción 1)

Los aspectos por los que la comunidad valora los recursos naturales son porque son una fuente de ingresos (35.90%), su belleza (33.33%) y porque forman parte de sus tradiciones (15.36%).



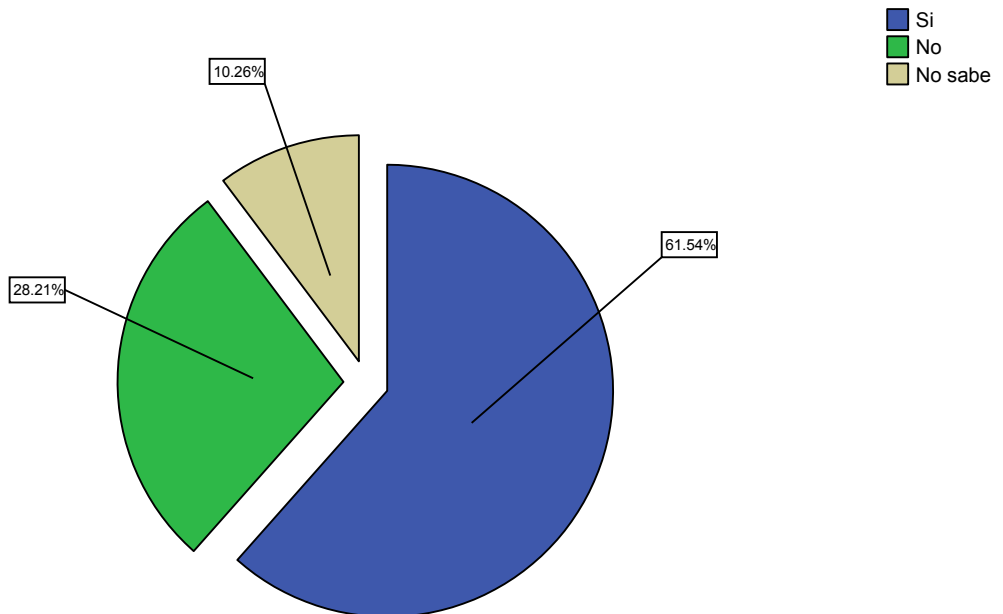
## Cambios en los recursos naturales (últimos 15 años)



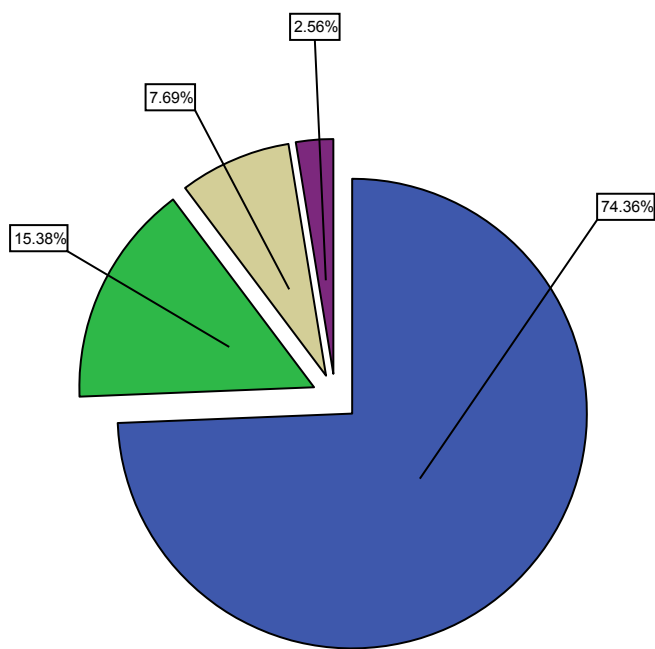
La comunidad de Cabo Corrientes cree que sí ha habido cambios en los recursos naturales en los últimos 15 años (71.79%) y que los cambios observados han sido negativos (46.20%).

## Sabe si existe una empresa de turismo de naturaleza

El 61.54% afirman que existe una empresa de turismo de naturaleza en su comunidad, mientras que el 28.21% dice que no, comparado con el 10.26% que dice que no sabe.



## El turismo ha contribuido al cuidado de la naturaleza en su comunidad

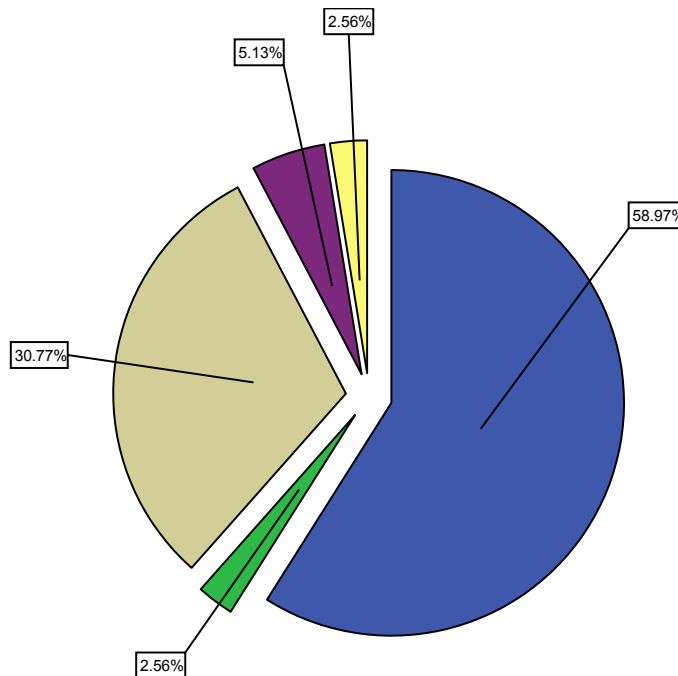


- Si
- No
- No sabe
- 4

El 74.36% de la población opina que el turismo sí ha contribuido al cuidado de la naturaleza en su comunidad, comparado con el 15.38% que dice que no. En los aspectos en que se ha dado esa mejora creen que es en la apreciación y el respeto con un 46.20%. El cambio marcado es evidente (38.50%).

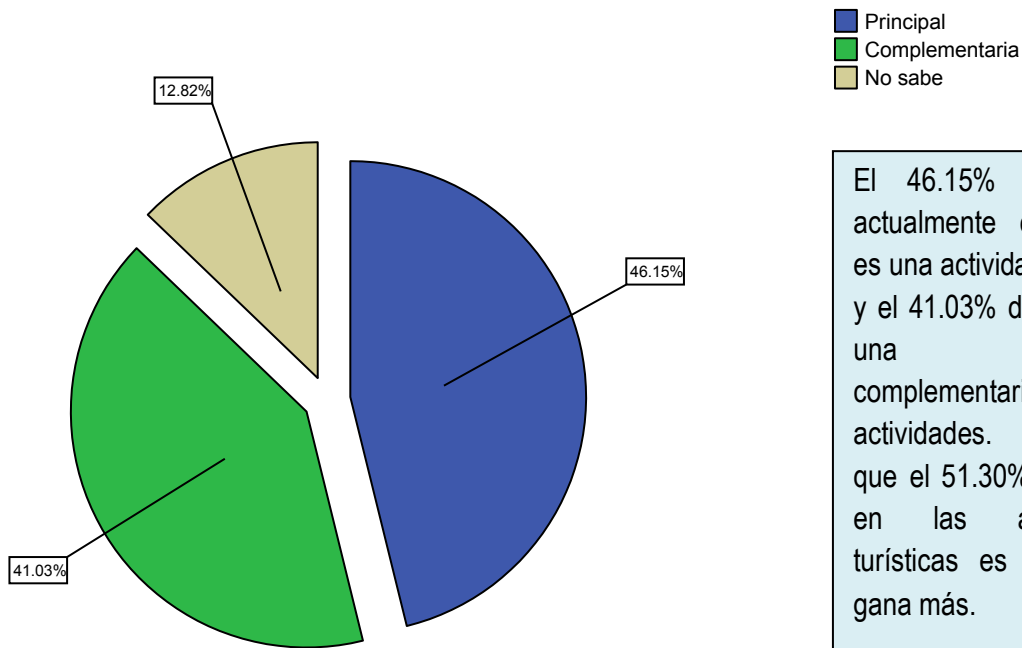
## Cómo ha sido el efecto del turismo de naturaleza en el entorno natural

Más de la mitad de la población (58.97%) opina que el efecto del turismo de naturaleza en el entorno natural ha sido benéfico. Mientras que el 30.77% opina que no han tenido cambios.



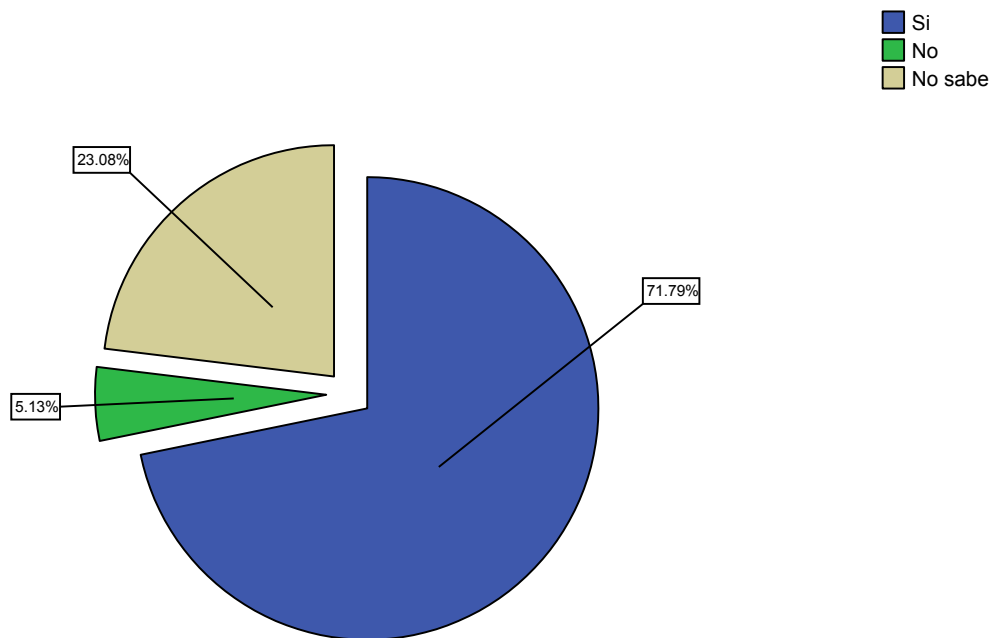
- Benefico
- Perjudicial
- Sin cambio
- No sabe
- 5

### Actualmente el turismo es una actividad:



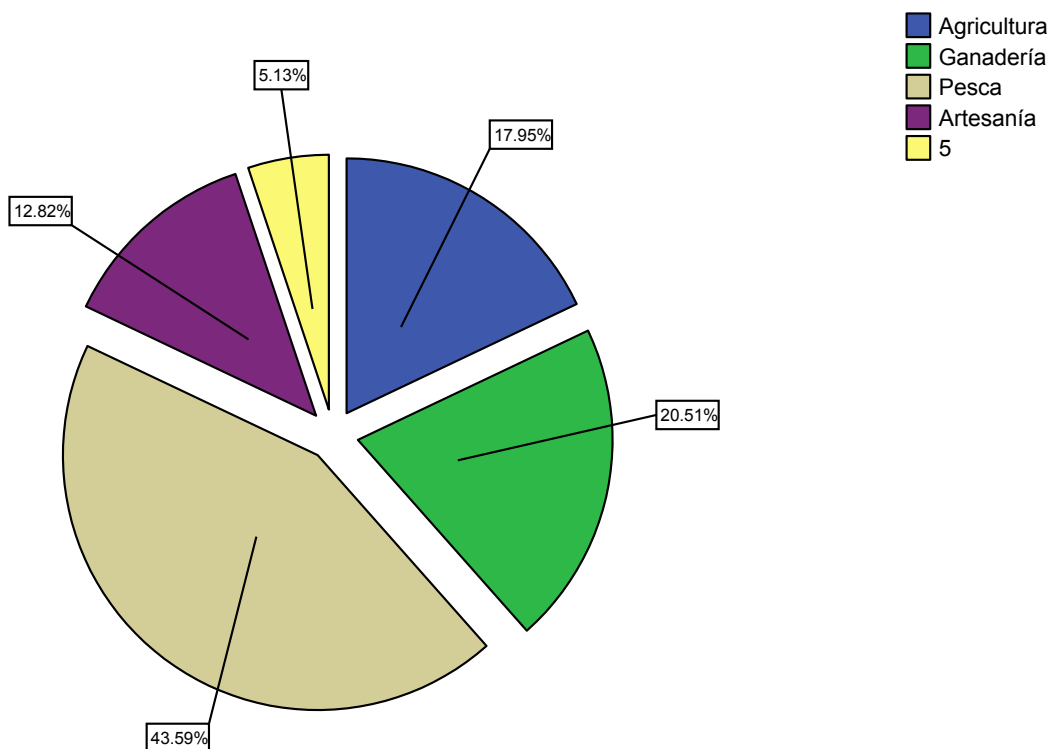
### Incremento de las actividades económicas por el turismo

El 71.79% de la población opina que si se han incrementado las actividades económicas por la llegada del turismo a la comunidad.

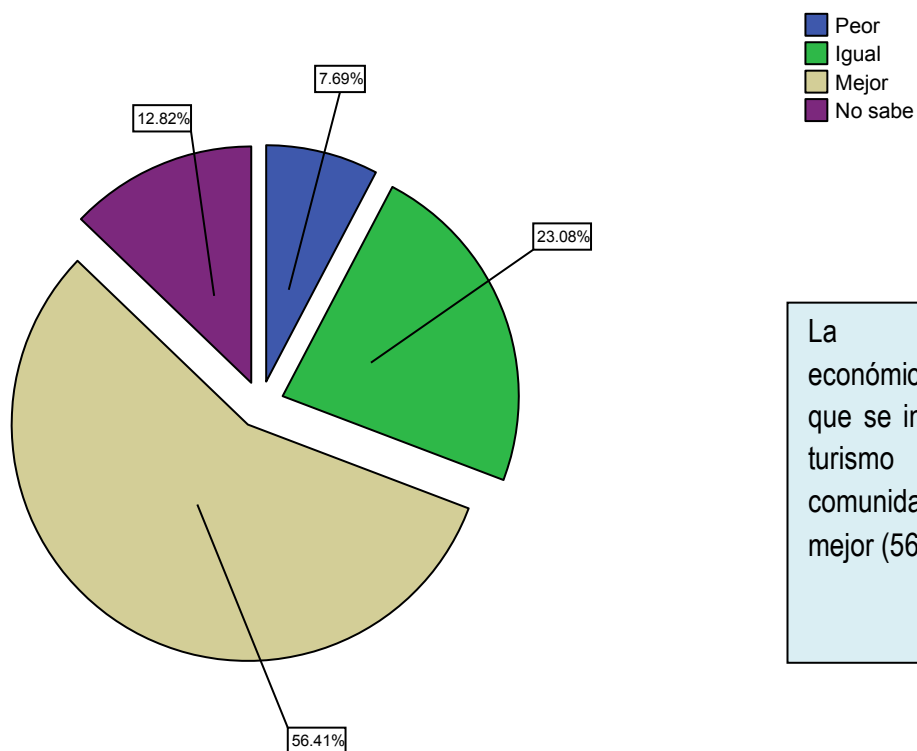


## Actividades que se han visto beneficiadas por el turismo:

Las principales actividades que se han visto beneficiadas por el turismo son la pesca con un 43.59%, la ganadería con un 20.51% y la agricultura con un 17.95%.



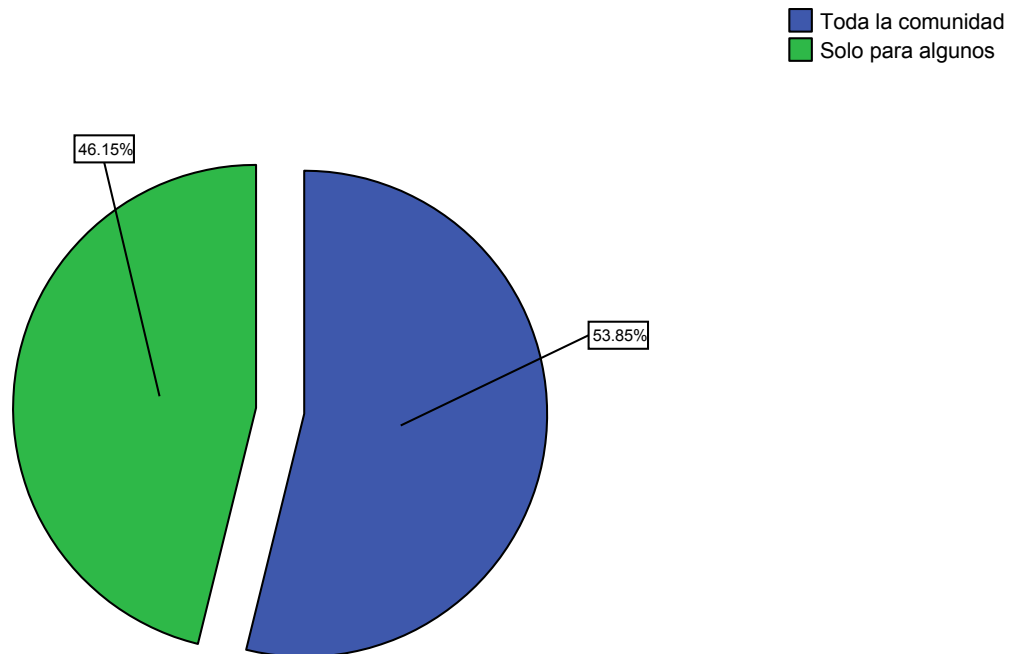
## Situación económica de su comunidad desde que se introdujo el turismo



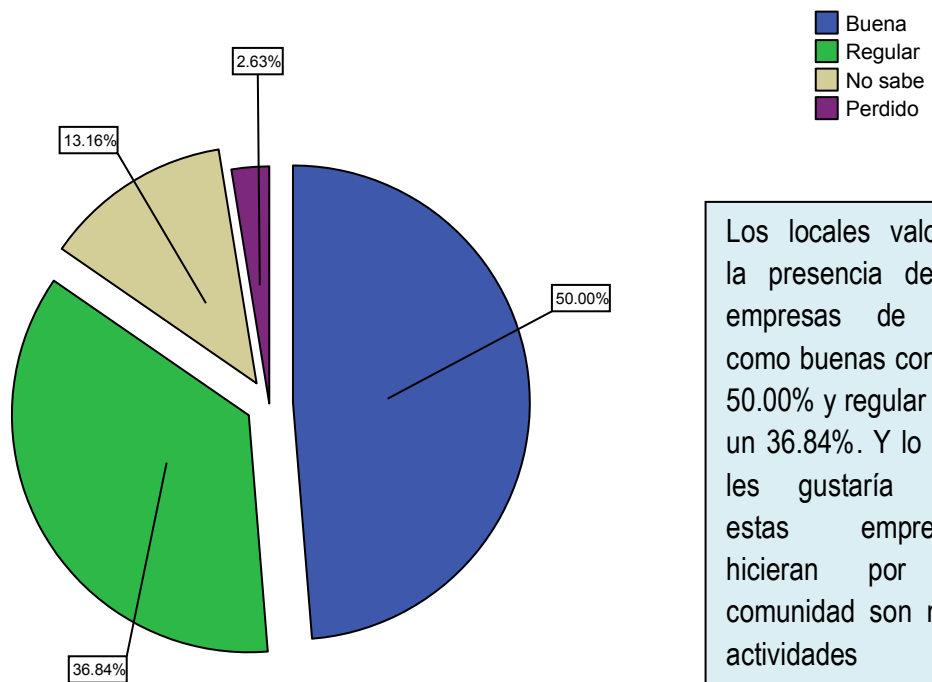
La situación económica desde que se introdujo el turismo a la comunidad es mejor (56.41%).

### El turismo produce beneficio para:

El turismo produce beneficios para toda la comunidad (53.85%) y solo para algunos cuantos (46.15%).



### Cómo valora la presencia de las empresas de TN en su comunidad

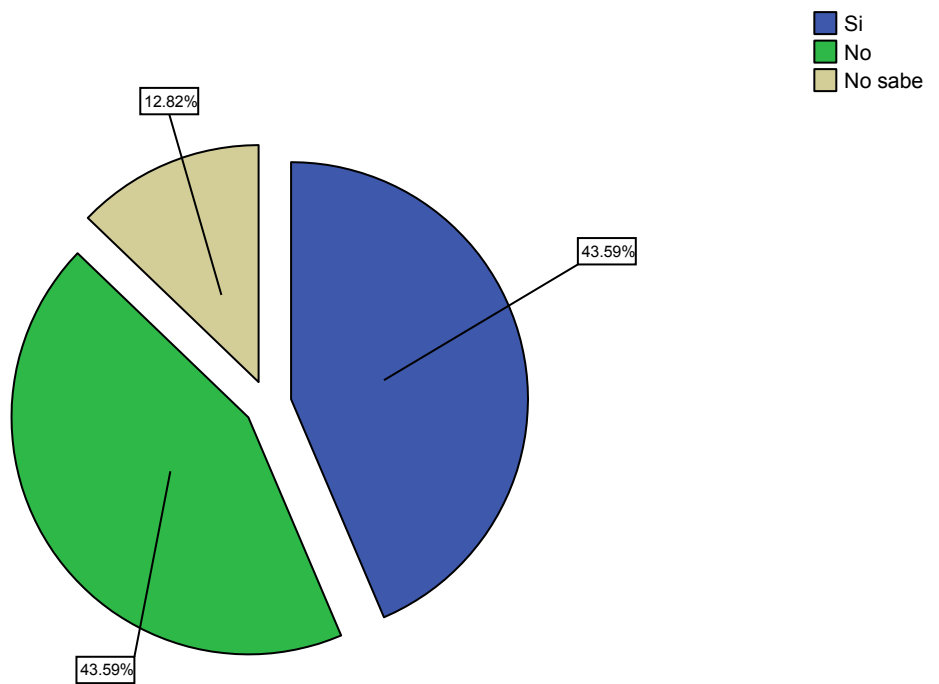


Los locales valoran la presencia de la empresas de TN como buenas con un 50.00% y regular con un 36.84%. Y lo que les gustaría que estas empresas hicieran por la comunidad son más actividades socioculturales (46.20%).

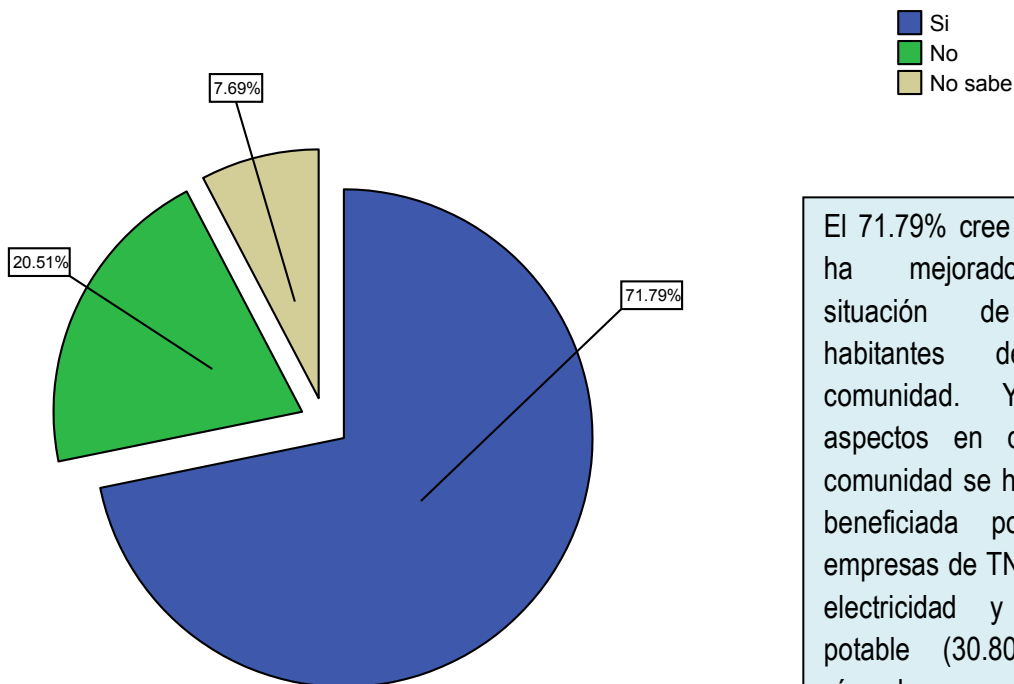


## Participación de las empresa de TN en actividades de la comunidad

El 43.59% opina que las empresas de TN si participan en actividades de la comunidad y a la vez, con el mismo porcentaje opinan que no. En las que participa son en actividades socioculturales (33.33%) y en las que no participa, pero debería participar es en actividades económicas de la comunidad.

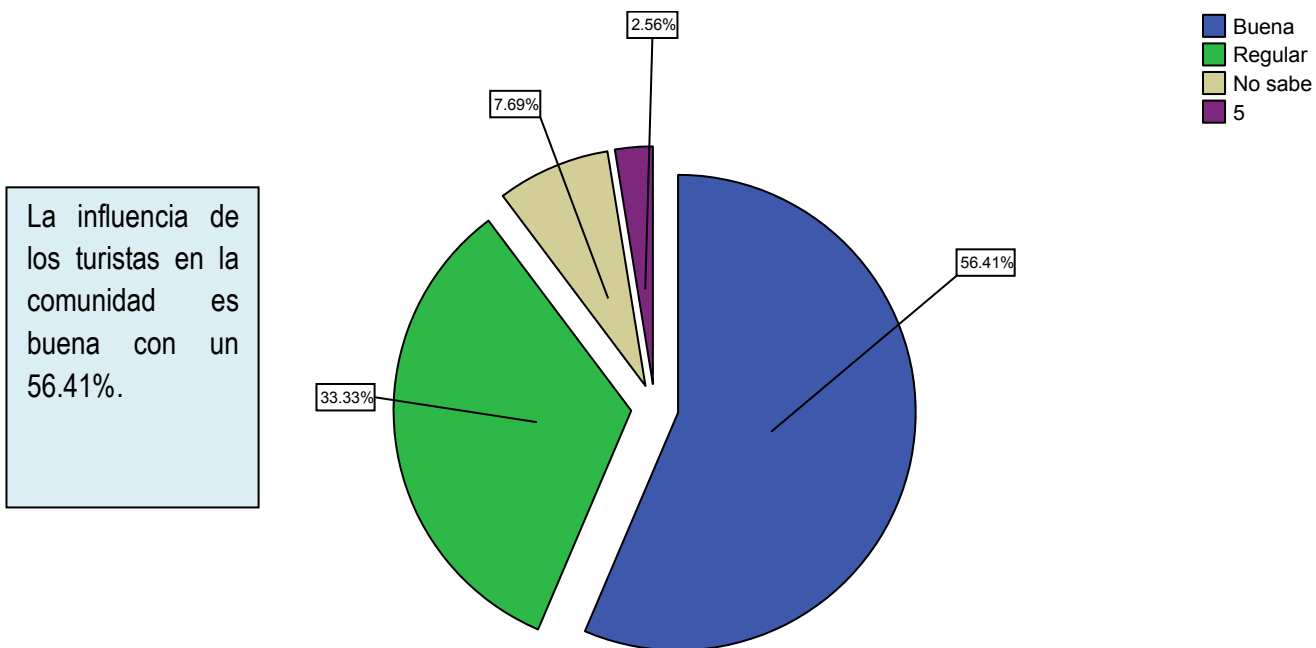


## Mejora de la situación de los habitantes de la comunidad

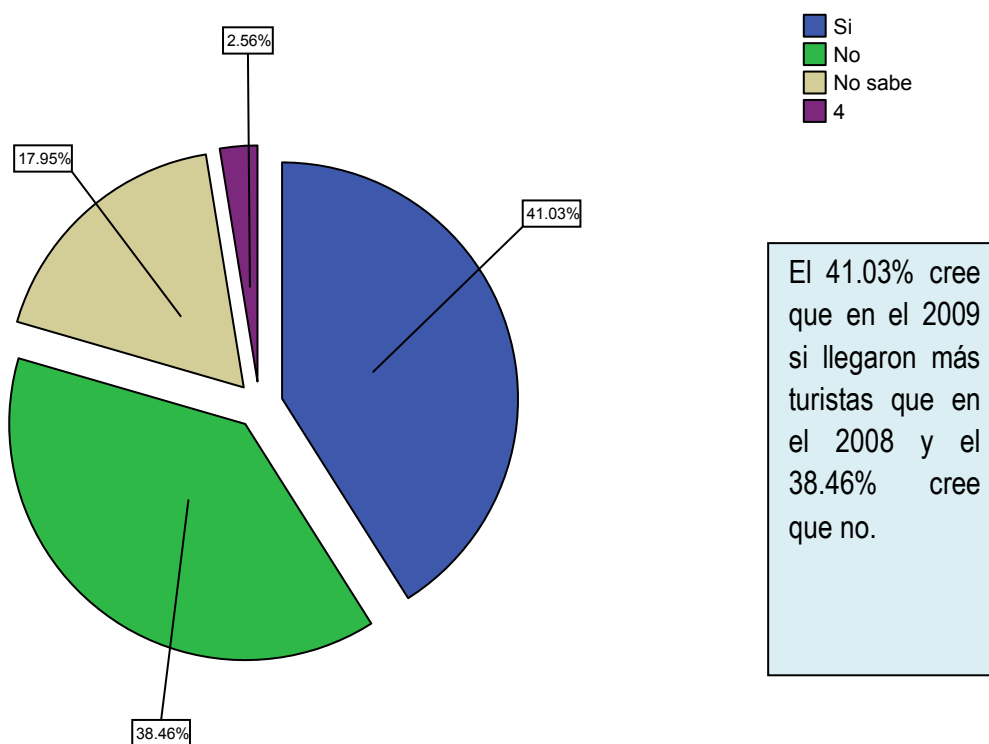


El 71.79% cree que si ha mejorado la situación de los habitantes de la comunidad. Y los aspectos en que la comunidad se ha visto beneficiada por las empresas de TN es en electricidad y agua potable (30.80%) y vías de comunicación (12.80%).

### La influencia de los turistas en su comunidad



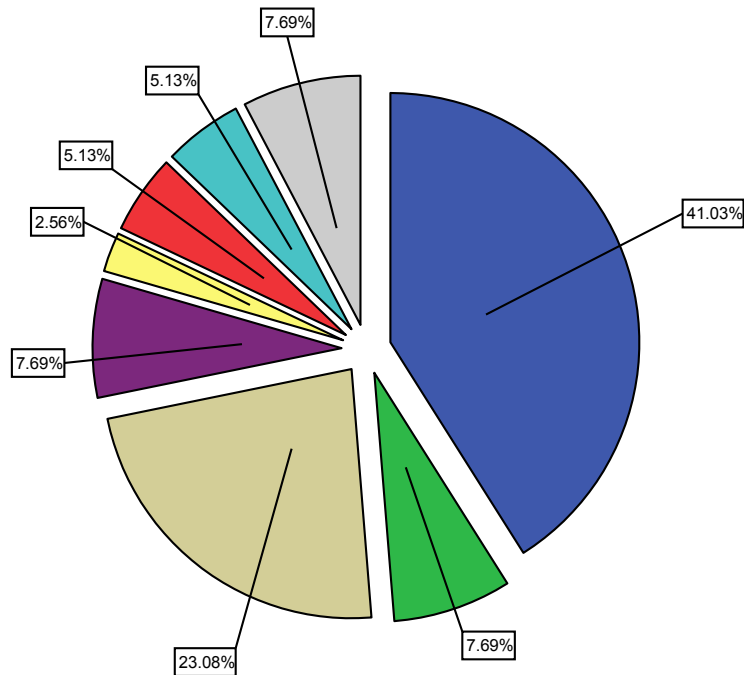
### Cree que en el 2009 llegaron más turistas que en el 2008



## Servicios antes de existir la primera empresa turística (opción 1)

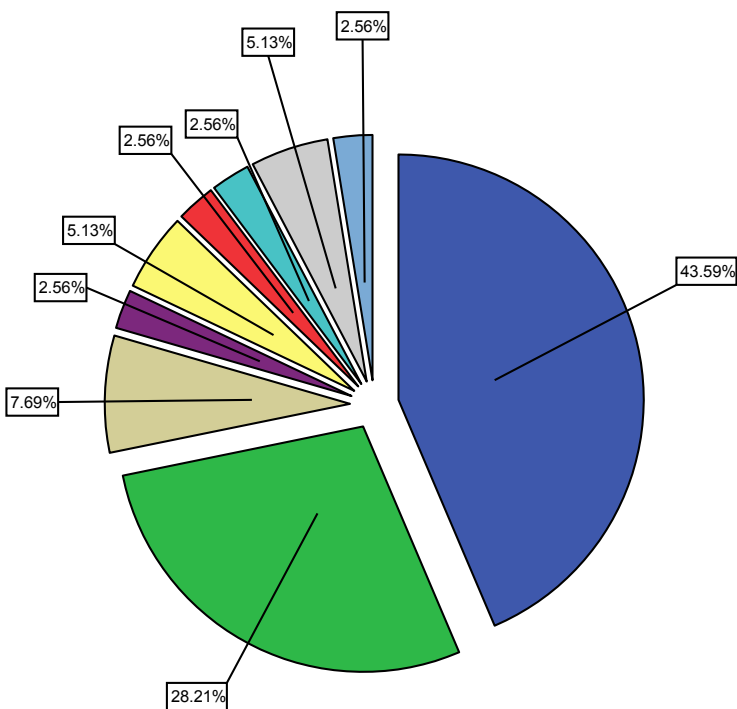
- Agua entubada
- Alumbrado
- Electricidad
- Drenaje
- Internet
- Pavimentación
- Recolección de basura
- 8

Los servicios que ya existían antes de la llegada del turismo a la comunidad son agua entubada con un 41.03%, electricidad con un 23.08% y con un 7.69% el alumbrado público y el drenaje.



## Servicios públicos que tiene actualmente (opción 1)

- Agua entubada
- Electricidad
- Drenaje
- Internet
- Pavimentación
- Recolección de basura
- Alumbrado
- No sabe
- 9



Los servicios que tienen actualmente con la llegada del turismo a la comunidad son agua entubada con 43.59%, electricidad con 28.21% y demás servicios como drenaje, internet, pavimentación, recolección de basura y alumbrado público.



## Análisis FODA

Se determinaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para el desarrollo local del turismo de naturaleza, en el municipio de Cabo Corrientes, quedando de la siguiente manera:

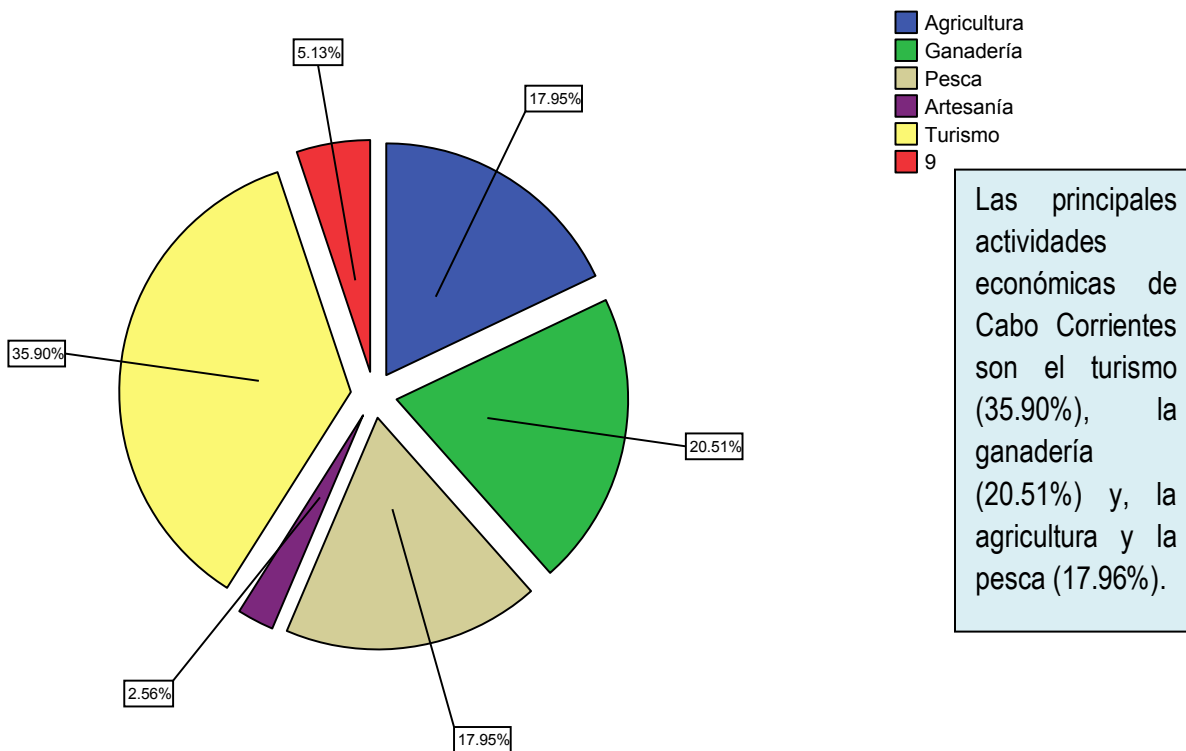
| FORTALEZAS   | OPRTUNIDADES  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gran biodiversidad de flora y fauna.</li> <li>❖ Cercanía con un polo de desarrollo turístico (Puerto Vallarta).</li> <li>❖ Posee recursos naturales y culturales con un alto potencial turístico.</li> <li>❖ Buen clima la mayor parte del año.</li> <li>❖ Cuenta con planta turística.</li> <li>❖ Belleza paisajística.</li> <li>❖ Cuenta con infraestructura básica como luz y agua.</li> <li>❖ Conocimientos básicos de la actividad turística.</li> <li>❖ Cercanía con antiguas comunidades indígenas.</li> <li>❖ Sitios vírgenes, especialmente las playas.</li> <li>❖ Interés de las comunidades por emplearse en el turismo.</li> <li>❖ Cultura de hospitalidad de los locales.</li> <li>❖ Arribo de tortuga marina y avistamiento de ballenas.</li> <li>❖ Gran potencial para senderismo y otras actividades alternativas.</li> <li>❖ Distancias cortas de playa a playa.</li> <li>❖ Cuenta ya con una empresa exitosa de turismo de naturaleza operada por ejidatarios (Hotel-Cabañas “El Cielito”).</li> <li>❖ Cuenta con opciones de alojamiento atractivas para aquellos que gustan disfrutar del turismo de naturaleza.</li> <li>❖ Cuenta con un área natural protegida (Santuario de tortuga marina “El Playón de Mismaloya”).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incremento de actividad turística.</li> <li>❖ Creación de microempresas de turismo de naturaleza operadas por locales (diversificación de la oferta turística).</li> <li>❖ Promoción de la educación y la capacitación turística (cultura turística).</li> <li>❖ Creación de oficinas para información turística.</li> <li>❖ Creación y mejora de la infraestructura turística.</li> <li>❖ Creación de programas para el manejo adecuado de los recursos naturales.</li> <li>❖ Mejora en las vías de comunicación (terrestre, aéreo y marina).</li> <li>❖ Uso de eco tecnologías para el implemento de la sostenibilidad y calidad de vida.</li> <li>❖ Mayor variedad de eventos recreativos y deportivos.</li> <li>❖ Aprovechamiento de recursos pesqueros.</li> <li>❖ Señalización de los atractivos.</li> <li>❖ Implementación de servicios básicos.</li> <li>❖ Creación de espacios turísticos.</li> </ul> |

|  |  |
|--|--|
| ❖ Riqueza gastronómica y cultural.   |  |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Falta de alojamiento dentro de la zona.</li> <li>❖ Falta de capacitación turística de los operadores turísticos.</li> <li>❖ No existen oficinas de información turística.</li> <li>❖ Falta de promoción turística por parte del gobierno municipal.</li> <li>❖ No hay señalización turística.</li> <li>❖ Falta de una cultura turística.</li> <li>❖ Falta de información de los locales para poder acceder a los apoyos del gobierno y crear microempresas.</li> <li>❖ El acceso por carretera es malo.</li> <li>❖ Falta de capacitación turística de los operadores turísticos.</li> <li>❖ Falta de telecomunicaciones.</li> <li>❖ Falta de servicios de calidad.</li> <li>❖ Falta de limpieza de playas.</li> <li>❖ Falta de implementación y uso de eco tecnologías.</li> <li>❖ Falta de infraestructura restaurantera.</li> <li>❖ Falta de servicios médicos.</li> <li>❖ Distancias largas para el traslado a Puerto Vallarta.</li> <li>❖ Espacios de alojamiento insuficientes. Falta de servicios básicos de infraestructura.</li> <li>❖ Problemas de la administración pública del municipio.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Los recursos turísticos están en manos de extranjeros o foráneos.</li> <li>❖ Deterioro del medio natural por falta de reglamentación y programas de manejo de los recursos naturales.</li> <li>❖ Mal estado de las vías de comunicación.</li> <li>❖ Falta de emprendimiento local en pymes turísticas.</li> <li>❖ Inundaciones.</li> <li>❖ Zona de riesgo de deslaves.</li> <li>❖ Desorganización administrativa.</li> <li>❖ Falta del apoyo de la comunidad local.</li> <li>❖ Debido al bajo desarrollo en la zona, los ejidatarios o dueños de los recursos, prefieren vender a bajos precios sus tierras, lo cual perjudica el desarrollo local.</li> <li>❖ Problemática de la tenencia de la tierra.</li> <li>❖ Cultivo de plantas ilegales.</li> </ul> |

## Emprendimiento en pymes turísticas

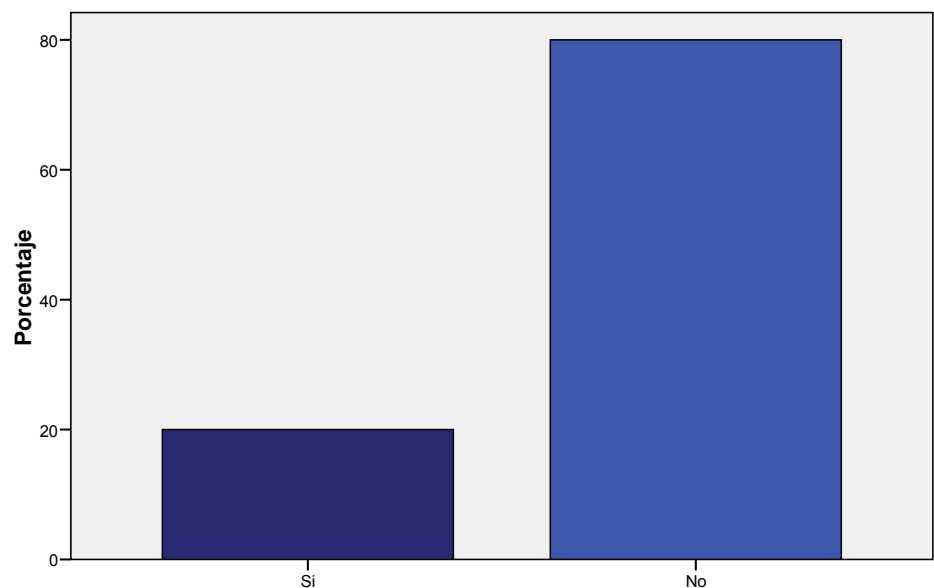
Se midió el nivel de emprendimiento en pymes turísticas como actividad complementaria para el desarrollo, arrojando los siguientes resultados: (Ver tablas de frecuencia en anexo VII)

### Principales actividades económicas de la comunidad (opción 1)

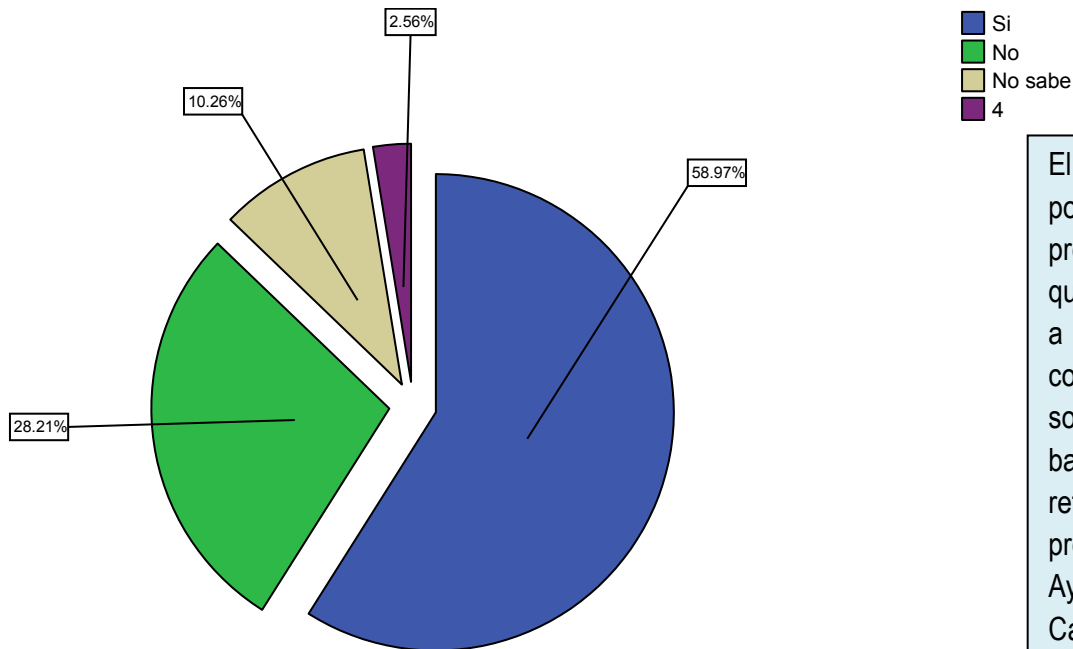


### Participa la comunidad en la toma de decisiones del TN

La comunidad de Cabo Corrientes no participa en la toma de decisiones con relación a las actividades del TN que se desarrollan en el territorio (60%).



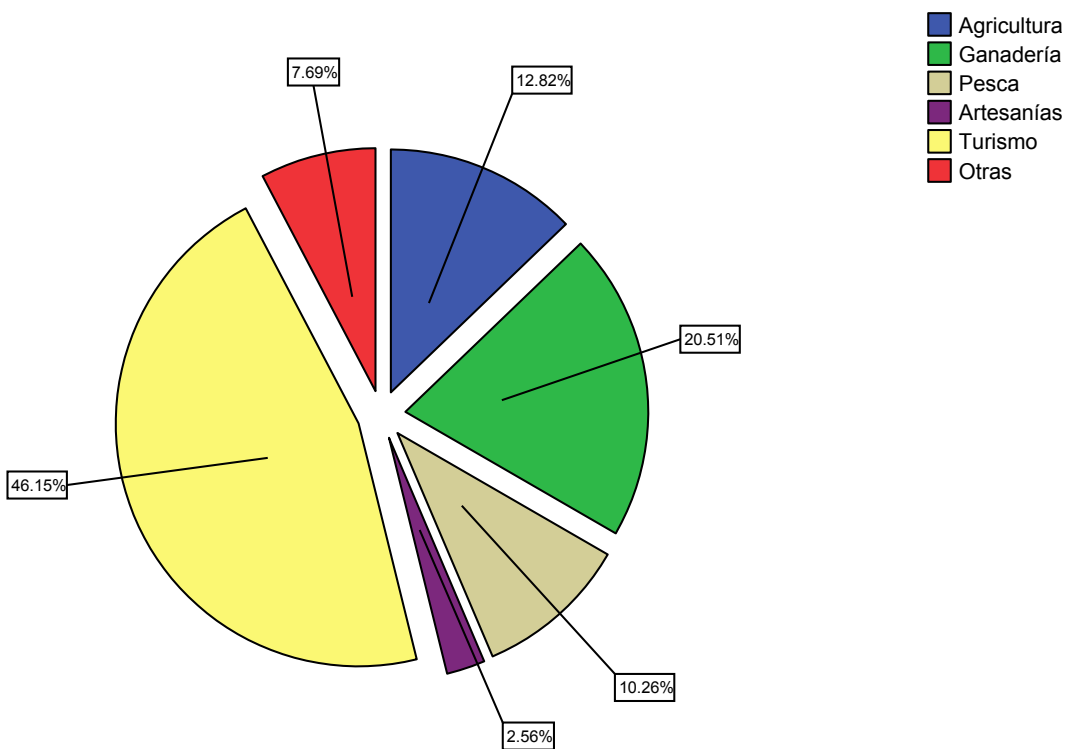
### Conoce programa y/o acción que se haya llevado a cabo



El 58.97% de la población conoce programa y/o acción que se está llevando a cabo en la comunidad, éstos son separación de basura y reforestación, promovidos por el H. Ayuntamiento de Cabo Corrientes, principalmente.

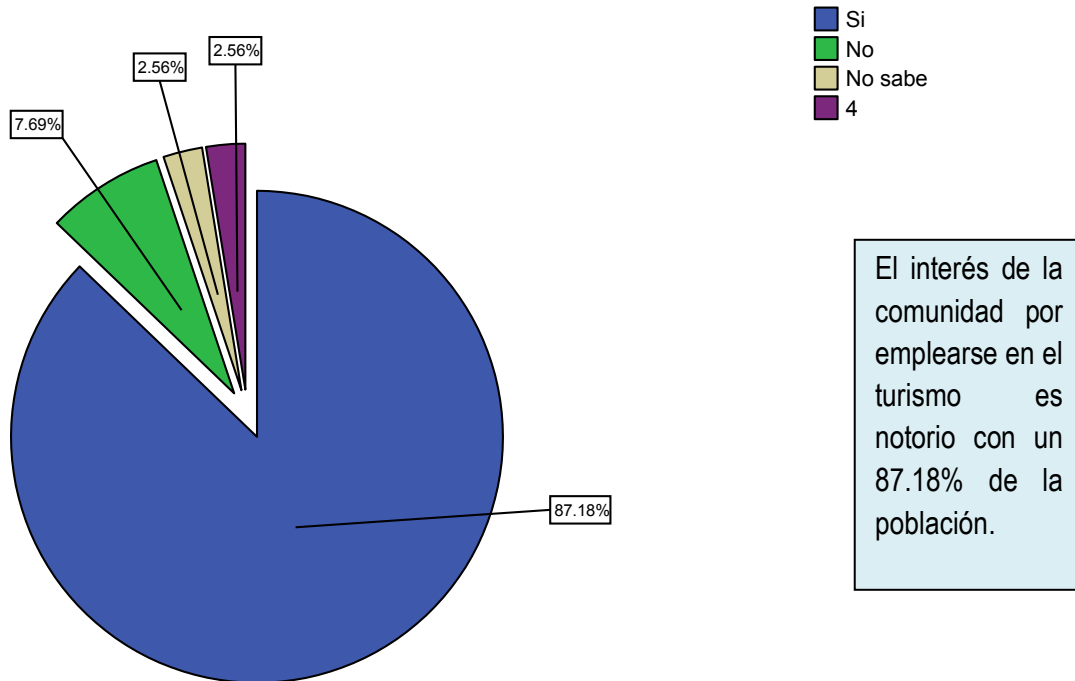
### Sectores en los que se deben invertir los recursos públicos

Los principales sectores en los que se deben invertir los recursos públicos son el turismo (46.15%), la ganadería (20.51%) y la agricultura (12.82%).

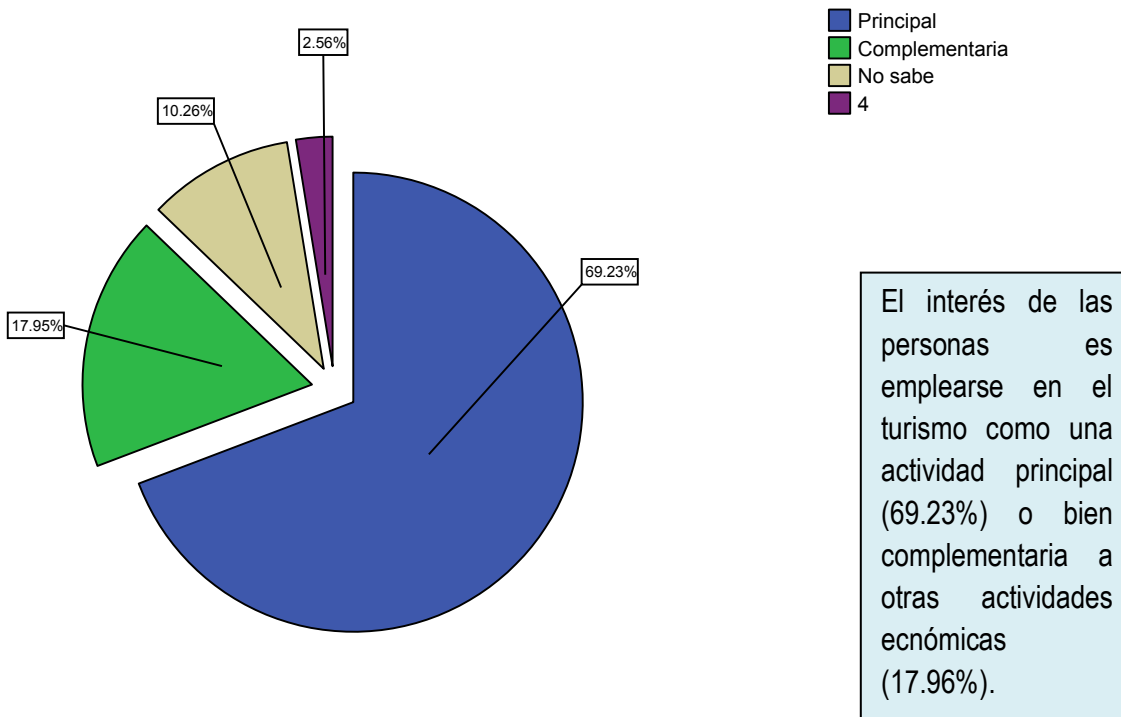




## Interés de la comunidad por emplearse en el turismo



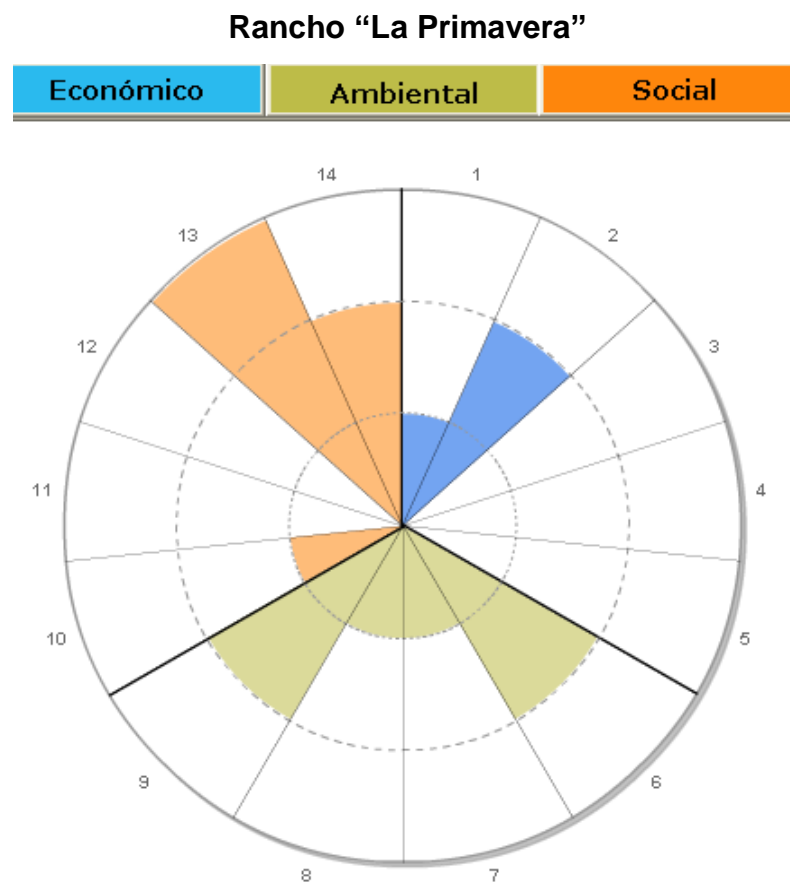
## Como una actividad principal o complementaria





## Responsabilidad social empresarial de las pymes turísticas

Se evaluó la responsabilidad social empresarial de las pymes de turismo de naturaleza existentes en el municipio de Cabo Corrientes, quedando los siguientes resultados:

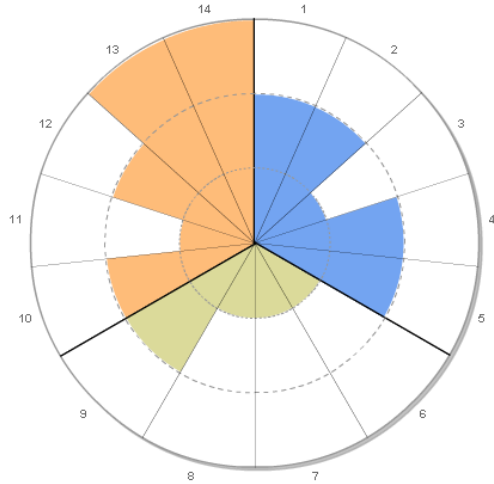


|   | Ámbito    | Pregunta  | Descripción   | Valor |   |   |   | Respuesta   |
|---|-----------|---|---|-------|---|---|---|---|
|   |           |   |   | 0     | 1 | 2 | 3 |   |
| 1 | Económico | Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. | ¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?   | 0     | 1 | 2 | 3 | El Rancho La Primavera, cuenta con un objetivo claro de sus propietarios, que es cuidar el medio ambiente, pero no tiene definidas sus estrategias.                         |
| 2 | Económico | Uso de los recursos locales.                      | ¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?   | 0     | 1 | 2 | 3 | La dueña procura hacer sus compras en el Tuito (poblado más próximo al rancho), pero principalmente son ellos los que siembran sus insumos.                                 |
| 3 | Económico | Sistemas de gestión.                              | En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, que, además, incorpore operativamente las actuaciones de la organización en RS, y tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario?  | 0     | 1 | 2 | 3 | No, puesto que no se vende como empresa. No cuentan con un plan de marketing, solo hospedan a visitantes foráneos.  |
| 4 | Económico | Marketing e innovación.                           | ¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés? Del mismo modo, ¿la organización enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de productos/servicios y procesos innovadores, todo ello, incorporando un seguimiento documentado de los resultados generados? | 0     | 1 | 2 | 3 | No. El Rancho La Primavera no está registrado ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), por lo tanto no se promociona como empresa.                          |
| 5 | Económico | Control económico.                                | ¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de excedentes, de la distribución de deudas entre las empresas proveedoras de capital, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias retenidas?   | 0     | 1 | 2 | 3 | No. Simplemente es un rancho administrado por sus propietarios que de vez en cuando hospedan a visitantes foráneos que buscan el avistamiento de aves de éste lugar.        |
| 6 | Ambiental | Política y objetivos ambientales.                 | ¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece indicadores de medida que le permitan analizar resultados y fijarse objetivos de mejora o de minimización de los impactos ambientales?  | 0     | 1 | 2 | 3 | Sí, aunque sus compromisos no son dictaminados de forma escrita, tienen un claro compromiso de protección y conservación del medio ambiente.                                |
| 7 | Ambiental | Gestión de residuos, agua y energía.              | ¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?  | 0     | 1 | 2 | 3 | No. Los propietarios del rancho, tratan de cuidar el agua, de generar menos basura, gastar menos energía eléctrica, etc., pero no cuenta con mecanismos establecidos.       |
| 8 | Ambiental | Reducción de diferentes contaminantes.            | ¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones (atmosférica, lumínica, acústica y del suelo), o para integrar su actividad en su entorno más inmediato?  | 0     | 1 | 2 | 3 | No. La reducción de contaminantes se hace de manera natural, por ética de los dueños.   |
| 9 | Ambiental | Información y formación ambiental.                | ¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental de la actividad?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Sí, los dueños fomentan entre sus trabajadores y las personas de las poblaciones próximas al rancho una cultura de un mejor cuidado en el manejo de los recursos naturales. |

|    |        |   |   |   |   |   |   |   |
|----|--------|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 | Social | Diálogo y transparencia de grupos de interés. | ¿La organización ha asumido que la transparencia para con sus grupos de interés es clave en su gestión diaria y establece canales de comunicación y diálogo con ellos para conocer sus necesidades y darles respuesta?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, al menos con los pobladores de los pueblos vecinos al rancho.   |
| 11 | Social | Valores corporativos y principios éticos.     | ¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No.   |
| 12 | Social | Igualdad de oportunidades.                    | ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?   | 0 | 1 | 2 | 3 | No cuentan con personal de trabajo, porque las acciones las llevan a cabo los mismos dueños (3 personas).   |
| 13 | Social | Comunidad local.                              | ¿La organización se esfuerza para desarrollar la comunidad local, mediante su participación activa en el tejido asociativo local, el desarrollo de acciones de patrocinio y acción social o el establecimiento de acuerdos de colaboración con otras organizaciones o empresas como estrategia de desarrollo de ésta? | 0 | 1 | 2 | 3 | Si. Los mismos pobladores locales se expresan de manera estimada hacia con los dueños del rancho, puesto que El Rancho La Primavera les ha abierto las puertas a muchos de ellos en todas las veces que así lo han requerido. |
| 14 | Social | Satisfacción de la clientela.                 | ¿La empresa asume en su relación con clientes y clientas aspectos más allá de los puramente legales o obligatorios (inversión en innovación, certificación ISO 9000, servicio de atención, etc.)?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si. Tienen comunicación vía e-mail, fotos, visitas, etc.  |

### Hotel-Cabañas “El Cielito”

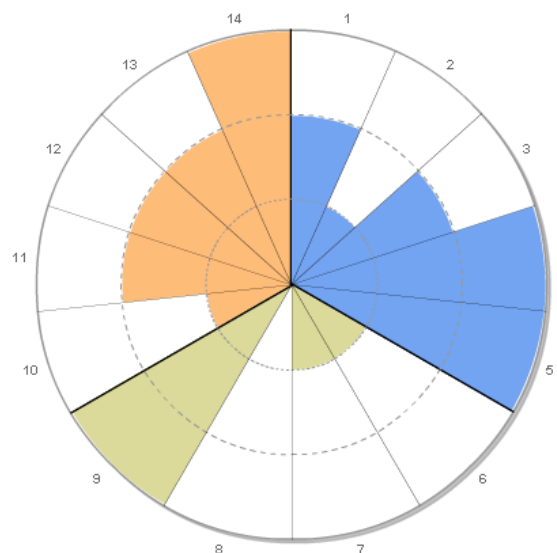
Económico    Ambiental    Social



|   | Ámbito    | Pregunta  | Descripción   | Valor |   |   |   | Respuesta   |
|---|-----------|---|---|-------|---|---|---|---|
| 1 | Económico | Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. | ¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si, aunque no cuentan con una sistemática para su control.  |
| 2 | Económico | Uso de los recursos locales.                      | ¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si, se procura comprar los recursos locales hasta el punto de abastecer todos los alimentos, principalmente.                                  |
| 3 | Económico | Sistemas de gestión.                              | En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, que, además, incorpore operativamente las actuaciones de la organización en RS, y tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario?  | 0     | 1 | 2 | 3 | No cuentan con un sistema de gestión de calidad establecido, pero hacen lo posible por implementar las buenas prácticas dentro de la empresa. |
| 4 | Económico | Marketing e innovación.                           | ¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés? Del mismo modo, ¿la organización enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de productos/servicios y procesos innovadores, todo ello, incorporando un seguimiento documentado de los resultados generados? | 0     | 1 | 2 | 3 | Si, cuentan con un plan de marketing básico.  |
| 5 | Económico | Control económico.                                | ¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de excedentes, de la distribución de deudas entre las empresas   | 0     | 1 | 2 | 3 | No tienen un contador pero el administrador lleva el control de ventas.   |

|    |           |   |   |   |   |   |   |   |
|----|-----------|---|---|---|---|---|---|---|
|    |           |   | proveedoras de capital, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias retenidas?   |   |   |   |   |   |
| 6  | Ambiental | Política y objetivos ambientales.             | ¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece indicadores de medida que le permitan analizar resultados y fijarse objetivos de mejora o de minimización de los impactos ambientales?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Cuidan el medio ambiente, pero no hay nada escrito acerca de esto.  |
| 7  | Ambiental | Gestión de residuos, agua y energía.          | ¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Cuentan con tecnología ecológica básica pero no son mecanismos establecidos para la reducción de residuos, agua y energía eléctrica.                  |
| 8  | Ambiental | Reducción de diferentes contaminantes.        | ¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones (atmosférica, lumínica, acústica y del suelo), o para integrar su actividad en su entorno más inmediato?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No, puesto que en el área territorial donde se encuentran ubicados la contaminación es prácticamente nula.  |
| 9  | Ambiental | Información y formación ambiental.            | ¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental de la actividad?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, todos los trabajadores tienen muy claro que sus acciones impactan en el ambiente, de modo que procuran las buenas prácticas dentro de la empresa. |
| 10 | Social    | Diálogo y transparencia de grupos de interés. | ¿La organización ha asumido que la transparencia para con sus grupos de interés es clave en su gestión diaria y establece canales de comunicación y diálogo con ellos para conocer sus necesidades y darles respuesta?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, cada mes se reúne el ejido para discutir las acciones que se llevarán a cabo y los posibles problemas que puedan surgir en la empresa.            |
| 11 | Social    | Valores corporativos y principios éticos.     | ¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Se tienen definidos los valores corporativos y principios éticos, pero no están potenciados en plazos (mediano y largo).                              |
| 12 | Social    | Igualdad de oportunidades.                    | ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, todos los trabajadores son y tienen que ser locales.  |
| 13 | Social    | Comunidad local.                              | ¿La organización se esfuerza para desarrollar la comunidad local, mediante su participación activa en el tejido asociativo local, el desarrollo de acciones de patrocinio y acción social o el establecimiento de acuerdos de colaboración con otras organizaciones o empresas como estrategia de desarrollo de ésta? | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, al ser una sociedad cooperativa ecológica campesina promotora de la economía social se esfuerza por el desarrollo de su comunidad.                |
| 14 | Social    | Satisfacción de la clientela.                 | ¿La empresa asume en su relación con clientes y clientas aspectos más allá de los puramente legales o obligatorios (inversión en innovación, certificación ISO 9000, servicio de atención, etc.)?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, por medios de comunicación.   |

### Canopy Tour “Los Veranos”



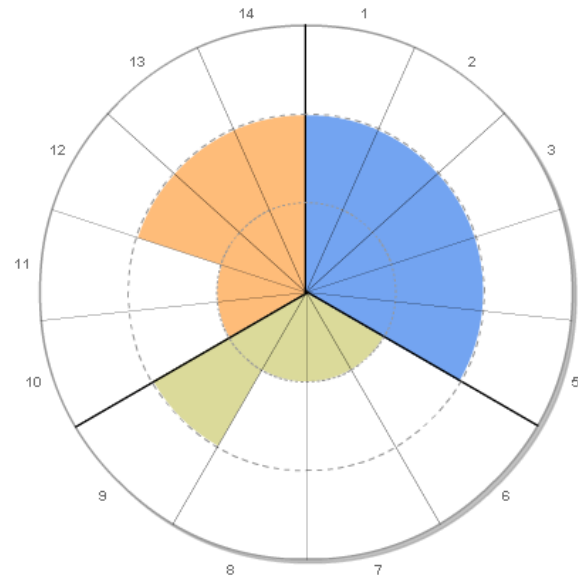
|   | Ámbito    | Pregunta  | Descripción   | Valor |   |   |   | Respuesta   |
|---|-----------|---|---|-------|---|---|---|---|
|   |           |   |   | 0     | 1 | 2 | 3 |   |
| 1 | Económico | Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. | ¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 2 | Económico | Uso de los recursos locales.                      | ¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si, solo en alimentos.                                  |
| 3 | Económico | Sistemas de gestión.                              | En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, que, además, incorpore operativamente las actuaciones de la organización en RS, y tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario?  | 0     | 1 | 2 | 3 | Si, cuentan con un sistema de gestión de calidad.       |
| 4 | Económico | Marketing e innovación.                           | ¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés? Del mismo modo, ¿la organización enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de productos/servicios y procesos innovadores, todo ello, incorporando un seguimiento documentado de los resultados generados? | 0     | 1 | 2 | 3 | Si, cuenta con un buen plan de marketing internacional. |
| 5 | Económico | Control económico.                                | ¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si.   |



|    |           |   |   |   |   |   |   |   |
|----|-----------|---|---|---|---|---|---|---|
|    |           |   | excedentes, de la distribución de deudas entre las empresas proveedoras de capital, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias retenidas?   |   |   |   |   |   |
| 6  | Ambiental | Política y objetivos ambientales.             | ¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece indicadores de medida que le permitan analizar resultados y fijarse objetivos de mejora o de minimización de los impactos ambientales?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Tienen un compromiso explícito pero dan prioridad a las ventas masivas dejando un poco atrás lo medioambiental.   |
| 7  | Ambiental | Gestión de residuos, agua y energía.          | ¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Cuentan con un buen sistema de desechos de residuos e incluso reciclan, pero no cuentan con mecanismos para la reducción en el consumo de agua y energía eléctrica.                   |
| 8  | Ambiental | Reducción de diferentes contaminantes.        | ¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones (atmosférica, lumínica, acústica y del suelo), o para integrar su actividad en su entorno más inmediato?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No.   |
| 9  | Ambiental | Información y formación ambiental.            | ¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental de la actividad?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Fomentan, sobre todo entre sus colaboradores las buenas prácticas ambientales.  |
| 10 | Social    | Diálogo y transparencia de grupos de interés. | ¿La organización ha asumido que la transparencia para con sus grupos de interés es clave en su gestión diaria y establece canales de comunicación y diálogo con ellos para conocer sus necesidades y darles respuesta?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Aunque el tipo de tenencia de la tierra es ejidal, la empresa es privada, por lo tanto solo rinde cuentas al dueño de la empresa.   |
| 11 | Social    | Valores corporativos y principios éticos.     | ¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si cuenta con valores corporativos y éticos.  |
| 12 | Social    | Igualdad de oportunidades.                    | ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Se trata de ser igualitarios en la selección, contratación, formación, promoción y retribución para con las personas de la organización pero no tienen un mecanismo que lo garantice. |
| 13 | Social    | Comunidad local.                              | ¿La organización se esfuerza para desarrollar la comunidad local, mediante su participación activa en el tejido asociativo local, el desarrollo de acciones de patrocinio y acción social o el establecimiento de acuerdos de colaboración con otras organizaciones o empresas como estrategia de desarrollo de ésta? | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, en la medida de lo posible.   |
| 14 | Social    | Satisfacción de la clientela.                 | ¿La empresa asume en su relación con clientes y clientas aspectos más allá de los puramente legales o obligatorios (inversión en innovación, certificación ISO 9000, servicio de atención, etc.)?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si a través de correo electrónico, además de aplicar una evaluación de satisfacción del cliente.  |

### Canopy “Indio Paraíso”

**Económico**    **Ambiental**    **Social**

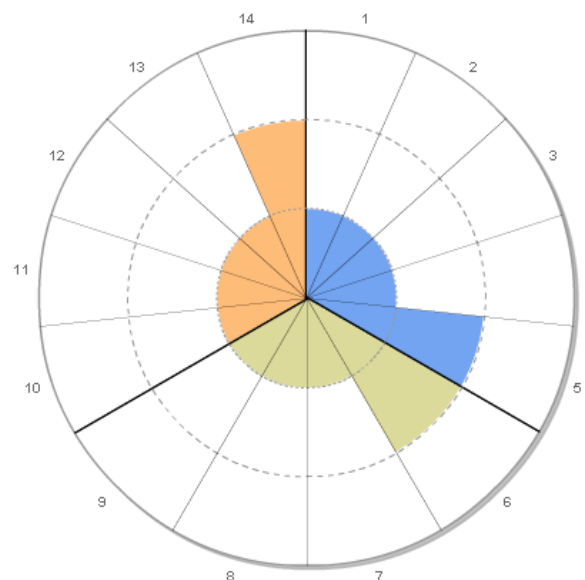


|   | Ámbito    | Pregunta  | Descripción   | Valor |   |   |   | Respuesta   |
|---|-----------|---|---|-------|---|---|---|---|
| 1 | Económico | Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. | ¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 2 | Económico | Uso de los recursos locales.                      | ¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?   | 0     | 1 | 2 | 3 | En la medida de lo posible, por ser una empresa comunitaria.                            |
| 3 | Económico | Sistemas de gestión.                              | En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, que, además, incorpore operativamente las actuaciones de la organización en RS, y tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario?  | 0     | 1 | 2 | 3 | Si, sobre todo en la organización de recursos humanos por ser una sociedad cooperativa. |
| 4 | Económico | Marketing e innovación.                           | ¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés? Del mismo modo, ¿la organización enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de productos/servicios y procesos innovadores, todo ello, incorporando un seguimiento documentado de los resultados generados? | 0     | 1 | 2 | 3 | Cuentan con un plan de marketing pero dejan de lado la innovación.                      |

|    |           |   |   |   |   |   |   |  |
|----|-----------|---|---|---|---|---|---|--|
| 5  | Económico | Control económico.                            | ¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de excedentes, de la distribución de deudas entre las empresas proveedoras de capital, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias retenidas?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si controlan adecuadamente sus ventas.   |
| 6  | Ambiental | Política y objetivos ambientales.             | ¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece indicadores de medida que le permitan analizar resultados y fijarse objetivos de mejora o de minimización de los impactos ambientales?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Se respeta al medio ambiente por ser su lugar de nacimiento, pero no hay mecanismos establecidos.                        |
| 7  | Ambiental | Gestión de residuos, agua y energía.          | ¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Se deshacen de los residuos pero no hay un mecanismo establecido.  |
| 8  | Ambiental | Reducción de diferentes contaminantes.        | ¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones (atmosférica, lumínica, acústica y del suelo), o para integrar su actividad en su entorno más inmediato?  | 0 | 1 | 2 | 3 | La contaminación en el área territorial donde esta empresa opera, es prácticamente nula.                                 |
| 9  | Ambiental | Información y formación ambiental.            | ¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental de la actividad?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si existen las buenas prácticas ambientales, por ética y valores propios de cada individuo.                              |
| 10 | Social    | Diálogo y transparencia de grupos de interés. | ¿La organización ha asumido que la transparencia para con sus grupos de interés es clave en su gestión diaria y establece canales de comunicación y diálogo con ellos para conocer sus necesidades y darles respuesta?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, se convoca a todos los empleados a las reuniones del mes donde se les hace saber todos los pormenores de la empresa. |
| 11 | Social    | Valores corporativos y principios éticos.     | ¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si tienen valores definidos. Pero no se asumen responsabilidades a largo plazo.  |
| 12 | Social    | Igualdad de oportunidades.                    | ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Solo en selección y contratación y, les ha resultado bien.   |
| 13 | Social    | Comunidad local.                              | ¿La organización se esfuerza para desarrollar la comunidad local, mediante su participación activa en el tejido asociativo local, el desarrollo de acciones de patrocinio y acción social o el establecimiento de acuerdos de colaboración con otras organizaciones o empresas como estrategia de desarrollo de ésta? | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, de hecho existe por parte de la empresa elegir un Comité de Ecología para la localidad donde labora la empresa.      |
| 14 | Social    | Satisfacción de la clientela.                 | ¿La empresa asume en su relación con clientes y clientes aspectos más allá de los puramente legales o obligatorios (inversión en innovación, certificación ISO 9000, servicio de atención, etc.)?   | 0 | 1 | 2 | 3 | un trato cordial con sus visitantes para que se vuelvan clientes de la empresa.  |

### Rancho "Altamira"

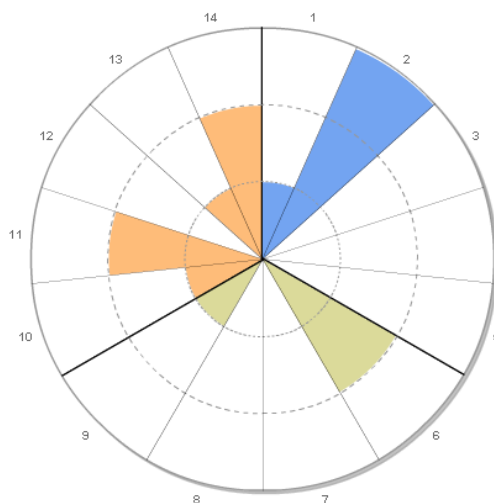
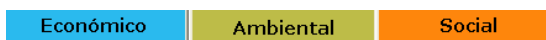
**Económico**      **Ambiental**      **Social**



|   | Ámbito    | Pregunta  | Descripción   | Valor   | Respuesta  |
|---|-----------|---|---|---------|--|
| 1 | Económico | Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. | ¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?   | 0 1 2 3 | No, se guían por instinto.   |
| 2 | Económico | Uso de los recursos locales.                      | ¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?   | 0 1 2 3 | Se procuran algunas compras locales pero la mayoría de sus insumos son foráneos.               |
| 3 | Económico | Sistemas de gestión.                              | En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, que, además, incorpore operativamente las actuaciones de la organización en RS, y tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario?  | 0 1 2 3 | Hasta el momento no, pero existen planes a corto plazo.  |
| 4 | Económico | Marketing e innovación.                           | ¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés? Del mismo modo, ¿la organización enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de productos/servicios y procesos innovadores, todo ello, incorporando un seguimiento documentado de | 0 1 2 3 | Por el momento no, pues están en etapa de puertas cerradas por remodelación externa e interna. |

|    |           |   |   |   |   |   |   |   |
|----|-----------|---|---|---|---|---|---|---|
|    |           |   | los resultados generados?   |   |   |   |   |   |
| 5  | Económico | Control económico.                            | ¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de excedentes, de la distribución de deudas entre las empresas proveedoras de capital, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias retenidas?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, hasta el momento contaban con un administrador.   |
| 6  | Ambiental | Política y objetivos ambientales.             | ¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece indicadores de medida que le permitan analizar resultados y fijarse objetivos de mejora o de minimización de los impactos ambientales?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, se procura cuidar el medio ambiente por ser su área de trabajo.                                     |
| 7  | Ambiental | Gestión de residuos, agua y energía.          | ¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No. Existen buenas prácticas, pero no mecanismos establecidos.  |
| 8  | Ambiental | Reducción de diferentes contaminantes.        | ¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones (atmosférica, lumínica, acústica y del suelo), o para integrar su actividad en su entorno más inmediato?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No. Existen buenas prácticas, pero no mecanismos establecidos.  |
| 9  | Ambiental | Información y formación ambiental.            | ¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental de la actividad?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, sobre todo con sus colaboradores.   |
| 10 | Social    | Diálogo y transparencia de grupos de interés. | ¿La organización ha asumido que la transparencia para con sus grupos de interés es clave en su gestión diaria y establece canales de comunicación y diálogo con ellos para conocer sus necesidades y darles respuesta?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Hasta el momento no porque están cambiando de dueño y se están renovando.                               |
| 11 | Social    | Valores corporativos y principios éticos.     | ¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Hasta el momento no porque están cambiando de dueño y se están renovando.                               |
| 12 | Social    | Igualdad de oportunidades.                    | ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Hasta el momento no porque están cambiando de dueño y se están renovando.                               |
| 13 | Social    | Comunidad local.                              | ¿La organización se esfuerza para desarrollar la comunidad local, mediante su participación activa en el tejido asociativo local, el desarrollo de acciones de patrocinio y acción social o el establecimiento de acuerdos de colaboración con otras organizaciones o empresas como estrategia de desarrollo de ésta? | 0 | 1 | 2 | 3 | En la medida de lo posible.   |
| 14 | Social    | Satisfacción de la clientela.                 | ¿La empresa asume en su relación con clientes y clientas aspectos más allá de los puramente legales o obligatorios (inversión en innovación, certificación ISO 9000, servicio de atención, etc.)?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, después de la primera visita se trata de seguir contacto con sus visitantes vía correo electrónico. |

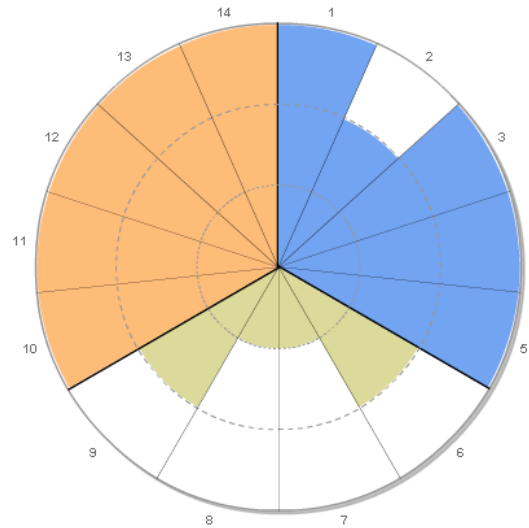
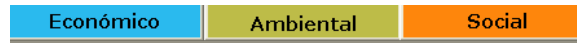
### Cabañas "El Buque"



|   | Ámbito    | Pregunta  | Descripción   | Valor |   |   |   | Respuesta   |
|---|-----------|---|---|-------|---|---|---|---|
|   |           |   |   | 0     | 1 | 2 | 3 |   |
| 1 | Económico | Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. | ¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?   | 0     | 1 | 2 | 3 | No. Los dueños son los únicos operadores de esas cabañas.   |
| 2 | Económico | Uso de los recursos locales.                      | ¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Siempre usan los recursos locales, tanto en infraestructura de las cabañas como en alimentos para los visitantes. |
| 3 | Económico | Sistemas de gestión.                              | En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, que, además, incorpore operativamente las actuaciones de la organización en RS, y tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario?  | 0     | 1 | 2 | 3 | No.   |
| 4 | Económico | Marketing e innovación.                           | ¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés? Del mismo modo, ¿la organización enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de productos/servicios y procesos innovadores, todo ello, incorporando un seguimiento documentado de los resultados generados? | 0     | 1 | 2 | 3 | No.   |
| 5 | Económico | Control económico.                                | ¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de   | 0     | 1 | 2 | 3 | No.   |

|    |           |   |   |   |   |   |   |   |
|----|-----------|---|---|---|---|---|---|---|
|    |           |   | excedentes, de la distribución de deudas entre las empresas proveedoras de capital, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias retenidas?   |   |   |   |   |   |
| 6  | Ambiental | Política y objetivos ambientales.             | ¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece indicadores de medida que le permitan analizar resultados y fijarse objetivos de mejora o de minimización de los impactos ambientales?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Por convicción de valores morales propios de los dueños es que se propicia un respeto hacia el medio ambiente. Pero no se establecen ningún tipo de indicadores.            |
| 7  | Ambiental | Gestión de residuos, agua y energía.          | ¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No.   |
| 8  | Ambiental | Reducción de diferentes contaminantes.        | ¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones (atmosférica, lumínica, acústica y del suelo), o para integrar su actividad en su entorno más inmediato?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No.   |
| 9  | Ambiental | Información y formación ambiental.            | ¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental de la actividad?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Por convicción de valores morales propios de los dueños es que se propicia un respeto hacia el medio ambiente.  |
| 10 | Social    | Diálogo y transparencia de grupos de interés. | ¿La organización ha asumido que la transparencia para con sus grupos de interés es clave en su gestión diaria y establece canales de comunicación y diálogo con ellos para conocer sus necesidades y darles respuesta?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Son solo dos personas mayores los dueños y también quienes administran las cabañas, por tanto, no hay grupos de interés al derredor.  |
| 11 | Social    | Valores corporativos y principios éticos.     | ¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, aunque no están plasmados.  |
| 12 | Social    | Igualdad de oportunidades.                    | ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?   | 0 | 1 | 2 | 3 | No.   |
| 13 | Social    | Comunidad local.                              | ¿La organización se esfuerza para desarrollar la comunidad local, mediante su participación activa en el tejido asociativo local, el desarrollo de acciones de patrocinio y acción social o el establecimiento de acuerdos de colaboración con otras organizaciones o empresas como estrategia de desarrollo de ésta? | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, sobre todo por el uso de recursos locales.  |
| 14 | Social    | Satisfacción de la clientela.                 | ¿La empresa asume en su relación con clientes y clientas aspectos más allá de los puramente legales o obligatorios (inversión en innovación, certificación ISO 9000, servicio de atención, etc.)?   | 0 | 1 | 2 | 3 | No cuentan con ningún tipo de medio de comunicación, por lo tanto el visitante que regresa es porque se le dio un buen trato durante su estancia en las cabañas "El Buque". |

### Hotel del Mar ("Hotel Lagunita")

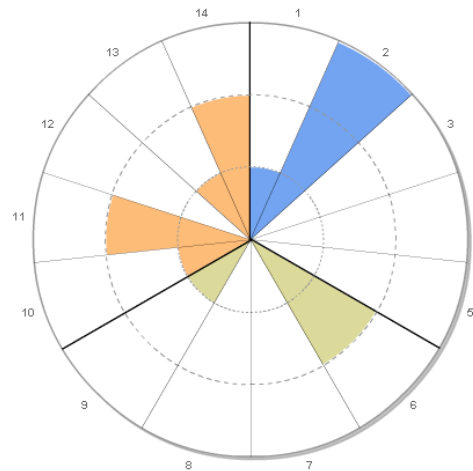


|   | Ámbito    | Pregunta  | Descripción   | Valor |   |   |   | Respuesta  |
|---|-----------|---|---|-------|---|---|---|--|
| 1 | Económico | Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. | ¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si.  |
| 2 | Económico | Uso de los recursos locales.                      | ¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?   | 0     | 1 | 2 | 3 | En la medida de lo posible, sobre todo en alimentos. |
| 3 | Económico | Sistemas de gestión.                              | En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, que, además, incorpore operativamente las actuaciones de la organización en RS, y tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario?  | 0     | 1 | 2 | 3 | Si.  |
| 4 | Económico | Marketing e innovación.                           | ¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés? Del mismo modo, ¿la organización enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de productos/servicios y procesos innovadores, todo ello, incorporando un seguimiento documentado de los resultados generados? | 0     | 1 | 2 | 3 | Si.  |
| 5 | Económico | Control económico.                                | ¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si.  |



|    |           |   |   |   |   |   |   |   |
|----|-----------|---|---|---|---|---|---|---|
|    |           |   | excedentes, de la distribución de deudas entre las empresas proveedoras de capital, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias retenidas?   |   |   |   |   |   |
| 6  | Ambiental | Política y objetivos ambientales.             | ¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece indicadores de medida que le permitan analizar resultados y fijarse objetivos de mejora o de minimización de los impactos ambientales?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, más que nada un compromiso con la población para el cuidado del medio ambiente. |
| 7  | Ambiental | Gestión de residuos, agua y energía.          | ¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Existen mecanismos solo con el tratamiento de la basura.                            |
| 8  | Ambiental | Reducción de diferentes contaminantes.        | ¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones (atmosférica, lumínica, acústica y del suelo), o para integrar su actividad en su entorno más inmediato?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No existen contaminantes en esa área territorial.                                   |
| 9  | Ambiental | Información y formación ambiental.            | ¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental de la actividad?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 10 | Social    | Diálogo y transparencia de grupos de interés. | ¿La organización ha asumido que la transparencia para con sus grupos de interés es clave en su gestión diaria y establece canales de comunicación y diálogo con ellos para conocer sus necesidades y darles respuesta?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 11 | Social    | Valores corporativos y principios éticos.     | ¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 12 | Social    | Igualdad de oportunidades.                    | ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 13 | Social    | Comunidad local.                              | ¿La organización se esfuerza para desarrollar la comunidad local, mediante su participación activa en el tejido asociativo local, el desarrollo de acciones de patrocinio y acción social o el establecimiento de acuerdos de colaboración con otras organizaciones o empresas como estrategia de desarrollo de ésta? | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 14 | Social    | Satisfacción de la clientela.                 | ¿La empresa asume en su relación con clientes y clientas aspectos más allá de los puramente legales o obligatorios (inversión en innovación, certificación ISO 9000, servicio de atención, etc.)?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |

### Cabañas "El Ocaso"

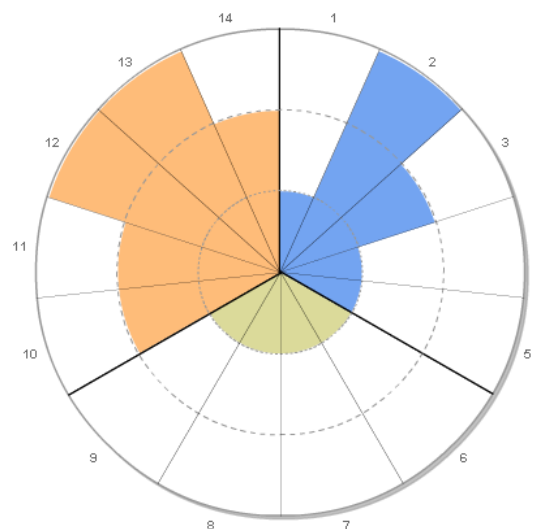


|   | Ámbito    | Pregunta  | Descripción   | Valor |   |   |   | Respuesta   |
|---|-----------|---|---|-------|---|---|---|---|
| 1 | Económico | Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. | ¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?   | 0     | 1 | 2 | 3 | No. Los únicos operadores de las cabañas es una familia de 5 integrantes.   |
| 2 | Económico | Uso de los recursos locales.                      | ¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Siempre usan los recursos locales, tanto en infraestructura de las cabañas como en alimentos para los visitantes e incluso los mismos dueños son los encargados de la construcción de la infraestructura. |
| 3 | Económico | Sistemas de gestión.                              | En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, que, además, incorpore operativamente las actuaciones de la organización en RS, y tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario?  | 0     | 1 | 2 | 3 | No.   |
| 4 | Económico | Marketing e innovación.                           | ¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés? Del mismo modo, ¿la organización enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de productos/servicios y procesos innovadores, todo ello, incorporando un seguimiento documentado de los resultados generados? | 0     | 1 | 2 | 3 | No.   |

|    |           |   |   |   |   |   |   |  |
|----|-----------|---|---|---|---|---|---|--|
| 5  | Económico | Control económico.                            | ¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de excedentes, de la distribución de deudas entre las empresas proveedoras de capital, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias retenidas?   | 0 | 1 | 2 | 3 | No.  |
| 6  | Ambiental | Política y objetivos ambientales.             | ¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece indicadores de medida que le permitan analizar resultados y fijarse objetivos de mejora o de minimización de los impactos ambientales?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Por convicción de valores morales propios de los dueños es que se propicia un respeto hacia el medio ambiente. Pero no se establecen ningún tipo de indicadores. |
| 7  | Ambiental | Gestión de residuos, agua y energía.          | ¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No.  |
| 8  | Ambiental | Reducción de diferentes contaminantes.        | ¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones (atmosférica, lumínica, acústica y del suelo), o para integrar su actividad en su entorno más inmediato?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No.  |
| 9  | Ambiental | Información y formación ambiental.            | ¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental de la actividad?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Por convicción de valores morales propios de los dueños es que se propicia un respeto hacia el medio ambiente.   |
| 10 | Social    | Diálogo y transparencia de grupos de interés. | ¿La organización ha asumido que la transparencia para con sus grupos de interés es clave en su gestión diaria y establece canales de comunicación y diálogo con ellos para conocer sus necesidades y darles respuesta?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Los únicos grupos de interés es la familia dueños y administradores de las cabañas.  |
| 11 | Social    | Valores corporativos y principios éticos.     | ¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, aunque no están plasmados.   |
| 12 | Social    | Igualdad de oportunidades.                    | ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?   | 0 | 1 | 2 | 3 | No.  |
| 13 | Social    | Comunidad local.                              | ¿La organización se esfuerza para desarrollar la comunidad local, mediante su participación activa en el tejido asociativo local, el desarrollo de acciones de patrocinio y acción social o el establecimiento de acuerdos de colaboración con otras organizaciones o empresas como estrategia de desarrollo de ésta? | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, sobre todo por el uso de recursos locales.   |
| 14 | Social    | Satisfacción de la clientela.                 | ¿La empresa asume en su relación con clientes y clientas aspectos más allá de los puramente legales o obligatorios (inversión en innovación, certificación ISO 9000, servicio de atención, etc.)?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, aunque no tienen forma de comunicación con sus clientes, ellos vuelven al lugar por el buen trato recibido.  |

### Hacienda "El Divisadero"

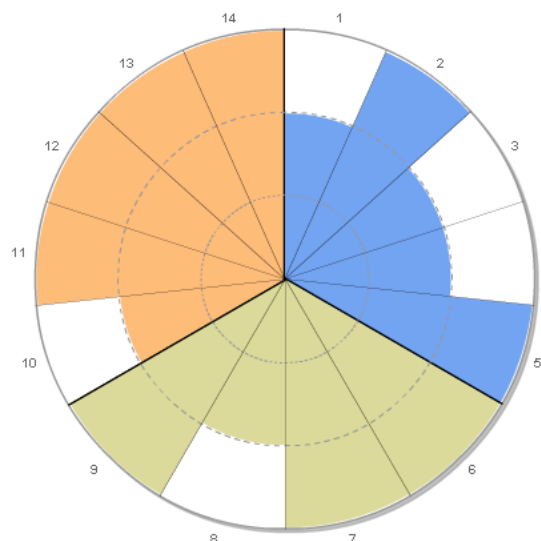
Económico    Ambiental    Social



|   | Ámbito    | Pregunta  | Descripción   | Valor |   |   |   | Respuesta   |
|---|-----------|---|---|-------|---|---|---|---|
| 1 | Económico | Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. | ¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si, por parte de su dueño el Sr. Florentino Carbajal, pero no es una declaración formal escrita.  |
| 2 | Económico | Uso de los recursos locales.                      | ¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 3 | Económico | Sistemas de gestión.                              | En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, que, además, incorpore operativamente las actuaciones de la organización en RS, y tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario?  | 0     | 1 | 2 | 3 | Si, siguen el mismo sistema de otros restaurantes de los que el Sr. Florentino Carbajal es dueño. |
| 4 | Económico | Marketing e innovación.                           | ¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés? Del mismo modo, ¿la organización enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de productos/servicios y procesos innovadores, todo ello, incorporando un seguimiento documentado de los resultados generados? | 0     | 1 | 2 | 3 | No, siguen el mismo sistema de otros restaurantes de los que el Sr. Florentino Carbajal es dueño. |
| 5 | Económico | Control económico.                                | ¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de excedentes, de la distribución de deudas entre las empresas proveedoras   | 0     | 1 | 2 | 3 | No, siguen el mismo sistema de otros restaurantes de los que el Sr. Florentino Carbajal           |

|    |           |   |   |   |   |   |   |   |
|----|-----------|---|---|---|---|---|---|---|
|    |           |   | de capital, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias retenidas?   |   |   |   |   | es dueño.   |
| 6  | Ambiental | Política y objetivos ambientales.             | ¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece indicadores de medida que le permitan analizar resultados y fijarse objetivos de mejora o de minimización de los impactos ambientales?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No hay nada establecido, pero asumen un compromiso moral con el cuidado y la conservación del medio ambiente. |
| 7  | Ambiental | Gestión de residuos, agua y energía.          | ¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No hay nada establecido, pero asumen un compromiso moral con el cuidado y la conservación del medio ambiente. |
| 8  | Ambiental | Reducción de diferentes contaminantes.        | ¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones (atmosférica, lumínica, acústica y del suelo), o para integrar su actividad en su entorno más inmediato?  | 0 | 1 | 2 | 3 | No hay nada establecido, pero asumen un compromiso moral con el cuidado y la conservación del medio ambiente. |
| 9  | Ambiental | Información y formación ambiental.            | ¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental de la actividad?   | 0 | 1 | 2 | 3 | No hay nada establecido, pero asumen un compromiso moral con el cuidado y la conservación del medio ambiente. |
| 10 | Social    | Diálogo y transparencia de grupos de interés. | ¿La organización ha asumido que la transparencia para con sus grupos de interés es clave en su gestión diaria y establece canales de comunicación y diálogo con ellos para conocer sus necesidades y darles respuesta?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Existe transparencia y diálogo para con los trabajadores que son personas de la misma comunidad.              |
| 11 | Social    | Valores corporativos y principios éticos.     | ¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Existen valores éticos para con todos los involucrados en la empresa.   |
| 12 | Social    | Igualdad de oportunidades.                    | ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, sobre todo con las personas locales que son sus principales colaboradores.                                |
| 13 | Social    | Comunidad local.                              | ¿La organización se esfuerza para desarrollar la comunidad local, mediante su participación activa en el tejido asociativo local, el desarrollo de acciones de patrocinio y acción social o el establecimiento de acuerdos de colaboración con otras organizaciones o empresas como estrategia de desarrollo de ésta? | 0 | 1 | 2 | 3 | Se apoya mucho a la comunidad, por ser una zona de marginación alta.  |
| 14 | Social    | Satisfacción de la clientela.                 | ¿La empresa asume en su relación con clientes y clientas aspectos más allá de los puramente legales o obligatorios (inversión en innovación, certificación ISO 9000, servicio de atención, etc.)?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, a través del servicio personalizado y una evaluación enviada a su correo electrónico.                     |

## Jardines Botánicos de Vallarta



|   | Ámbito    | Pregunta  | Descripción   | Valor |   |   |   | Respuesta  |
|---|-----------|---|---|-------|---|---|---|--|
| 1 | Económico | Misión, visión, valores y objetivos estratégicos. | ¿La organización dispone de una declaración formal de sus valores, misión, visión y objetivos a largo plazo, así como de una sistemática para su control?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si.  |
| 2 | Económico | Uso de los recursos locales.                      | ¿La organización prioriza las compras de recursos locales y tiene una política definida respecto a estas compras?   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si   |
| 3 | Económico | Sistemas de gestión.                              | En términos operativos, ¿la organización dispone de un sistema de gestión de la calidad, que, además, incorpore operativamente las actuaciones de la organización en RS, y tiene herramientas para la planificación y el seguimiento presupuestario?  | 0     | 1 | 2 | 3 | Tratan en la medida de lo posible de que lo que ofrecen tengan la calidad justa, pero no hay un sistema en el cual se pueda gestionar. |
| 4 | Económico | Marketing e innovación.                           | ¿La organización dispone de un plan de marketing y controla sus productos/servicios y las comunicaciones que realiza a sus grupos de interés? Del mismo modo, ¿la organización enfoca parte de sus esfuerzos a la generación de productos/servicios y procesos innovadores, todo ello, incorporando un seguimiento documentado de los resultados generados? | 0     | 1 | 2 | 3 | Si, pero no a largo plazo.   |
| 5 | Económico | Control económico.                                | ¿La organización lleva un control de ventas, de la destinación de excedentes, de la distribución de deudas entre las empresas proveedoras   | 0     | 1 | 2 | 3 | Si   |

|    |           |   |   |   |   |   |   |   |
|----|-----------|---|---|---|---|---|---|---|
|    |           |   | de capital, de los impuestos y subsidios recibidos, y de la evolución de las ganancias retenidas?   |   |   |   |   |   |
| 6  | Ambiental | Política y objetivos ambientales.             | ¿La organización evidencia un compromiso explícito con el medio ambiente, establece indicadores de medida que le permitan analizar resultados y fijarse objetivos de mejora o de minimización de los impactos ambientales?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 7  | Ambiental | Gestión de residuos, agua y energía.          | ¿La organización tiene establecidos mecanismos que favorezcan una buena gestión de sus residuos, el agua y la energía?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 8  | Ambiental | Reducción de diferentes contaminantes.        | ¿La organización tiene establecidos mecanismos para reducir diferentes tipos de contaminaciones (atmosférica, lumínica, acústica y del suelo), o para integrar su actividad en su entorno más inmediato?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Esta empresa no está ubicada en una zona contaminada. |
| 9  | Ambiental | Información y formación ambiental.            | ¿La organización fomenta la participación, información y formación de las personas en los procesos de mejora ambiental de la actividad?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 10 | Social    | Diálogo y transparencia de grupos de interés. | ¿La organización ha asumido que la transparencia para con sus grupos de interés es clave en su gestión diaria y establece canales de comunicación y diálogo con ellos para conocer sus necesidades y darles respuesta?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si, con todos los involucrados.                       |
| 11 | Social    | Valores corporativos y principios éticos.     | ¿La organización tiene definidos unos valores corporativos y principios de actuación éticos para cada grupo de interés que guíen su actividad a corto y largo plazo?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 12 | Social    | Igualdad de oportunidades.                    | ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación, formación, promoción y retribución de las personas de la organización?   | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 13 | Social    | Comunidad local.                              | ¿La organización se esfuerza para desarrollar la comunidad local, mediante su participación activa en el tejido asociativo local, el desarrollo de acciones de patrocinio y acción social o el establecimiento de acuerdos de colaboración con otras organizaciones o empresas como estrategia de desarrollo de ésta? | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |
| 14 | Social    | Satisfacción de la clientela.                 | ¿La empresa asume en su relación con clientes y dientas aspectos más allá de los puramente legales o obligatorios (inversión en innovación, certificación ISO 9000, servicio de atención, etc.)?  | 0 | 1 | 2 | 3 | Si.   |

## DISCUSIÓN

La ruralidad mexicana enfrenta uno de los momentos más dramáticos de su existencia, ya que las políticas de desarrollo generadas desde el centro impactan de manera rotunda en las economías emergentes localizadas en la periferia, esto trae consigo un cúmulo de obstáculos que impiden el desarrollo en las regiones más desprotegidas o vulnerables en los diferentes países en vías de desarrollo como es el caso de México (Espinoza, *et. al.*, 2009).

Si bien, el turismo de naturaleza puede ser una estrategia de desarrollo local endógeno que inspire a nuevas formas de organización impulsada de “abajo hacia arriba”, que permita conservar su identidad pero a la vez, incursionar en otro sector, proporcionando ventaja competitiva en la cadena de valor de los productos del sector primario a través de la asociación de empresas turísticas, solo podrá ser real, siempre que esto se desarrolle en un contexto participativo y adecuadamente planeado, donde el municipio tiene un papel preponderante. En tanto el municipio en general ha promovido con comunidades y ejidos, incentivar con apoyos estatales o federales, el desarrollo de empresas comunitarias de diversa índole, las empresas turísticas que más apoyo reciben del estado y la federación, son las grandes empresas bajo los modelos de desarrollo turísticos tradicionales, basados principalmente en actividades de turismo masivo, los cuales dan como resultado un desarrollo de tipo exógeno o economía de tipo enclave, definido como un complejo hotelero o gran centro turístico ajeno a la comunidad receptora, deliberadamente diseñados para ser ajenos al entorno social, se asemejan mucho unos a otros y muy pocos a sus alrededores (Manning, 1996),

Hoy parte de la costa de Jalisco, existe una gran necesidad de los locales por deshacerse la “tierra” y emplearse, los jóvenes no ven su futuro relacionado con el monte; en tanto “tierra y libertad” fue lema de uno de los movimientos sociales más grandes del país, la Revolución mexicana, el turismo ha provocado una reacción contraria. Los grandes inversionistas se apoderan de la tierra con fines de desarrollo turístico, el municipio poco puede hacer ante permisos otorgados a nivel federal o estatal, muchas veces de forma ilegal.

Este modelo de enclave desarrollado a distinta escala en la Costa Alegre y en Puerto Vallarta, ambos en Jalisco y la Riviera Nayarit, en Nayarit, ha servido para que los habitantes del municipio de Cabo Corrientes formen una opinión ante la actividad turística con mas beneficios que impactos negativos donde sobresale el empleo. La pérdida de valor de los recursos locales ha sido documentada anteriormente por Andrade (2007), lo que impide la innovación y el emprendurismo y la apropiación de éstos por parte de terceros. Los pocos que han revalorado sus propios recursos, son objeto de despojo de diversa índole, por parte de los



grandes inversionistas en turismo. La disputa por la tierra en México se perpetúa así, ahora con motivos distintos inherentes a la globalización.

Por otra parte, la “propiedad” comunal y ejidal no han podido ser vías al desarrollo local debido a diversos factores, tanto internos como externos a las organizaciones, en todo el país. Lo anterior da idea del contexto en el que se desarrollan las pymes turísticas en el municipio de Cabo Corrientes donde la propiedad ejidal y comunal de la tierra constituye más del 60% de su superficie.

Aunque existe La Ley de Planeación para el Estado de Jalisco y sus Municipios, aprobada en sesión del Congreso del Estado el 16 de noviembre del 2000, que en su inciso IV establece como uno de los objetivos de esta: “Establecer las bases para promover y fomentar la participación activa y responsable de la sociedad, en la elaboración y ejecución de los planes y programas de desarrollo a que hace referencia esta ley” y en su capítulo VI se habla de la consulta y de la participación social, en un sistema de planeación democrática, donde los municipios tienen representación y a su vez la población local a través de COPLADEMUN, no se integran verdaderos planes y programas que incentiven el desarrollo local

El turismo de naturaleza puede ser un círculo virtuoso que nos orienta a crear y consolidar pequeñas y medianas empresas activas en acciones de conservación y competitividad, como es el caso de varias empresas del municipio de Cabo Corrientes, generando de esta manera empleos con equidad de género y mejores ingresos en dirección hacia una mejor calidad de vida con lo cual se estarían mitigando tanto a las empresas de turismo de naturaleza como a los impactos ambientales generados por ésta actividad. Con lo anterior se producen los primeros destellos en el índice del desarrollo local en áreas rurales e indígenas; animando así una mejor inversión en infraestructura y fortalecimiento de capacidades con lo cual se estaría conservando el capital natural y cultural con que cuentan los territorios y así aprovechar y dar paso a, nuevamente, la creación y consolidación de pymes turísticas.

La actividad turística en Cabo Corrientes se ha dado de manera incipiente y la mayoría de la población ve en ella una oportunidad, pero al ser un municipio marginado cuyo nivel educativo es bajo requiere de capacitación y desarrollo para que sus propias ideas bajo el paradigma de la sustentabilidad propicien la “arena” para aprovechar las oportunidades para un desarrollo económico local, incursionando en el mercado como turismo comunitario, aprovechando el apoyo que actualmente están brindando las entidades gubernamentales y no gubernamentales en pro de las comunidades indígenas y ejidales, así como ayudar a solucionar los problemas que estas comunidades enfrentan en el momento de armonizar la viabilidad de las empresas

turísticas con la conservación de los recursos naturales y la valorización de sus culturas ancestrales. La sostenibilidad de estos recursos dependen de:

- La eficiencia económica de las empresas comunitarias
- El respeto y la valorización de la identidad cultural y sus múltiples manifestaciones.
- La protección y preservación de los territorios que las comunidades ocupan o utilizan, así como un adecuado manejo y aprovechamiento de los recursos naturales y la diversidad biológica.
- La distribución equitativa de los beneficios que reporte la actividad entre todos los agentes que intervienen en la promoción, oferta y comercialización de los productos turísticos.

El turismo es susceptible de mejorar las condiciones de vida y generar empleos en condiciones dignas para las comunidades locales, en el marco de una economía social<sup>1</sup>

La costa norte del estado de Jalisco cuenta con excelentes recursos turísticos potenciales<sup>2</sup> para ofertar turismo tanto a nivel nacional como internacional, pues además de tener lugares recónditos con vistas y ambientes increíbles, también cuenta con comunidades rurales dispuestas a trabajar en conjunto para establecerse en el mercado y así lograr un desarrollo local que sustente no sólo a las familias en las comunidades sino también sustentar el ambiente natural.

Con respecto a los impactos de las empresas evaluadas, que resultaron ser diez, para un municipio parece un número adecuado, aunque se sabe que por cada empresa trabajando al menos hay un proyecto en desarrollo, por ejemplo, a través de la forma de Unidad de Manejo Ambiental Sostenible. El número de empresas y el porcentaje encontrado de empresas comunitarias (2 de 10) está probablemente relacionado con la creación de empleos baja aunque se da preferencia a los locales, que sería una gran diferencia con el modelo dominante en el municipio vecino de Puerto Vallarta.

La aplicación de recursos públicos etiquetados, como medio para atender el rezago social, han tenido un impacto benéfico limitado, pues todavía no son del todo evidentes los efectos positivos de este tipo de intervención en términos de la generación de empleo, ingresos y bienestar en las comunidades, sin embargo para el municipio, el desarrollo del turismo de naturaleza aparentemente ha contribuido a disminuir el índice de marginación, pasando de ser un municipio de alta marginación hace un quinquenio, a uno de marginación media,

---

<sup>1</sup> La Economía Social es aquella que se basa en la participación de los socios en la actividad y gestión democrática de la empresa, con el lema de ser una empresa de personas y no de capitales.

<sup>2</sup> Los recursos turísticos potenciales a que se hace mención en este caso, es a todos aquellos recursos naturales y culturales susceptibles de aprovechamiento turístico.

coincidiendo en que el desarrollo del turismo de naturaleza se ha dado en los últimos años también.

Al igual que lo encontrado por SECTUR (2007) en la evaluación del turismo de naturaleza en zonas prioritarias de México, los proyectos comunitarios no han logrado consolidarse o están en vías de consolidarse como una verdadera empresa. Las empresas que no cuentan con las condiciones para desarrollarse en un ambiente de rentabilidad financiera terminan con una operación mínima, desaparecen o solamente subsisten a partir de la obtención de recursos públicos.

Uno de los principales logros del turismo de naturaleza en las propias empresas y localidades, ha sido en materia ambiental. Este segmento ha desempeñado un exitoso papel para promover cambios de racionalidad entre los habitantes de las localidades en torno a la importancia de la preservación de la naturalidad de los ecosistemas, además de lograr una internalización del discurso de conservación del ambiente.

El turismo de naturaleza es una actividad complementaria, que todavía no compite con otras actividades productivas tradicionales como la agricultura, la ganadería, la pesca y el aprovechamiento forestal.

Los limitados efectos económicos, que ha tenido el turismo de naturaleza en las localidades donde operan empresas, están estrechamente relacionados con la baja afluencia de visitantes a lo largo del año. Parte de ello se explica, por la falta de promoción y estudios de mercado, canales de distribución deficientes, el aislamiento que presentan las localidades en términos de la cantidad y calidad de las vías y medios de comunicación, la necesidad de contar con sistemas de transporte propio, la falta de consolidación de las organizaciones comunitarias como empresas de servicios turísticos, y de los productos turísticos de naturaleza que ofrecen. Con respecto a la percepción del turismo de naturaleza por parte de las localidades de influencia principal de las empresas se otorga un valor alto de importancia al agua como recurso, por la relación que tiene con sus actividades en general. También en general perciben que los efectos del turismo de naturaleza son positivos, que constituyen una actividad principal por los ingresos que se generan además de que existe una aplastante mayoría que está dispuesta a emplearse en el turismo como actividad principal, aún desplazando a la pesca, ganadería y agricultura a segundos planos.

El desarrollo local visto a través del desarrollo del turismo de naturaleza que es incipiente, se presenta como oportunidad y aunque ha sido importante en los últimos años, en las condiciones actuales está lejos de ser una estrategia para lograr el desarrollo local. Una de las condicionantes para esto es la participación de la población local que resulta casi nula bajo la percepción local.

## CONCLUSIONES

El desarrollo local endógeno para el municipio de Cabo Corrientes, es posible a través de la planeación participativa de los actores locales para la apropiación y el aprovechamiento adecuado de los recursos que contiene el territorio y, de ésta manera propiciar el emprendimiento local como lo son las pequeñas y medianas empresas de turismo de naturaleza; con el apoyo mutuo entre gobierno y pueblo.

Cabo Corrientes es susceptible a los cambios, por lo cual; al analizar el desarrollo local del municipio de Cabo Corrientes a partir del turismo de naturaleza, nos lleva a las siguientes conclusiones:

- Al caracterizar el territorio, nos percatamos de que Cabo Corrientes cuenta con una gran variedad de recursos naturales y culturales con un alto potencial turístico, por lo tanto existe una oferta turística latente esperando a ser aprovechada por los sectores locales públicos y privados. Sin embargo no basta con tener excelentes recursos, si no existe el apoyo público y privado para la creación de una planta turística de calidad y la oferta de este a los mercados internacionales.
- Los impactos generados por las pymes de turismo de naturaleza en el ámbito social han sido benéficos, en casos como: las empresas que emplean solo a personas locales, la compra de insumos alimenticios que se hace a la comunidad para abastecer a las empresas y el mejoramiento en las vías de comunicación; sin embargo, el arribo de éstas empresas a las comunidades han causado un alza en los precios de las propiedades y el desplazamiento de los locales hacia la periferia de las comunidades, dando paso a la llegada de nuevas inversiones, que en su mayoría son extranjeras, creando de este modo cinturones de miseria, donde abunda la mano obra y por lo tanto mal remunerada.
- Los impactos económicos generados por las pymes de turismo de naturaleza proyectan que el modelo turístico incipiente en el municipio de Cabo Corrientes sigue el mismo patrón económico de Puerto Vallarta, con arribo de turistas solo en temporadas altas (vacaciones decembrinas y semana santa), y de misma procedencia territorial, Estados Unidos y Canadá principalmente, lo cual nos indica que la mayoría de las personas que llegan a visitar Cabo Corrientes lo hacen por encontrar algo que hacer en su tiempo de ocio y no por la necesidad de viajar a sitios que ofertan turismo de naturaleza.

- Las pymes de turismo de naturaleza impactan benéficamente en el ambiente porque primeramente, cuentan con una descripción del sitio donde desarrollan sus actividades y sus recursos naturales, además de que tienen zonas identificadas para la conservación. Aunado a esto, la mayoría de las empresas tienen una idea de cuantas personas pueden visitar sus instalaciones, pero este acto no indica que tengan determinada la capacidad de carga turística. Por el contrario, a acepción de la composta que realizan el 40% de las empresas, el reciclaje, la recolección, la separación y venta de basura no cobra importancia para las empresas, esto a diferencia del recurso agua, que es basto y no hay necesidad de captación pluvial; lamentablemente, el tipo de sistema para el manejo y tratamiento de aguas residuales es un foco rojo para la salud por la utilización de fosas sépticas. Cabe resaltar también, como efecto ambiental positivo, que la mayoría de las empresas utilizan los senderos como estrategia de educación ambiental.
- Los habitantes locales perciben el aprovechamiento turístico del municipio como algo positivo para sus comunidades. El recurso más importante es el agua, relacionándolo con la fuente de ingresos principal para el municipio. De la misma manera, se percibe que el turismo es una actividad principal que ha afectado positivamente a otras actividades económicas, en especial la pesca, para el abastecimiento de insumos en alimento, lo cual indica que ha mejorado la situación económica de los habitantes. También en los últimos 15 años, la comunidad ha notado cambios en los recursos naturales, pero dichos cambios no están ligados a la realización de actividades turísticas, por el contrario están ligados al cuidado de la naturaleza, con esto se percibe que la influencia del turismo en la comunidad es buena, pues con el incremento de turistas al año, se dotan de servicios públicos a las poblaciones.
- El análisis FODA nos permitió ubicar al territorio en materia de turismo, en una realidad más certera, de donde se concluye que efectivamente, existe el potencial para desarrollar actividades de turismo de naturaleza, lamentablemente la forma en la que está distribuida el municipio, la falta de servicios turísticos e infraestructura, los problemas por la tenencia de la tierra y la falta de capacitación y educación de los mismos pobladores han frenado el desarrollo de este municipio.
- El nivel de emprendimiento en pequeñas y medianas empresas para la oferta de turismo de naturaleza es casi nulo en los pobladores locales, porque no hay disposición personal ni económica para emprender negocios propios; esto conlleva a que sean personas foráneas o extranjeras las que aprovechen los recursos naturales y culturales del territorio. Es aquí donde debe entrar la participación del sector público para incitar a los locales, a través de talleres de capacitación con ejemplos reales de emprendimiento

turístico, para que de ésta manera, todos puedan contribuir con el desarrollo endógeno de sus comunidades.

- Al evaluar la responsabilidad social empresarial de las diez empresas de turismo de naturaleza existentes en el municipio de Cabo Corrientes, nos damos cuenta de la carencia de buenas prácticas empresariales, puesto que ni las empresas privadas ni comunitarias pudieron ser evaluadas como empresas socialmente responsables. Hay empresas que no tienen avances en esta materia porque ni siquiera conocen el término de RSE y otras, por el contrario, que tienen buenas prácticas en lo ambiental y lo económico pero no en lo social o viceversa. Por lo tanto, falta mucho camino por recorrer en materia de responsabilidad social empresarial.

De manera general se concluye que Cabo Corrientes es un territorio propicio para el desarrollo local, por lo cual, lo que se necesita es la colaboración e integración de los diferentes actores y factores involucrados, tanto la comunidad local como el sector público y privado y, en conjunto lograr que Cabo Corrientes se distinga como un municipio importante dentro de la actividad turística a nivel tanto nacional como internacional, y sobre todo que se preocupe por el desarrollo local y sostenible en todos sus ámbitos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Albuquerque F., (1997): Metodología para el desarrollo económico local. ILPES. Santiago de Chile.
- Barroso M.O. (2009): Fundamentos teóricos del desarrollo local. Universidad Internacional de Andalucía. España.
- Bigne E., Font X. y Andreu L. (2000): Marketing de destinos turísticos, análisis y estrategias de desarrollo. ESIC, Madrid, España.
- Calvo F. J. y Arturo V. (2009): Guía sobre Responsabilidad Social de las Organizaciones. UGT. Sevilla, España.
- Chávez R.M., Andrade E., Espinoza R., Luis G. (2005): *Cabo Corrientes. Patrimonio natural y cultural*. Universidad de Guadalajara.
- CONABIO, C. N. (2010). *CONABIO*. Recuperado el 2010, de <http://www.conabio.gob.mx/>
- CONANP, C. N. (2010). *CONANP*. Recuperado el 2010, de <http://www.conanp.gob.mx/>
- CONAPO. Proyecciones de la población de México 2005-2020. <http://www.conapo.gob.mx/00cifras/proy/Proy05-50.pdf>

- Conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente y el desarrollo, (1992). *Declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo*. Río de Janeiro.
- David M. Olson, 3. a. (2002). The Global 200: Priority Ecoregions for Global Conservation. *Ann. Missouri Bot. Gard.* 89: 199–224. 2002.
- Dómenech, J.L. (2007): *Huella Ecológica y Desarrollo Sostenible*. AENOR. España.
- DIF, 2009. *Monografía Municipal Cabo Corrientes*. Gobierno del Estado de Jalisco.
- Espinoza, R., Andrade, E. y Rosa Ma. C. (2009): *Sociedad y Economía: estudios sobre Puerto Vallarta y su Región*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa. México.
- Espinoza, R., Pulido Y., Andrade E., Chávez R.M. y Antelmo F. (2008): *Aproximación al análisis para el aprovechamiento turístico sustentable de un mosaico paisajístico de un área natural protegida. Caso Bosque de la Primavera*. TURyDES, Vol. 1, No. 3 agosto 2008.
- Gómez S. (2003): *Desarrollo turístico y sustentabilidad*. Universidad de Guadalajara. México.
- Gueritsen P. (2010): “Globalización, desarrollo rural endógeno y turismo rural sustentable en la Sierra de Manantlán en la costa sur de Jalisco”.
- Ibáñez R. M. (2008): “Turismo alternativo como detonador de desarrollo local sustentable y autogestionado en áreas naturales protegidas. Estudio del parque nacional Cabo Pulmo, B.C.S.”
- INEGI, XIII Censo General de Población y Vivienda 2005. [http://www.inegi.org.mx/lib/olap/general\\_ver4/MDXQueryDatos.asp](http://www.inegi.org.mx/lib/olap/general_ver4/MDXQueryDatos.asp)
- Jalisco, C. d. (2000). *Ley de planeación para el Estado de Jalisco y sus municipios*. Recuperado el 2010, de <http://statecasefiles.justia.com/estatales/jalisco/ley-de-planeacion-para-el-estado-de-jalisco-y-sus-municipios.pdf>
- Manning E, (1996): *Turismo: ¿dónde están los límites?* Revista Ambiente y Desarrollo, Santiago de Chile, Chile. Págs..70-76
- Marquez – Fenández, D. (2002): *Nuevos horizontes en el desarrollo rural*. Ed. Akal. España.
- Massam, B., J. Everitt, E. Andrade, R. M. Chávez, M.C. Cortés, A. Cupul, R. Espinoza, L. F. González, R. García de Quevedo, L.G. Hernández, M. C. Navarro y A.R. Raymundo. (2003): *Quality of Life in the Puerto Vallarta Region of Jalisco State, Mexico*. Brandon University, Rural Development Institute. Canada.
- Megginson, W. L., Byrd, M.J., Scott, C.R. y Leon Megginson (1994): *Small Business Management. An Entrepreneur’s Guide to Success*. Ed. IRWIN. Boston, Massachusetts.
- MÉXICO, W. (2008). *WWF MÉXICO*. Recuperado el 2010, de <http://www.wwf.org.mx/wwfmex/index.php>
- Padillas Y. (2002): *Necesidad del Desarrollo Local*, Trabajo de Diploma, Universidad de Cienfuegos, Cuba.
- Porter, M. (1980): *Competitive Strategy*, Free Press, New York.
- Primavera, R. I. (2005). *Listado de chequeo de observadores de aves 2000-2005*.
- RAMSAR. (2010). *RAMSAR, The Ramsar Convention on Wetlands*. Recuperado el 2010, de [http://www.ramsar.org/cda/es/ramsar-home/main/ramsar/1%5E7715\\_4000\\_2](http://www.ramsar.org/cda/es/ramsar-home/main/ramsar/1%5E7715_4000_2)
- Rodríguez F. (2001): *Manual del Desarrollo Local*. Editorial TREA. España.
- Rodríguez, J. (2001): *Cómo aplicar la planeación estrategia a la pequeña y mediana empresa*. ECAFSA & Thomson Learning. México.

- SECTUR (1999): Reglamento de la Ley Federal de Turismo. [http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/REGLAMENTO\\_LEY\\_FEDERAL\\_TURISMO.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/REGLAMENTO_LEY_FEDERAL_TURISMO.pdf)
- SECTUR (2007): Elementos para la Evaluar el Impacto Económico, social y Ambiental del Turismo de Naturaleza en México. México.
- SECTUR (2009): Ley General de Turismo. [http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/LEY\\_GENERAL\\_DE\\_TURISMO.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/LEY_GENERAL_DE_TURISMO.pdf)
- SECTUR. (2010): Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo. [http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/REGLAMENTO\\_INTERIOR\\_SECTUR.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/sites/sectur/resources/LocalContent/14944/10/REGLAMENTO_INTERIOR_SECTUR.pdf)
- SETUJAL. (2010). *Gobierno del estado de Jalisco*. Recuperado el 2010, de <http://www.jalisco.gob.mx>
- Sforzi F. (2001): La teoría marshalliana para explicar el desarrollo local. Universidad de Turín. Italia.
- Tovar, G. c. (2009). *Plan de Desarrollo Turístico, Cabo Corrientes, Jalisco*. No publicado.
- Wearing, S. and John Neil. (1999): *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*. Woburn, MA: Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
- Vázquez-Barquero A. (2005): *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona: Antoni Bosch editor.
- Zizumbo L. y Neptalí M. (2008): *Turismo Rural y Desarrollo Sustentable*. Universidad Autónoma del Estado de México. México.

## ANEXOS



Anexo I

**FORMATO DE REGISTRO**

*Características prestadoras de servicios de turismo de naturaleza Costa Jalisco.*

**DATOS GENERALES**

|                                       |  |                 |  |                                |
|---------------------------------------|--|-----------------|--|--------------------------------|
| <b>Nombre Encuestador/es</b>          |  |                 |  | <b>Fecha registro de datos</b> |
|                                       |  |                 |  | / /2010                        |
| <b>Nombre comercial del prestador</b> |  |                 |  |                                |
| <b>Dirección</b>                      |  |                 |  |                                |
| <b>Localidad</b>                      |  |                 |  |                                |
| <b>Municipio</b>                      |  |                 |  |                                |
| <b>CP</b>                             |  | <b>Teléfono</b> |  | <b>E-mail/ página web</b>      |

|                               |  |              |  |
|-------------------------------|--|--------------|--|
| <b>Persona de contacto #1</b> |  | <b>Cargo</b> |  |
| <b>Persona de contacto #2</b> |  | <b>Cargo</b> |  |
| <b>Persona de contacto #3</b> |  | <b>Cargo</b> |  |

**1. Tipo de empresa**

|                     |                 |                                |                 |
|---------------------|-----------------|--------------------------------|-----------------|
| Empresa comunitaria | Empresa privada | Fecha de Creación:             | Años Operación: |
| Número de Socios    |                 | Tipo de tendencia de la tierra |                 |

**2. Razón social / Ficha jurídica**

|                                |                  |
|--------------------------------|------------------|
| Comité Comunal                 | Sociedad Anónima |
| Sociedad de producción rural   | Asesoría civil   |
| Sociedad de solidaridad social | Persona física   |
| Sociedad cooperativa           | Otros:           |

**3. Segmento al que corresponden las actividades que se desarrollan:**

|              |          |               |
|--------------|----------|---------------|
| Ecoturismo   | Aventura | Turismo Rural |
| Actividades: |          |               |

**OFERTA DE SERVICIOS DE TURISMO DE NATURALEZA**

**4. Servicios de ecoturismo**

|                         |                      |          |       |
|-------------------------|----------------------|----------|-------|
| Servicios de Ecoturismo | Equipo especializado |          |       |
|                         | Descripción          | Cantidad | Costo |
|                         |                      |          |       |

|                |  |  |  |
|----------------|--|--|--|
|                |  |  |  |
|                |  |  |  |
|                |  |  |  |
| Observaciones: |  |  |  |

**5. Servicios de aventura**

| Servicios de Aventura | Equipo especializado |             |          | NOM-09-TUR-2002 |    | Bitácora mantenimier |    |    |
|-----------------------|----------------------|-------------|----------|-----------------|----|----------------------|----|----|
|                       | Nombre               | Descripción | Cantidad | Costo           | Si | No                   | Si | No |
|                       |                      |             |          |                 |    |                      |    |    |
|                       |                      |             |          |                 |    |                      |    |    |
|                       |                      |             |          |                 |    |                      |    |    |
| Observaciones:        |                      |             |          |                 |    |                      |    |    |

**6. Servicios de turismo rural**

| Servicios Turismo Rural | Equipo Especializado | Cantidad | Costo |
|-------------------------|----------------------|----------|-------|
|                         |                      |          |       |
|                         |                      |          |       |
|                         |                      |          |       |
| Observaciones:          |                      |          |       |

**INFRAESTRUCTURA**

**7. Instalaciones exclusivas de ecoturismo**

| Instalaciones exclusivas de Ecoturismo  | CC | CO | Calificación |
|---|----|----|--------------|
|   |    |    |              |
|   |    |    |              |
|   |    |    |              |
|   |    |    |              |
| Instalaciones para personas discapacitadas  |    |    |              |
| <b>CC</b> (Condición de construcción): Buena (B), Regular (R), Mala (M). <b>CO</b> (Condición de operación): Buena (B), Regular(R), Mala(M) |    |    |              |
| Calificación: BxR=R, BxM=R, RxM=M   |    |    |              |

**8. Instalaciones exclusivas de turismo de aventura**

| Instalaciones exclusivas de Turismo de Aventura | CC | CO | Calificación |
|---|----|----|--------------|
|   |    |    |              |
|   |    |    |              |
|   |    |    |              |
| Instalaciones para personas discapacitadas      |    |    |              |

**9. Instalaciones de turismo rural**

| Instalaciones de Turismo de Rural          | CC | CO | Calificación |
|--|----|----|--------------|
|  |    |    |              |
|  |    |    |              |
| Instalaciones para personas discapacitadas |    |    |              |

**10. Tarifas**

| Ecoturismo Actividades | Precio/person | Aventura Actividades | Precio/person | Rural Actividades | Precio/persc |
|------------------------|---------------|----------------------|---------------|-------------------|--------------|
|                        |               |                      |               |                   |              |
|                        |               |                      |               |                   |              |
|                        |               |                      |               |                   |              |

Comentarios:

| 11. Hospedaje       |                 |                      |                        |
|---------------------|-----------------|----------------------|------------------------|
| Tipo de alojamiento | No. de Unidades | Capacidad (personas) | Precio/ noche /persona |
| Hotel               |                 |                      |                        |
| Cabañas             |                 |                      |                        |
| Bungalows           |                 |                      |                        |
| Casas Rurales       |                 |                      |                        |
| Otros:              |                 |                      |                        |
| Comentarios:        |                 |                      |                        |

| 12. Servicios       |          |                      |                                   |
|---------------------|----------|----------------------|-----------------------------------|
| Tipo de instalación | Cantidad | Capacidad (personas) | Precio por servicio (en promedio) |
| Comedor             |          |                      |                                   |
| Salón de eventos    |          |                      |                                   |
| Comentarios:        |          |                      |                                   |

**PERSONAL**

| 13. Número de empleados remunerados (Total: _____) |          |            |          |            |          |            |          |            |          |            |          |
|--|----------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|
| Locales  |          |            |          | Externos   |          |            |          | Guías      |          |            |          |
| Permanente   | Temporal | Permanente | Temporal | Permanente | Temporal | Permanente | Temporal | Permanente | Temporal | Permanente | Temporal |
|  |          |            |          |            |          |            |          |            |          |            |          |

| 14. Número de empleados comunitarios (sólo si es empresa comunitaria) |   |   |   |   |                    |   |   |   |   |  |   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|---|--------------------|---|---|---|---|--|---|---|---|---|--|
| Socios que no participan  | H | M | A | D | Socios remunerados | H | M | A | D | Socios que participan sin remuneración | H | M | A | D |  |
|   |   |   |   |   |                    |   |   |   |   |  |   |   |   |   |  |

H= hombres M= mujeres A= ancianos D= discapacitados

| 15. Prestaciones |                    |                       |                 |                  |               |  |  |
|------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|------------------|---------------|--|--|
| Servicio médico  | Vacaciones pagadas | Reparto de utilidades | Fondo de retiro | Prima vacacional | Otros, ¿cuál? |  |  |
|                  |                    |                       |                 |                  |               |  |  |

| 16. La comunidad local participa activamente en la toma de decisiones sobre el desarrollo del turismo de naturaleza? |    |         |  |  |
|--|----|---------|--|--|
| Si   | No | No Sabe |  |  |
|  |    |         |  |  |
| ¿Qué necesita para cumplir?  |    |         |  |  |

| 17. ¿Se utilizan insumos desarrollados por la comunidad? |    |         |  |  |
|--|----|---------|--|--|
| Si   | No | No Sabe |  |  |
|  |    |         |  |  |
| ¿Qué necesita para cumplir?                              |    |         |  |  |

| 18. ¿La comunidad participa en monitoreo, evaluación y vigilancia del proyecto? (sólo si es empresa comunitaria) |    |         |  |  |
|--|----|---------|--|--|
| Si   | No | No Sabe |  |  |
|  |    |         |  |  |
| ¿Como? ¿Qué necesita para cumplir?   |    |         |  |  |

| 19 Proveedores                        |          |            |          |  |          |            |          |
|---------------------------------------|----------|------------|----------|--|----------|------------|----------|
| Locales (Tipo de producto que provee) |          |            |          | Externos (Tipo de producto que provee) |          |            |          |
| Permanente                            | Temporal | Permanente | Temporal | Permanente                             | Temporal | Permanente | Temporal |
|                                       |          |            |          |  |          |            |          |
| Comentarios:                          |          |            |          |  |          |            |          |

**CAPACITACIÓN (últimos cuatro años)**

| 19. ¿Los guías están acreditados? |             |
|-----------------------------------|-------------|
| Si                                | No          |
| ¿Cuántos?                         | ¿Qué falta? |
| Tipo:                             |             |

| 20. Capacitación guías |  |  |  |                    |  |  |  |                          |  |  |  |  |  |
|------------------------|--|--|--|--------------------|--|--|--|--------------------------|--|--|--|--|--|
| Nombre del Curso       |  |  |  | Objetivo del curso |  |  |  | Institución Capacitadora |  |  |  |  |  |
|                        |  |  |  |                    |  |  |  |                          |  |  |  |  |  |
|                        |  |  |  |                    |  |  |  |                          |  |  |  |  |  |
|                        |  |  |  |                    |  |  |  |                          |  |  |  |  |  |
| Observaciones:         |  |  |  |                    |  |  |  |                          |  |  |  |  |  |

**SERVICIOS Y EQUIPAMIENTO**

| 21. Servicios |          |        |       |  |  |  |  |
|---------------|----------|--------|-------|--|--|--|--|
| Teléfono      | Internet | Radios | Otros |  |  |  |  |
|               |          |        |       |  |  |  |  |

| 22. Instalaciones |            |   |           |   |     |   |           |   |            |   |        |   |       |
|-------------------|------------|---|-----------|---|-----|---|-----------|---|------------|---|--------|---|-------|
| Instalaciones     | Hidráulica |   | Sanitaria |   | Gas |   | Eléctrica |   | Telefónica |   | Radios |   | Otras |
|                   | E          | C | E         | C | E   | C | E         | C | E          | C | E      | C | E     |
| Hospedaje         |            |   |           |   |     |   |           |   |            |   |        |   |       |
| Comedor           |            |   |           |   |     |   |           |   |            |   |        |   |       |

|                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Salón de Eventos  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Oficinas          |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Centro Visitantes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Otros             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

(E) Existencia SI, No. (C) Condición: Buena, Regular, Mala.  
Especifique otros:

## ACCESIBILIDAD

### 23. Distancia

| Centro Distribuidor más Próximo (cerca un aeropuerto) | Distancia a centro distribuidor más próximo (Km) | Tiempo de recorrido a centro distribuidor más próximo | Ruta |
|---|--|---|------|
|   |  |   |      |

### 24. Caminos y carreteras

| Sección transversal del camino. | Carriles | Arroyo vehicular (m) | Acotamientos | Ancho total (m) |
|---------------------------------|----------|----------------------|--------------|-----------------|
|                                 |          |                      |              |                 |

### 25. Superficie de rodamiento

| Superficie de rodamiento | Terracería* | Revestimiento | Empedrado | Asfalto* | Concreto |
|--------------------------|-------------|---------------|-----------|----------|----------|
|                          |             |               |           |          |          |

\*Condición: Buena, Regular, Mala  
Explique:

## PLANIFICACIÓN AMBIENTAL

### 26. ¿Se cuenta con la descripción del sitio y sus recursos naturales? (clima, geología, flora y fauna endémica, migratoria y protegida).

| Si                          | ¿Cómo? | No | No Sabe |
|-----------------------------|--------|----|---------|
|                             |        |    |         |
| ¿Qué necesita para cumplir? |        |    |         |

### 27. Manejo y tratamiento de aguas residuales

| Tipo de sistema | Cantidad | Capacidad | Condición | Cantidad de agua utilizada (al año) | Fuente |
|-----------------|----------|-----------|-----------|-------------------------------------|--------|
|                 |          |           |           |                                     |        |
|                 |          |           |           |                                     |        |

Condición\* Buena, Regular, Mala

### 28. Captación de agua pluvial

| Si                               | ¿Cómo? | No | No Sabe |
|----------------------------------|--------|----|---------|
|                                  |        |    |         |
| ¿Qué necesita para la captación? |        |    |         |

### 29. Manejo de desechos sólidos

Producción de basura al año/turista. Explique.

| Recolección de basura | Separación | Composta | Reciclaje      | Venta               |
|-----------------------|------------|----------|----------------|---------------------|
|                       |            |          | ¿Qué reciclan? | ¿A quién le venden? |
|                       |            |          |                |                     |

### 30. Uso de energías alternas

Cantidad de energía eléctrica (no alterna) promedio mensual (watts)

| Tipo de sistema | Cantidad | Capacidad | Condición |
|-----------------|----------|-----------|-----------|
| Eólico          |          |           |           |
| Solar           |          |           |           |
|                 |          |           |           |

Condición\* Buena, Regular, Mala

### 31. Huella del carbono (l/año)

| Gas | Gasolina | Diesel | Diesel Marino |
|-----|----------|--------|---------------|
|     |          |        |               |

Especifique otros:

### 32. Programas

|   |        |  |        |  |        |
|---|--------|--|--------|--|--------|
| Programa para la preservación y restauración de los atractivos naturales culturales.                  | ¿Cuál? | Programa para el uso público y educación ambiental.  | ¿Cuál? | Códigos de conducta y reglamento de visitantes.                              | ¿Cuál? |
| Estrategias, objetivos, acciones y responsables para el manejo sustentable del agua/reducción consumo | ¿Cuál? | Estrategias, objetivos, acciones responsables para el manejo de los desechos sólidos/reducción consumo | ¿Cuál? | Estrategias, objetivos, acciones y responsables para el ahorro de la energía | ¿Cuál? |

**33. ¿Se tienen identificados los impactos negativos al ecosistema, causados por actividades turísticas y, en su caso aplicar medidas correctivas?**

|                             |  |    |  |         |  |
|-----------------------------|--|----|--|---------|--|
| Si                          |  | No |  | No Sabe |  |
| ¿Qué necesita para cumplir? |  |    |  |         |  |

**34. ¿Se ha determinado un número máximo de personas que pueden visitar el área, sin alterar el medio ambiente?**

|                             |  |    |  |         |  |
|-----------------------------|--|----|--|---------|--|
| Si                          |  | No |  | No Sabe |  |
| ¿Qué necesita para cumplir? |  |    |  |         |  |

**35. ¿Se tienen identificadas zonas para la conservación?**

|                             |  |    |  |         |  |
|-----------------------------|--|----|--|---------|--|
| Si                          |  | No |  | No Sabe |  |
| ¿Qué necesita para cumplir? |  |    |  |         |  |

**36. ¿Se han identificado senderos que promuevan el conocimiento del turista sobre los atractivos naturales y culturales?**

|                             |  |    |  |         |  |
|-----------------------------|--|----|--|---------|--|
| Si                          |  | No |  | No Sabe |  |
| ¿Qué necesita para cumplir? |  |    |  |         |  |

**37. ¿Se prohíbe utilizar equipos motorizados en áreas específicas?**

|                             |  |    |  |         |  |
|-----------------------------|--|----|--|---------|--|
| Si                          |  | No |  | No Sabe |  |
| ¿Qué necesita para cumplir? |  |    |  |         |  |

**38. ¿Se realiza el seguimiento y evaluación de las acciones programadas así como de las condiciones que guardan los recursos naturales?**

|                             |  |    |  |         |  |
|-----------------------------|--|----|--|---------|--|
| Si                          |  | No |  | No Sabe |  |
| ¿Qué necesita para cumplir? |  |    |  |         |  |

**39. ¿La empresa cuenta con acreditaciones, certificaciones, distintivos y/o reconocimientos?**

|          |  |        |  |    |  |         |  |
|----------|--|--------|--|----|--|---------|--|
| Si       |  | ¿Cómo? |  | No |  | No sabe |  |
| ¿Cuáles? |  |        |  |    |  |         |  |

## MERCADO

**40. Afluencia de visitantes al año**

|                               |                  |                           |
|-------------------------------|------------------|---------------------------|
| ¿Hace registro de visitantes? |                  |                           |
| Total anual                   | Promedio mensual | Meses con mayor afluencia |
|                               |                  |                           |

**41. Procedencia del visitante**

| Nacional (estados) | % | Internacional (países) | % | Locales | % |
|--------------------|---|------------------------|---|---------|---|
|                    |   |                        |   |         |   |
|                    |   |                        |   |         |   |

Nota: ordénelos de mayor a menor

**42. Edad de los visitantes**

|                |                 |                 |                 |                  |
|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| De 0 a 15 años | De 16 a 30 años | De 31 a 45 años | De 46 a 60 años | De 61 a más años |
|                |                 |                 |                 |                  |

**43. Canales de distribución de sus productos o servicios**

|                     |                     |                                       |   |
|---------------------|---------------------|---------------------------------------|---|
| Agencias mayoristas | Agencias minoristas | Ventas directas (teléfono e internet) | Asistencia a exposiciones, ferias y congresos |
|                     |                     |                                       |   |

## APOYOS OTROGADOS

**44. Participación en programas gubernamentales**

|  |  |
|--|--|
| Actualmente, ¿reciben apoyo de algún programa gubernamental? |  |
| Si ¿En cuál?   |  |
| No ¿Por qué?   |  |

**45. Montos de inversión**

|                                     |           |               |               |                       |              |
|-------------------------------------|-----------|---------------|---------------|-----------------------|--------------|
| Apoyo dependencia de gobierno / ONG | Hospedaje | Instalaciones | Accesibilidad | Control contaminación | Capacitación |
|                                     |           |               |               |                       |              |
|                                     |           |               |               |                       |              |
|                                     |           |               |               |                       |              |

**PERCEPCIÓN DE EMPRESA SOBRE EL TURISMO EN LA LOCALIDAD**

**46. Aspectos en la comunidad que se han visto beneficiadas por el turismo**

|   |                       |   |
|---|-----------------------|---|
| Servicios e infraestructura para educación.       | Vías de comunicación. | Servicios e infraestructura para salud. |
| Dotación de drenaje, electricidad y agua potable. | Capacitación técnica. | Otros:                                  |

**47. Aspectos negativos que el turismo ha generado en la comunidad**

|                               |                                      |   |  |                               |
|-------------------------------|--------------------------------------|---|--|-------------------------------|
| Encarecimiento de alquileres. | Inseguridad.                         | Contaminación del ambiente.               | Cambios en las costumbres ó el modo de vida. | Aumento de accidentes viales. |
| Pérdida de tradiciones.       | Encarecimiento de servicios básicos. | Incremento de alcoholismo y drogadicción. | No Sabe.                                     | Otros:                        |

**48. Efectos negativos sobre la cultura y tradiciones de la comunidad**

|       |           |        |            |              |         |       |
|-------|-----------|--------|------------|--------------|---------|-------|
| Malos | Muy malos | Buenos | Muy buenos | Indiferentes | No sabe | Otros |
|-------|-----------|--------|------------|--------------|---------|-------|

**49. ¿Cuáles se consideran han sido los efectos positivos y negativos del turismo en la comunidad?**

|             |              |
|-------------|--------------|
| Ambientales | Especifique: |
| Sociales    | Especifique: |
| Económicos  | Especifique: |

**50. ¿Ha mejorado la situación social de los habitantes de la comunidad, desde que operan las empresas de turismo de naturaleza?**

|    |    |         |
|----|----|---------|
| Si | No | No sabe |
|----|----|---------|

**51. ¿Qué considera que deben hacer ustedes como empresas de turismo naturaleza para la mejora de la comunidad?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**52. ¿Cómo valora el papel de su empresa en la comunidad?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS PRIVADAS**

**53. ¿La empresa cuenta con programas de capacitación a su personal?**

|                                       |    |         |
|---------------------------------------|----|---------|
| Si                                    | No | No sabe |
| Nombre del programa y tema que aborda |    |         |

**54. ¿Han recibido cursos?**

|                  |    |
|------------------|----|
| Si               | No |
| Nombre del Curso |    |

**55. Participación de la empresa en el desarrollo social y cultural de la comunidad.**

|   |                         |                |                           |                       |       |
|---|-------------------------|----------------|---------------------------|-----------------------|-------|
| Fomento del nivel de Competencia laboral de los trabajadores. | Asistencia a la Familia | Accesibilidad. | Asistencia a la comunidad | Fiestas tradicionales | Otros |
|   |                         |                |                           |                       |       |

**IGUALDADES DE OPORTUNIDADES**

**56. ¿La organización ha incorporado mecanismos que garanticen la igualdad en la selección, contratación y formación de su personal?**

|  |            |       |         |
|--|------------|-------|---------|
| Si   | ¿Cuál/es?: | No    | No sabe |
| En caso afirmativo, especifique el grado de igualdad de oportunidades: | Bajo       | Medio | Alto    |

**COMUNIDAD LOCAL**

**57. ¿La empresa se esfuerza por el desarrollo local de la comunidad?**

|   |         |       |         |
|---|---------|-------|---------|
| Si  | ¿Cómo?: | No    | No sabe |
| En caso afirmativo, especifique el grado de esfuerzo: | Bajo    | Medio | Alto    |

**SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS**

**58. ¿La empresa asume en su relación con clientes, aspectos más allá de los puramente legales u obligatorios?**

|   |         |       |         |
|---|---------|-------|---------|
| Si  | ¿Cómo?: | No    | No sabe |
| En caso afirmativo, especifique el grado de satisfacción de los turistas: | Bajo    | Medio | Alto    |

## Anexo II

Encuesta sobre la percepción social del turismo, la(s) empresas de turismo de naturaleza y sus impactos (económico, social y ambiental) en las localidades y regiones en la costa de Jalisco. Con el objetivo de realizar un diagnóstico sobre los efectos del turismo de naturaleza.

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/2010.

|                                |  |                    |  |                               |                     |                  |  |
|--------------------------------|--|--------------------|--|-------------------------------|---------------------|------------------|--|
| <b>Nombre del encuestador:</b> |  |                    |  |                               |                     |                  |  |
| <b>Datos del encuestado</b>    |  |                    |  | <b>Tiempo de residencia:</b>  |                     |                  |  |
| <b>Edad:</b> años              |  | <b>Sexo:</b>       |  |                               | <b>Escolaridad:</b> |                  |  |
| <b>Estatus social</b>          |  |                    |  |                               |                     |                  |  |
| <b>Avecinado:</b>              |  | <b>Ejidatario:</b> |  | <b>Hijo(a) de ejidatario:</b> |                     | <b>Indígena:</b> |  |
|                                |  |                    |  | <b>Hijo(a) de indígena:</b>   |                     | <b>Otro:</b>     |  |

### ASPECTOS AMBIENTALES

#### 1.- ¿Cuáles son los recursos naturales más importantes que hay en su comunidad?

(Establecer el orden de importancia. Puede elegir más de uno, máximo tres)

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| Agua (ríos, arroyos, lagunas, mar, estero)  |  | Vegetación (bosque, selva, manglar, cultivo) |  |
| Animales (aves, reptiles, peces, mamíferos) |  | Montañas                                     |  |

Especifique Otros:

|  |
|--|
|  |
|--|

#### 2.- De éstos, ¿qué aspectos cree usted que la gente de su comunidad valora más?

(Establecer el orden de importancia. Puede elegir más de uno, máximo tres)

|                                     |  |                                   |  |                |  |
|-------------------------------------|--|-----------------------------------|--|----------------|--|
| Su belleza                          |  | Que distinguen a la comunidad     |  | Que son únicos |  |
| Que forman parte de sus tradiciones |  | Porque son una fuente de ingresos |  | No sabe        |  |

#### 3.- En los últimos 15 años, ¿ha notado cambios en los recursos naturales que están alrededor de su comunidad?

|    |  |    |  |         |  |
|----|--|----|--|---------|--|
| Si |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----|--|---------|--|

#### 4.- Los cambios observados en los recursos naturales, en su opinión son:

|           |  |           |  |         |  |
|-----------|--|-----------|--|---------|--|
| Positivos |  | Negativos |  | No sabe |  |
|-----------|--|-----------|--|---------|--|

#### 5.- ¿Conoce algún programa(s) o acción (es) y su promotor(es) que se han llevado a cabo en su comunidad?

|    |  |    |  |         |  |
|----|--|----|--|---------|--|
| Si |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----|--|---------|--|

Especifique:

|  |
|--|
|  |
|  |

#### 6.- ¿Sabe usted si existen empresas de turismo de naturaleza que operan en su localidad?

|    |  |    |  |         |  |
|----|--|----|--|---------|--|
| Si |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----|--|---------|--|

#### 7.- ¿Cómo cree usted que ha sido el efecto del turismo de naturaleza en el entorno natural de su comunidad?

|                  |  |                     |  |            |  |         |  |
|------------------|--|---------------------|--|------------|--|---------|--|
| Ha sido benéfico |  | Ha sido perjudicial |  | Sin cambio |  | No sabe |  |
|------------------|--|---------------------|--|------------|--|---------|--|

#### 8.- En particular, mencione en que aspectos se ha dado esa mejora

(Establecer el orden de importancia. Puede elegir más de uno, máximo tres)

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| En usos alternativos de los recursos naturales.   |  | Protección de los recursos naturales.        |  |
| Mejora en la apreciación y el respeto sobre la naturaleza por parte de los visitantes y pobladores locales. |  | Lograr apoyos para la conservación ambiental |  |

#### 9.- ¿Qué tan marcado ha sido ese efecto sobre los recursos naturales de su comunidad?

|               |  |          |  |              |  |         |  |
|---------------|--|----------|--|--------------|--|---------|--|
| Poco evidente |  | Evidente |  | Muy evidente |  | No sabe |  |
|---------------|--|----------|--|--------------|--|---------|--|

## ASPECTOS ECONÓMICOS

### 10.- ¿Cuál o cuáles son las principales actividades económicas de la comunidad?

(Establecer el orden de importancia. Puede elegir más de uno, máximo tres)

|             |  |           |  |       |  |            |  |         |  |
|-------------|--|-----------|--|-------|--|------------|--|---------|--|
| Agricultura |  | Ganadería |  | Pesca |  | Artesanías |  | Turismo |  |
|-------------|--|-----------|--|-------|--|------------|--|---------|--|

Especifique Otros:

### 11.- Actualmente el turismo es una actividad:

|           |  |                |  |         |  |
|-----------|--|----------------|--|---------|--|
| Principal |  | Complementaria |  | No sabe |  |
|-----------|--|----------------|--|---------|--|

### 12.- ¿En qué actividad cree usted que se gana más al año?

|                        |  |                           |  |         |  |
|------------------------|--|---------------------------|--|---------|--|
| Actividades Turísticas |  | Actividades tradicionales |  | No sabe |  |
|------------------------|--|---------------------------|--|---------|--|

### 13.- ¿Hay interés de la comunidad para emplearse en el turismo?

(En caso de que la respuesta sea negativa, saltar a la pregunta número 16)

|    |  |    |  |         |  |
|----|--|----|--|---------|--|
| Sí |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----|--|---------|--|

### 14.- ¿Como una actividad principal o como una actividad complementaria?

|           |  |                |  |         |  |
|-----------|--|----------------|--|---------|--|
| Principal |  | Complementaria |  | No sabe |  |
|-----------|--|----------------|--|---------|--|

### 15.- Por la cantidad de empleo que se genera para la comunidad, ¿en qué sectores se deben invertir los recursos públicos?

|             |  |           |  |       |  |            |  |         |  |
|-------------|--|-----------|--|-------|--|------------|--|---------|--|
| Agricultura |  | Ganadería |  | Pesca |  | Artesanías |  | Turismo |  |
|-------------|--|-----------|--|-------|--|------------|--|---------|--|

Especifique Otros:

### 16.- ¿Se han incrementado las actividades económicas por el turismo?

(En caso de que la respuesta sea negativa, saltar a la pregunta número 19)

|    |  |    |  |         |  |
|----|--|----|--|---------|--|
| Sí |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----|--|---------|--|

### 17.- ¿Cuál de las siguientes actividades se han visto beneficiadas por el turismo?

|             |  |           |  |       |  |            |  |
|-------------|--|-----------|--|-------|--|------------|--|
| Agricultura |  | Ganadería |  | Pesca |  | Artesanías |  |
|-------------|--|-----------|--|-------|--|------------|--|

Especifique Otros:

### 18.- ¿Se han abandonado actividades tradicionales por el turismo?

(En caso de que la respuesta sea negativa, saltar a la pregunta número 21)

|    |  |    |  |         |  |
|----|--|----|--|---------|--|
| Sí |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----|--|---------|--|

### 19.- ¿Cuáles actividades?

|             |  |           |  |       |  |            |  |
|-------------|--|-----------|--|-------|--|------------|--|
| Agricultura |  | Ganadería |  | Pesca |  | Artesanías |  |
|-------------|--|-----------|--|-------|--|------------|--|

Especifique Otros:

### 20.- ¿Cómo cree usted que está la situación económica de su comunidad desde que se introdujo el turismo?

|      |  |       |  |       |  |         |  |
|------|--|-------|--|-------|--|---------|--|
| Peor |  | Igual |  | Mejor |  | No sabe |  |
|------|--|-------|--|-------|--|---------|--|

### 21.- El turismo produce beneficio para:

|                   |  |                   |  |
|-------------------|--|-------------------|--|
| Toda la comunidad |  | Solo para algunos |  |
|-------------------|--|-------------------|--|

### 22.- Desde su punto de vista, ¿qué le gustaría que su empresa hiciera por su comunidad?

## ASPECTOS SOCIOCULTURALES

### 23.- ¿Cómo valora usted la presencia de la(s) empresa(s) de turismo de naturaleza en la comunidad?

|       |  |         |  |      |  |         |  |
|-------|--|---------|--|------|--|---------|--|
| Buena |  | Regular |  | Mala |  | No sabe |  |
|-------|--|---------|--|------|--|---------|--|

### 24.- ¿Participan la(s) empresa(s) de turismo de naturaleza en actividades de la comunidad?

|    |  |    |  |         |  |
|----|--|----|--|---------|--|
| Sí |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----|--|---------|--|

### 25.- En caso afirmativo ¿en qué actividad participa?



|  |
|--|
|  |
|  |

**26.- En caso negativo ¿en qué actividad deberían participar?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**27.- ¿Ha mejorado la situación de los habitantes de la comunidad, desde que operan las empresas de turismo de naturaleza?**

|    |  |    |  |         |  |
|----|--|----|--|---------|--|
| Si |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----|--|---------|--|

**28.- ¿Usted cree que en 2009 llegaron más turistas a la comunidad, que en el 2008?**

|    |  |    |  |         |  |
|----|--|----|--|---------|--|
| Si |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----|--|---------|--|

**29.- Indique ¿cuáles han sido los aspectos en que la comunidad se ha visto beneficiada por la empresa de turismo de naturaleza?**

(Elegir orden de importancia. Puede elegir más de uno, máximo tres)

|  |  |   |  |                      |  |
|--|--|---|--|----------------------|--|
| Servicios e infraestructura para salud |  | Servicios e infraestructura para educación      |  | Capacitación técnica |  |
| Vías de comunicación                   |  | Dotación de drenaje electricidad y agua potable |  | No Sabe              |  |

En caso de Otras, especifique

|  |
|--|
|  |
|--|

**30.- ¿Han tenido problemas con los visitantes o turistas?**

|    |  |    |  |         |  |
|----|--|----|--|---------|--|
| Si |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----|--|---------|--|

**31.- ¿Cómo es, para usted, la influencia de los visitantes o turistas en su comunidad?**

|       |  |         |  |      |  |         |  |
|-------|--|---------|--|------|--|---------|--|
| Buena |  | Regular |  | Mala |  | No sabe |  |
|-------|--|---------|--|------|--|---------|--|

**32.- Indique ¿cuáles han sido los aspectos en que la comunidad se ha visto beneficiada por el turismo de naturaleza?**

(Elegir orden de importancia. Puede elegir más de uno, máximo tres)

|   |  |                                 |  |  |  |
|---|--|---------------------------------|--|--|--|
| Cambios en las costumbres ó el estilo de vida |  | Mayor seguridad                 |  | Mayor conciencia sobre el medio ambiente natural |  |
| Mejores caminos                               |  | Incremento del comercio interno |  | Mayor libertad                                   |  |
| Nuevas tradiciones                            |  | Mejor precio de las Propiedades |  | Cambios en la cultura y las tradiciones          |  |

En caso de Otras, especifique

|  |
|--|
|  |
|--|

**33.- Indique ¿cuáles han sido los aspectos negativos que el turismo ha generado en su comunidad?**

(Elegir orden de importancia. Puede elegir más de uno, máximo tres)

|   |  |                                     |  |  |  |
|---|--|-------------------------------------|--|--|--|
| Cambios en las costumbres o el estilo de vida |  | Inseguridad                         |  | Contaminación del ambiente               |  |
| Aumento de accidentes viales                  |  | Encarecimiento de productos básicos |  | Incremento de alcoholismo y prostitución |  |
| Pérdida de tradiciones                        |  | Encarecimiento de las propiedades   |  | Cambios en la cultura y las tradiciones  |  |

En caso de Otro, especifique

|  |
|--|
|  |
|--|

**34.- ¿Para usted cuál es el principal responsable de la pérdida de sus costumbres?**

(Elegir orden de importancia. Puede elegir más de uno, máximo tres)

|            |  |            |  |            |  |             |  |
|------------|--|------------|--|------------|--|-------------|--|
| Los padres |  | Los hijos  |  | Los vicios |  | El gobierno |  |
| El turismo |  | La pobreza |  | Ninguna    |  | No sabe     |  |

En caso de otras, especifique:

|  |
|--|
|  |
|--|

**35.- ¿Hay tradiciones de su localidad que hayan ido desapareciendo a causa del turismo?:**

|    |  |          |  |    |  |         |  |
|----|--|----------|--|----|--|---------|--|
| Si |  | ¿Cuáles? |  | No |  | No sabe |  |
|----|--|----------|--|----|--|---------|--|

**36.- En particular, mencione qué tradiciones se han ido perdiendo a causa del turismo:**

|  |
|--|
|  |
|  |

|  |
|--|
|  |
|--|

**37.- ¿Considera que la(s) empresa(s) de turismo de naturaleza beneficia a la comunidad o sólo a algunos grupos?**

|           |  |              |  |
|-----------|--|--------------|--|
| Comunidad |  | Sólo algunos |  |
|-----------|--|--------------|--|

Especifique, ¿cuáles grupos?

|  |
|--|
|  |
|  |

**38.- ¿Qué cree usted que la(s) empresa(s) de ecoturismo deberían de hacer para que la cultura de su comunidad mejore?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**39.- ¿Cómo valora el papel de las empresa(s) de turismo de naturaleza que operan en su comunidad?**

|          |  |      |  |          |  |      |  |         |  |
|----------|--|------|--|----------|--|------|--|---------|--|
| Muy bien |  | Bien |  | Muy malo |  | Malo |  | No sabe |  |
|----------|--|------|--|----------|--|------|--|---------|--|

En caso de otros, especifique:

|  |
|--|
|  |
|--|

**40.- ¿Qué servicios públicos tenían antes de que hubiera la primera empresa turística?**

(Elegir orden de importancia. Puede elegir más de uno, máximo tres)

|               |  |               |  |                       |  |         |  |
|---------------|--|---------------|--|-----------------------|--|---------|--|
| Agua entubada |  | Alumbrado     |  | Electricidad          |  | Drenaje |  |
| Internet      |  | Pavimentación |  | Recolección de basura |  | No sabe |  |

En caso de otro, especifique:

|  |
|--|
|  |
|--|

**41.- ¿Qué servicios públicos tienen actualmente?**

(Elegir orden de importancia. Puede elegir más de uno, máximo tres)

|               |  |                       |  |         |  |           |  |
|---------------|--|-----------------------|--|---------|--|-----------|--|
| Agua entubada |  | Electricidad          |  | Drenaje |  | Internet  |  |
| Pavimentación |  | Recolección de basura |  | No sabe |  | alumbrado |  |





En caso de otro, especifique:

|  |
|--|
|  |
|--|



### Anexo III

#### Recursos naturales de Cabo Corrientes

| Recurso Natural  | Descripción   | Recurso Natural   | Descripción   |
|--|---|---|---|
| <p data-bbox="185 316 465 352">Perico de frente roja</p>  | <p data-bbox="674 443 1081 778">La cabeza es verde con corona azul y frente rojiza. En la garganta presentan una mancha café y en el borde de las alas azul. Son gregarios y escandalosos. Abundante pero amenazado. Rancho de San José del Tren.</p>   | <p data-bbox="1104 316 1234 352">Encinera</p>  | <p data-bbox="1615 360 2063 823">Bosque extenso que predomina en zonas poco accidentadas y de suelos blancos y rojizos. También es conocido como roble, de hojas grandes verde opaco y corteza rugosa, de generalmente 10m de altura. Apreciados como leña, por sus hojas y la "tierra de encino". Ecosistema alterado. Se encuentra en El Tuito.</p> |
| <p data-bbox="185 903 439 940">Guacamaya verde</p>       | <p data-bbox="674 903 1081 1318">Ave grande, gregaria y escandalosa. De color principalmente verde y con la frente roja y cola larga de base roja. Se le observa en el dosel de la selva y al borde de río donde abundan los frutos. Protegida. Se encuentra en la C.I. de Sta. Cruz del Tuito.</p> | <p data-bbox="1104 903 1223 940">Helecho</p>  | <p data-bbox="1615 948 2063 1283">Se les encuentra en zonas húmedas y sombreadas, junto a ríos. Al menos existen unas diez formas distintas de helechos en la región. Apreciados como plantas de ornato. Especie común. Se encuentra en Las Juntas y Los Veranos.</p>   |
| <p data-bbox="185 1334 506 1370">Periquito. Perico enano</p>   |   | <p data-bbox="1104 1334 1352 1370">Hongo de Madera</p>  |   |



Ave pequeña de colores vivos, predominando el verde. Cola corta y rabadilla azul, apreciado como mascota. Endémico de México. Abundante pero amenazado. Se encuentra en El Tuito.



Crece en los bosques de pino en temporada de lluvias, sobre materia orgánica en descomposición, de 20 cm. de diámetro, con apariencia y textura de madera, de borde claro. Especie común. Se encuentra en Provincia.

Coral copa, coral amarillo



Forma parte de las comunidades coralinas, generalmente crece sobre rocas entre los 6 y 10 m de profundidad en aguas marinas. Son muy vistosos. Especie común. Se encuentra en la Costa Norte (La Iglesia).

Bonete

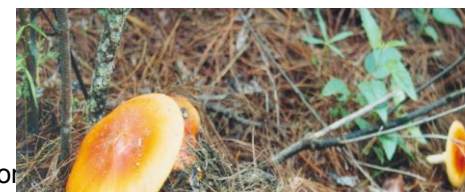




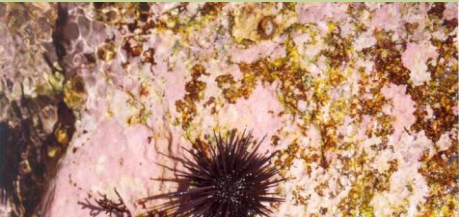

Árbol recto que se caracteriza por su fruto fusiforme verdeamarillento de unos 12 cm. de largo. Apreciado como alimento. Especie rara. Se encuentra en Todo el Municipio.

Coral de Piedra




Hongo Naranja



|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  | <p>Coral pétreo de color verde cuando está vivo. Se puede observar generalmente a profundidades no mayores de los 15 m. Alterado. Se encuentra en Yelapa.</p>  |  | <p>Sombrero aplanado con mancha naranja intensa al centro. Crece en bosques de pino en temporada de lluvias. De unos 15 cm. de diámetro y apreciado como alimento. Se encuentra en Ciénega y Ojuelos.</p>   |
| <p>Ángel azul</p>    | <p>De unos 30 cm. y color azul-gris oscuro, con aletas y cola color naranja y un collar blanco, es el deleite de los turistas en la superficie del agua. Conservado. Se encuentra en Majahuitas.</p> | <p>Palo de Brasil</p>  | <p>De 15 m de altura, con tronco irregular con surcos y costillas, de madera muy resistente. Hace unos 100 años se explotaba intensamente, hoy su población se ha reducido mucho y sigue siendo apreciado por su madera y tinte. Especie escasa. Se encuentra en Tlalpuyeque.</p> |
| <p>Erizo Negro</p>  |  | <p>Limoncillo</p>     |   |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  | <p>Se le encuentra en agrupaciones de decenas de ejemplares, en litoral rocoso, prefieren los huecos entre las rocas. De espinas puntiagudas largas que adquieren tonos negro azulados. Se encuentra en Yelapa.</p>  |  | <p>Árbol de hasta 15 m de hoja alargada y delgada, que abunda en zonas húmedas y sombreadas. A su fruto redondeado y amarillo de sabor agridulce debe su nombre. Se encuentra en Las Juntas y Los Veranos.</p>                              |
| <p>Caracol Púrpura</p>             | <p>Se le encuentra en litorales rocosos, de color oscuro y se le caracteriza por un líquido lechoso que expulsa a manera de defensa, de olor fuerte que con la luz del sol vira al color al que debe su nombre. Común en la costa norte. Especie Protegida. Se encuentra en Chocota.</p> | <p>Palmar de coco de aceite</p>  | <p>Palmas menos altas de aspecto despeinado cuyo fruto pequeño es muy apreciado por su aceite principalmente, forma parte del paisaje de la costa norte. Especie abundante, endémica. Se encuentra en la Comunidad Indígena de Chacala.</p> |
| <p>Tortuga Golfina (caguama)</p>  | <p>El caparazón puede medir cerca de un metro de</p>   | <p>Palmar de coco de agua</p>   | <p>Árboles de gran altura que crecen en la costa cerca del mar, a veces forman grandes</p>  |

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  | <p>longitud.<br/>Desova en las playas arenosas principalmente de la costa sur.<br/>Apreciada por su carne, huevos y piel. Especie Protegida. Se encuentra en Villa del Mar.</p>   |   | <p>extensiones. Apreciado por la carne y agua de su fruto. Especie común. Se encuentra en Pizota.</p>  |
| <p>Iguana verde</p>  | <p>Cuando adulta es verde brillante y cresta color naranja, puede medir más de metro y medio. Apreciada por su carne y símbolo de la región. Común en toda la costa. Especie Protegida. Se encuentra en Boca de Tomatlán.</p> | <p>Capomera</p>         | <p>Conjunto de árboles de gran altura caracterizados por su tronco recto delgado y blanquecino. Producen un fruto pequeño muy apreciado de donde se obtiene el café de capomo. Se encuentra en Las Juntas y Los Veranos.</p> |
| <p>Garrobo</p>      | <p>Puede medir hasta 1.20 m, con cresta corta. De color</p>   | <p>Papelillo Rojo</p>  | <p>Se caracteriza por un tronco liso verde brillante, cubierto por una cáscara roja delgada que se</p>   |



|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <p>negruzcorojizo cuando adulto, de joven verde con manchas amarillas. Viven en las ramas y son activas de días. Se encuentra en Yelapa.</p>   |  | <p>pela, por lo que también se conoce como árbol “gringo”. Sus ramas crecen torcidas en distintas direcciones. Llegan a medir más de 10 m. Se encuentra en Las Juntas y Los Veranos (especie abundante).</p> |
| <p>Tequereque</p>                        | <p>Lagartijas de hasta 56 cm. de cola muy larga. El macho posee una cresta en cabeza y dorso. Asociado a cuerpos de agua y pueden caminar sobre el agua, por lo que se conocen como pasa ríos. Especie común. Se encuentra en la Región Costa.</p> | <p>Piñuela</p>   | <p>Planta de apariencia similar al agave, produce unos bulbos en el centro de color rojizo y sabor ácido. Comestible. Especie común. Se encuentra en Las Juntas y Los Veranos.</p>                           |
| <p>Zolcuate, Mocasín o Guamarrilla</p>  | <p>De cabeza triangular con bordes blancos en la parte inferior y superior formando una especie de antifaz. De</p>   | <p>Gallito</p>  | <p>Plantas que crecen sobre los árboles. Común en zonas húmedas. De hojas alargadas y puntiagudas. Algunos las llaman orquídeas aunque no tienen</p>   |

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
|   | <p>cerca de 70 cm. y venenosa. Especie rara. Se encuentra en la Comunidad Indígena de Chacala.</p>  |   | <p>relación. Su flor es grande, aplanada y llamativa. Especie común. Se encuentra en Las Juntas y Los Veranos.</p>  |
| <p>Tarántula Común</p>  | <p>De patas rojizas y peludas, crece cerca de 15 cm., de diámetro incluidas las patas. Apreciada por coleccionistas. Se observan en caminos poco transitados al caer el sol. Especie común. Se encuentra en la Comunidad Indígena de Chacala.</p> | <p>Pasiflora</p>  | <p>Arbusto que produce frutos comestibles redondos, amarillos cuando maduran. Flor amarilla. Abundante en zonas húmedas y soleadas. De uso medicinal. Se encuentra en Yelapa.</p>   |
| <p>Armadillo</p>       | <p>Mamífero acorazado de unos 70 cm. de largo. Apreciado por su carne y piel. Especie común. Se encuentra en El</p>   | <p>Pitahaya</p>  | <p>Cactus delgado y frágil, característico de zonas secas, cubiertos de espinas. Produce un fruto pequeño rojizo. Se le puede encontrar principalmente en la parte suroeste del</p> |

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
|   | Cono.   |  | municipio. Se encuentra en Villa del Mar.   |
| <p>Venado Cola Blanca</p>  | <p>Cría de venado. Común en la zona serrana y partes altas de la costa, aunque puede encontrarse en toda la zona. Muy apreciado por su carne y ocasionalmente como mascota. Especie protegida. Se encuentra en Provincia.</p> | <p>Rosa Morada</p>  | <p>Recurso maderable típico de la región. Flor de color morado. Árboles de 4 m altura. Se encuentra en Las Juntas y Los Veranos.</p>                      |
| <p>Tejón o Coatí</p>  | <p>Mamífero de comportamiento social de fácil adaptación al humano y de aprovechamiento alimenticio. De amplia distribución. Bajo presión local por pérdida de hábitat. Se encuentra en Las</p>                               | <p>Trompeta</p>  | <p>Árbol de tronco mediano de altura promedio de 3.5 m. Conjunto foliar con forma de "mano". Uso medicinal. Se encuentra en Las Juntas y Los Veranos.</p> |



Juntas y Los Veranos.



Platanillo silvestre



Vástago que crece en zonas húmedas y sombreadas, los plátanos son vestigiales. Las flores rojas se utilizan como ornato. Especie común. Se encuentra en Chimo.

Habilla



Árbol de gran follaje verde brillante que se caracteriza por el tronco cubierto de espinas y su fruto tóxico, es redondo y achatado en los extremos, formando gajos. Se encuentra en Santa Cruz del Tuito.

Ave del paraíso



Coyul



Palma de hojas largas y tronco

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  | <p>De grandes hojas verde brillante, flor amarilla con forma de ave, más pequeña que la que se utiliza tradicionalmente de ornato. Frecuente en zonas encharcadas y sombreadas. Especie común. Se encuentra en Las Juntas y Los Veranos.</p>  |   | <p>grueso y relativamente corto. Da un fruto conocido como “coyul“, su pulpa la aprovechan varios animales. Es menos abundante que la palma de coquito de aceite. Especie protegida bajo presión por alteración de hábitat. Se encuentra en Yelapa.</p>              |
| <p>Bosque de Pino</p>  | <p>De gran extensión, se encuentra generalmente a alturas mayores de 900 msnm asociado a la sierra El Tuito, donde conviven al menos dos especie. Con árboles de gran altura proporciona un clima fresco y paisajes insólitos. Con aprovechamiento regulado. Se encuentra en Provincia.</p> | <p>Mangle Rojo</p>                | <p>Se le puede encontrar en las zonas estuarinas de la costa sur, convive con el mangle blanco. Se caracteriza por que son árboles bien adaptados a vivir en zonas inundadas por lo que lanzan raíces desde sus ramas. Especie protegida. Se encuentra en Mayto.</p> |
| <p>Coastecomate</p>   | <p>Árbol de hojas pequeñas,</p>   | <p>Momoto Mexicano, Coludo.</p>  | <p>Ave grande de hasta 42 cm. y</p>  |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  | <p>tronco recto y numerosas ramas que da frutos esféricas amarillas que crecen en la base de las ramas. Asociado a leyendas y de uso medicinal. Abunda en partes bajas y planas hacia la costa. Especie común. Se encuentra en Guásimas.</p> |  | <p>vistosa por las dos plumas largas que sobresalen de la cola, con corona negra bordeada de azul con corona y espalda rojiza, el resto del cuerpo es azul-verde. Residente abundante. Se encuentra en El Refugio de Suchitlán.</p> |
|--|--|--|---|





### DATOS GENERALES

NOMBRE COMERCIAL: **RANCHO LA PRIMAVERA**  
DIRECCIÓN: **CAMINO A CHACALA KM # 3, GUÁSIMAS, CABO CORRIENTES.**  
TELEFONO: **01 (322) 2690257**  
PAG. WEB: -----  
E-MAIL: -----  
PROPIETARIO: **BONNIE**  
AÑO DE CREACIÓN: **1999**

### CRITERIO DE SELECCIÓN

- ✚ **NO SE PROMOCIONA COMO EMPRESA PORQUE NO ESTÁ REGISTRADA ANTE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, PERO OFRECE ACTIVIDADES DE TURISMO DE NATURALEZA, (COMO HOSPEDAJE Y AVISTAMIENTO DE AVES).**

### DESCRIPCIÓN

**EL RACHO LA PRIMAVERA SE ENCUENTRA UBICADO A SÓLO CINCO MINUTOS DE EL TUITO, CABECERA MUNICIPAL DE CABO CORRIENTES. NO SE VENDE COMO EMPRESA, PUESTO QUE NO ESTÁ REGISTRADO ANTE LA SHCP, SIN EMBARGO, SE OFRECE AVISTAMIENTO DE AVES Y HOSPEDAJE A SUS VISITANTES. ADEMÁS DE UN BUEN SERVICIO POR PARTE DE SUS PROPIETARIOS.**

### RECURSOS NATURALES Y/O CULTURALES

- ✓ **SELVA BAJA SUBCADUCIFOLIA**
- ✓ **HUERTOS ORGÁNICOS**
- ✓ **AVISTAMIENTO DE AVES**

### OFERTA TURÍSTICA

- ✓ **LAGUNA**
- ✓ **HUERTOS**
- ✓ **SENDEROS**
- ✓ **HOSPEDAJE**





### DATOS GENERALES

NOMBRE COMERCIAL: **HOTEL CABAÑAS "EL CIELITO"**.  
DIRECCIÓN: **AV. VILLA DEL MAR S/N, VILLA DEL MAR, CABO CORRIENTES, JALISCO.**  
TELEFONO: **044 322 205 68 18 / 322 174 22 92**  
PAG. WEB: **HTTP://WWW.ELCIELITO.COM.MX**  
E-MAIL: **RESERVACIONES@ELCIELITO.COM.MX**  
ADMINISTRADOR: **ALICIA ARREOLA**  
AÑO DE CREACIÓN: **2004**

### CRITERIOS DE SELECCIÓN

- ✚ **REALIZAN ACTIVIDADES DE SEGMENTO DE TURISMO DE NATURALEZA.**
- ✚ **SE PROMOCIONAN COMO EMPRESA TURÍSTICA ECOLÓGICA.**

### DESCRPCIÓN

**LA SOCIEDAD COOPERATIVA ECOLÓGICA CAMPESINA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.C.E.C.R.L.), HOTEL-CABAÑAS "EL CIELITO", INICIA SUS OPERACIONES EN EL AÑO 2006 RECIBIENDO A SUS PRIMEROS 30 VISITANTES. ACTUALMENTE LA COOPERATIVA OFRECE SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y RESTAURANTE, ASÍ COMO ACTIVIDADES TIPIFICADAS DENTRO DEL TURISMO DE NATURALEZA, NO ELABORADAS COMO PRODUCTO ESTANDARIZADO, YA QUE EN SU MAYORÍA SE DETALLAN DE ACUERDO A LO QUE LOS VISITANTES REQUIEREN EN CADA CASO.**

### RECURSOS NATURALES Y/O CULTURALES

- ✓ **MAR**
- ✓ **PLAYA**
- ✓ **ESTERO**

### OFERTA TURÍSTICA

- ✓ **HOSPEDAJE**
- ✓ **KAYAKS**
- ✓ **VOLEIBOL Y FUTBOL PLAYERO**
- ✓ **SNORKEL**
- ✓ **VISITA CAMPAMENTO TORTUGUERO**
- ✓ **ORDEÑA DE VACAS**
- ✓ **RECORRIDOS LOCALES**



### DATOS GENERALES

NOMBRE COMERCIAL: **CANOPY TOUR LOS VERANOS**

DIRECCIÓN: **CALLE FCA. RODRÍGUEZ NO. 336**

TELEFONO: **(322) 2236021/2236005**

FAX: **2236006**

PAG. WEB: **HTTP://WWW.CANOPYTOURS-VALLARTA.COM/ES/CANOPY**

E-MAIL: **INFO@CANOPYTOURS-VALLARTA.COM**

PROPIETARIO: -----

AÑO DE CREACIÓN: **2001**

### CRITERIOS DE SELECCIÓN

- **REALIZAN ACTIVIDADES DE SEGMENTO DE TURISMO DE NATURALEZA.**
- **SE PROMOCIONAN COMO TURISMO DE AVENTURA.**

### DESCRIPCIÓN

EN LAS JUNTAS Y LOS VERANOS HAY UNA SORPRENDENTE VARIEDAD DE VIDA ANIMAL Y VEGETAL. SITUADA A 1,600 METROS POR ENCIMA DEL MAR, LA JUNGLA ESTÁ CLASIFICADA COMO TROPICAL DE HOJAS CADUCAS. CUENTAN CON LÍNEAS RÁPIDAS, LLAMADAS CARIÑOSAMENTE "BANANA SPLIT", "SPEEDY GONZALEZ" Y "LA GRAN ENCHILADA", DICHAS LÍNEAS ESTÁN DISEÑADAS PARA IR, GRADUALMENTE, MÁS RÁPIDO Y MÁS ALTO. MIENTRAS QUE LA VELOCIDAD ASCIENDE HASTA 48 KILÓMETROS POR HORA.

### RECURSOS NATURALES Y/O CULTURALES

- ✓ **RÍO**
- ✓ **SELVA BAJA SUBCADUCIFOLIA**

### OFERTA TURÍSTICA

- ✓ **CANOPY**
- ✓ **RESTAURANTE**



### DATOS GENERALES

NOMBRE COMERCIAL: **CANOPY INDIO PARAÍSO**  
DIRECCIÓN: **AVENIDA COYONZALO # 8, LAS JUNTAS Y LOS VERANOS, CABO CORRIENTES.**  
TELEFONO: **(322) 2236198**  
PAG. WEB: -----  
E-MAIL: **INDIOPARAISO@YAHOO.COM**  
ADMINISTRADOR: **ALEJANDRO ROMO MORENO**  
AÑO DE CREACIÓN: **2001**

### CRITERIOS DE SELECCIÓN

- **REALIZAN ACTIVIDADES DEL SEGMENTO DE TURISMO DE NATURALEZA.**
- **SE PROMOCIONAN COMO TURISMO DE AVENTURA**

### DESCRIPCIÓN

LA EMPRESA "EL PARAÍSO DEL INDIO" SE ENCUENTRA EN EL MUNICIPIO DE CABO CORRIENTES DENTRO DE LA COMUNIDAD DE LAS JUNTAS Y LOS VERANOS, ESTÁ CONFORMADA POR EJIDATARIOS Y SE DEDICAN A ACTIVIDADES DE TURISMO DE NATURALEZA, COMO SON: SENDEROS INTERPRETATIVOS, TIROLESA, RAPEL ASÍ COMO SERVICIOS DE RESTAURANT, DEGUSTACIÓN DE TEQUILA Y PROYECTOS A CORTO Y MEDIANO PLAZO COMO CABAÑAS Y UN CONSEJO ECOLÓGICO.

### RECURSOS NATURALES Y/O CULTURALES

- ✓ **MONTAÑA**
- ✓ **RÍO**
- ✓ **FAUNA**

### OFERTA TURÍSTICA

- ✓ **CANOPY EN RIO**
- ✓ **SENDEROS**
- ✓ **OBSERVACIÓN ARQUEOLÓGICA**



### DATOS GENERALES

NOMBRE COMERCIAL: **RANCHO ALTAMIRA**  
DIRECCIÓN: **CARRETERA BARRA DE NAVIDAD KM 167.5. EL TUITO, CABO CORRINETES.**  
TELEFONO: **(322) 2690674**  
PAG. WEB: -----  
E-MAIL: **RANCHOALTAMIRA\_TUITO@YAHOO.COM**  
ADMINISTRADOR: **MANUEL CHAVELAS MORENO**  
AÑO DE CREACIÓN: -----

### CRITERIO DE SELECCIÓN

- **REALIZAN ACTIVIDADES DE SEGMENTO DE TURISMO DE NATURALEZA. (AÚN NO SE PROMOCIONAN COMO TAL).**

### DESCRIPCIÓN

**SE LOCALIZA EN EL PUEBLO DEL TUITO A 47 KILÓMETROS DE PUERTO VALLARTA. EL RECORRIDO SE REALIZA DENTRO DE LA PROPIEDAD DE 60 HECTÁREAS APROXIMADAMENTE, ENTRE PINARES PEQUEÑOS, LAGOS Y COLINAS.**

### RECURSOS NATURALES Y/O CULTURALES

✓

### OFERTA TURÍSTICA

- ✓ **RESTAURANTE**

✓



### DATOS GENERALES

NOMBRE COMERCIAL: **CABAÑAS "EL BUQUE"**

DIRECCIÓN: **A ½ KM DE VILLA DEL MAR, VILLA DEL MAR, CABO CORRIENTES.**

TELEFONO: **3221057770**

PAG. WEB: -----

E-MAIL: -----

PROPIETARIO: **ESTELA CASTILLÓN GARCÍA Y JUAN ESPÍNDOLA**

AÑO DE CREACIÓN: **1999**

### CRITERIOS DE SELECCIÓN

- **REALIZAN ACTIVIDADES DE SEGMENTO DE TURISMO DE NATURALEZA. (AÚN NO SE PROMOCIONAN POR FALTA DE RECURSOS).**

### DESCRIPCIÓN

**LAS CABAÑAS "EL BUQUE" ESTÁN UBICADAS EN VILLA DEL MAR Y, ADMINISTRADAS POR SUS DUEÑOS (LOCALES). ESTÁ EN FUNCIÓN PERO NO CUENTA CON PROMOCIÓN DEBIDO A SU FALTA DE RECURSOS ECONÓMICOS Y DESIDIA DE SUS DUEÑOS. ADEMÁS DE QUE SU UBICACIÓN ES DESFAVORABLE.**

### RECURSOS NATURALES Y/O CULTURALES

- ✓ **MAR**
- ✓ **PLAYA**

### OFERTA TURÍSTICA

- ✓ **HOSPEDAJE**



### DATOS GENERALES

NOMBRE COMERCIAL: **HOTEL DEL MAR (HOTEL LAGUNITA)**  
DIRECCIÓN: **BARCINA # 3 PLAYA, YELAPA, CABO CORRIENTES.**  
TELEFONO: **(322) 2095056**  
**(322) 2095055**  
PAG. WEB: [WWW.HOTEL-LAGUNITA.COM](http://WWW.HOTEL-LAGUNITA.COM)  
E-MAIL: [INFO@HOTEL-LAGUNITA.COM](mailto:INFO@HOTEL-LAGUNITA.COM)  
PROPIETARIO: **EMPRESA COMUNITARIA**  
AÑO DE CREACIÓN: **1953**

### CRITERIOS DE SELECCIÓN

- **REALIZAN ACTIVIDADES DE SEGMENTO DE TURISMO DE NATURALEZA.**
- **SE PROMOCIONAN COMO TURISMO ECOLÓGICO.**

### DESCRIPCIÓN

**EL HOTEL LAGUNITA ESTÁ LOCALIZADO A 40 KM DE PUERTO VALLARTA, EN EL MUNICIPIO DE CABO CORRIENTES. SE COMPONE DE 10 CABAÑAS RÚSTICAS, SERVICIO DE RESTAURANTE Y SPA.**

### RECURSOS NATURALES Y/O CULTURALES

- ✓ **MAR**
- ✓ **PLAYA**

### OFERTA TURÍSTICA

- ✓ **HOSPEDAJE**
- ✓ **RESTAURANTE**
- ✓ **SPA**
- ✓ **KAYAKS**



### DATOS GENERALES

NOMBRE COMERCIAL: **CABAÑAS “EL OCASO”**

DIRECCIÓN: **AV. VILLA DEL MAR # 25, VILLA DEL MAR, CABO CORRIENTES.**

TELEFONO: **(322) 2277619**

PAG. WEB: -----

E-MAIL: **ELOCASO\_VILLADELMAR@HOTMAIL.COM**

PROPIETARIO: **SR. GILBERTO GÓMEZ GUARDIÁN Y SRA. RAFAELA ESPÍNDOLA ESCAREÑO**

AÑO DE CREACIÓN: -----

### CRITERIOS DE SELECCIÓN

- **REALIZAN ACTIVIDADES DE SEGMENTO DE TURISMO DE NATURALEZA. (AÚN NO SE PROMOCIONAN POR FALTA DE RECURSOS).**

### DESCRIPCIÓN

**LAS CABAÑAS “EL OCASO” ESTÁN UBICADAS EN VILLA DEL MAR Y, ADMINISTRADAS POR SUS DUEÑOS (LOCALES). ESTÁ EN FUNCIÓN PERO NO CUENTA CON PROMOCIÓN DEBIDO A SU FALTA DE RECURSOS ECONÓMICOS Y DESIDIA DE SUS DUEÑOS. ADEMÁS DE QUE SU UBICACIÓN ES DESFAVORABLE.**

### RECURSOS NATURALES Y/O CULTURALES

- ✓ **MAR**
- ✓ **PLAYA**
- ✓ **ESTERO**

### OFERTA TURÍSTICA

- ✓ **HOSPEDAJE**



### DATOS GENERALES

NOMBRE COMERCIAL: HACIENDA "EL DIVISADERO"  
DIRECCIÓN: CARRETERA TUITO-CHACALA S/N  
TELEFONO: (322) 2252171  
(322) 2245584  
PAG. WEB: WWW.HACIENDAELDIVISADERO.COM  
E-MAIL: INFO@HACIENDAELDIVISADERO.COM  
PROPIETARIO: FLORENTINO CARBAJAL RAMÍREZ  
AÑO DE CREACIÓN: 2007

### CRITERIO DE SELECCIÓN

- REALIZAN ACTIVIDADES DE SEGMENTO DE TURISMO DE NATURALEZA. (EL RANCHO FUE CONSTRUIDO PARA LA FAMILIA DEL PROPIETARIO).

### DESCRIPCIÓN

HACIENDA EL DIVISADERO CUENTA CON UN HERMOSO PAISAJE NATURAL, ENTRE FLORA, FAUNA, MONTAÑA Y RÍO. CUENTAN CON SENDEROS DE AGAVE PARA ELABORAR RAICILLA. TAMBIÉN OFRECEN UN RECORRIDO A CABALLO, VISITANDO LOS PETROGLIFOS PREHISPÁNICOS CON MÁS DE 1200 AÑOS DE ANTIGÜEDAD. ADEMÁS DE CONTAR CON UN RESTAURANT BAR CAMPESTRE QUE OFRECE PLATILLOS DE CALIDAD CARACTERÍSTICA DE LOS RESTAURANTES TINO'S.

### RECURSOS NATURALES Y/O CULTURALES

- ✓ SELVA SUB CADUCIFOLIA
- ✓ MONTAÑA
- ✓ PETROGLIFOS

### OFERTA TURÍSTICA

- ✓ RESTAURANTE
- ✓ HOSPEDAJE
- ✓ PASEOS A CABALLO





### DATOS GENERALES

NOMBRE COMERCIAL: **JARDINES BOTÁNICOS DE VALLARTA**  
DIRECCIÓN: **KM 24 CARRETERA A BARRA DE NAVIDAD**  
TELEFONO: **(322) 2236182**  
PAG. WEB: **WWW.VALLARTABOTANICALGARDENS.AC.ORG**  
E-MAIL: -----  
ADMINISTRADOR: **CARLOS MENDOZA**  
AÑO DE CREACIÓN: **2006**

### CRITERIO DE SELECCIÓN

- **VENDEN EDUCACIÓN AMBIENTAL A EL PÚBLICO EN GENERAL.**

### DESCRIPCIÓN

LOS JARDINES BOTÁNICOS DE PUERTO VALLARTA SON UN CENTRO EDUCACIONAL Y DE INVESTIGACIÓN, LOCALIZADO DENTRO DE LA SIERRA MADRE OCCIDENTAL. ESTOS JARDINES SON MUY ACCESIBLES.

CUENTA CON OCHO HECTÁREAS DE EXTENSIÓN. LAS COLECCIONES BOTÁNICAS CONTIENEN MÁS DE 3,000 ESPECIES DIFERENTES DE PLANTAS. ESTOS JARDINES ESTÁN RODEADOS DE UN EXUBERANTE BOSQUE TROPICAL, A 450 METROS SOBRE EL NIVEL DEL MAR Y CONTRA EL MAJESTUOSO FONDO DE LA SIERRA MADRE. CUENTA CON: JARDINES DE PALMERAS, ROSALES, JARDINES DE AGAVE, BARRANCA DE HELECHOS ARBORESCENTES, EL ORQUIDARIO DE JALISCO, CAMINATAS EN LA JUNGLA, PLANTACIÓN DE CAFÉ, OBSERVACIÓN DE AVES TROPICALES, NUESTRAS COLECCIONES DE PLANTAS CARNÍVORAS, MARIPOSAS, Y OTRAS ACTIVIDADES PARA SU DELEITE.

### RECURSOS NATURALES Y/O CULTURALES

- ✓ **FLORA**
- ✓ **MONTAÑA**

### OFERTA TURÍSTICA

- ✓ **SENDEROS INTERPRETATIVOS**
- ✓ **EDUCACIÓN AMBIENTAL**

## Tablas de frecuencia de Impactos de las Pymes turísticas en Cabo Corrientes

### Tipo de empresa

|         |                     | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Empresa comunitaria | 2          | 20.0       | 20.0              | 20.0                 |
|         | Empresa privada     | 8          | 80.0       | 80.0              | 100.0                |
|         | Total               |            | 100.0      | 100.0             |                      |

### Tipos de empleados remunerados

|         |                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Locales         | 5          | 50.0       | 50.0              | 50.0                 |
|         | Locales y guías | 3          | 30.0       | 30.0              | 80.0                 |
|         | Todos           | 2          | 20.0       | 20.0              | 100.0                |
|         | Total           | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Insumos desarrollados por la comunidad

|         |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si        | 7          | 70.0       | 70.0              | 70.0                 |
|         | No        | 2          | 20.0       | 20.0              | 90.0                 |
|         | No aplica | 1          | 10.0       | 10.0              | 100.0                |
|         | Total     | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Aspectos en la comunidad que se han visto beneficiados por el turismo

|         |  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Servicios e infraestructura para educación | 1          | 10.0       | 10.0              | 10.0                 |
|         | Vías de comunicación                       | 3          | 30.0       | 30.0              | 40.0                 |
|         | Capacitación técnica                       | 2          | 20.0       | 20.0              | 60.0                 |
|         | Todas                                      | 2          | 20.0       | 20.0              | 80.0                 |
|         | No aplica                                  | 2          | 20.0       | 20.0              | 100.0                |
|         | Total                                      | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Aspectos negativos que el turismo ha generado en la localidad

|         |                                   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Encarecimiento de las propiedades | 2          | 20.0       | 20.0              | 20.0                 |
|         | Contaminación del ambiente        | 1          | 10.0       | 10.0              | 30.0                 |
|         | Otras                             | 1          | 10.0       | 10.0              | 40.0                 |
|         | No aplica                         | 6          | 60.0       | 60.0              | 100.0                |
|         | Total                             | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Efectos sociales positivos del turismo en la comunidad

|         |                        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Elavar nivel educativo | 2          | 20.0       | 20.0              | 20.0                 |
|         | Apoyo al ejido         | 1          | 10.0       | 10.0              | 30.0                 |
|         | No aplica              | 7          | 70.0       | 70.0              | 100.0                |
|         | Total                  | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Mejora de la situación social de los habitantes de la comunidad

|         |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si        | 7          | 70.0       | 70.0              | 70.0                 |
|         | No        | 2          | 20.0       | 20.0              | 90.0                 |
|         | No aplica | 1          | 10.0       | 10.0              | 100.0                |
|         | Total     | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Accesibilidad de la empresa para con la localidad

|         |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si        | 2          | 20.0       | 20.0              | 20.0                 |
|         | No        | 2          | 20.0       | 20.0              | 40.0                 |
|         | No aplica | 6          | 60.0       | 60.0              | 100.0                |
|         | Total     | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Asistencia a la comunidad por parte de la empresa

|         |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si        | 3          | 30.0       | 30.0              | 30.0                 |
|         | No        | 2          | 20.0       | 20.0              | 50.0                 |
|         | No aplica | 5          | 50.0       | 50.0              | 100.0                |
|         | Total     | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Participacion de la empresa en fiestas tradicionales de la comunidad

|         |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si        | 3          | 30.0       | 30.0              | 30.0                 |
|         | No        | 1          | 10.0       | 10.0              | 40.0                 |
|         | No aplica | 6          | 60.0       | 60.0              | 100.0                |
|         | Total     | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Mecanismos que garantizan la igualdad en la selección, contratación y formación del personal de la empresa**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 7          | 70.0       | 70.0              | 70.0                 |
|         | No sabe | 3          | 30.0       | 30.0              | 100.0                |
|         | Total   | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Meses con mayor afluencia de visitantes**

|         |                              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Septiembre                   | 1          | 10.0       | 10.0              | 10.0                 |
|         | Vacaciones decembrinas       | 3          | 30.0       | 30.0              | 40.0                 |
|         | Semana santa/<br>decembrinas | 3          | 30.0       | 30.0              | 70.0                 |
|         | No aplica                    | 3          | 30.0       | 30.0              | 100.0                |
|         | Total                        | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Procedencia del turismo internacional por país\_1**

|         |                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Estados Unidos | 7          | 70.0       | 70.0              | 70.0                 |
|         | Canadá         | 1          | 10.0       | 10.0              | 80.0                 |
|         | No aplica      | 2          | 20.0       | 20.0              | 100.0                |
|         | Total          | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Efectos económicos positivos del turismo en la localidad**

|         |                       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Fuente de ingresos    | 2          | 20.0       | 20.0              | 20.0                 |
|         | Empleos               | 1          | 10.0       | 10.0              | 30.0                 |
|         | Generación de divisas | 2          | 20.0       | 20.0              | 50.0                 |
|         | No aplica             | 5          | 50.0       | 50.0              | 100.0                |
|         | Total                 | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Descripción del sitio y sus recursos naturales**

|         |          | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si       | 6          | 60.0       | 60.0              | 60.0                 |
|         | No       | 3          | 30.0       | 30.0              | 90.0                 |
|         | No aplca | 1          | 10.0       | 10.0              | 100.0                |
|         | Total    | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Efectos ambientales negativos del turismo en la comunidad

|         |               | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Contaminación | 1          | 10.0       | 10.0              | 10.0                 |
|         | No aplica     | 9          | 90.0       | 90.0              | 100.0                |
|         | Total         | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Zonas identificadas para la conservación

|         |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si        | 7          | 70.0       | 70.0              | 70.0                 |
|         | No        | 2          | 20.0       | 20.0              | 90.0                 |
|         | No aplica | 1          | 10.0       | 10.0              | 100.0                |
|         | Total     | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Reciclaje

|         |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si    | 5          | 50.0       | 50.0              | 50.0                 |
|         | No    | 5          | 50.0       | 50.0              | 100.0                |
|         | Total | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Determinación de la capacidad de carga

|         |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si    | 6          | 60.0       | 60.0              | 60.0                 |
|         | No    | 4          | 40.0       | 40.0              | 100.0                |
|         | Total | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Composta

|         |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si    | 5          | 50.0       | 50.0              | 50.0                 |
|         | No    | 5          | 50.0       | 50.0              | 100.0                |
|         | Total | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Impactos negativos al ecosistema causados por actividades turísticas

|         |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si    | 5          | 50.0       | 50.0              | 50.0                 |
|         | No    | 5          | 50.0       | 50.0              | 100.0                |
|         | Total | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Tipo de sistema para el manejo y tratamiento de aguas residuales

|                      | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Fosa séptica | 8          | 80.0       | 80.0              | 80.0                 |
| Filtro               | 2          | 20.0       | 20.0              | 100.0                |
| Total                | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Programas

|   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Programa para la preservación y restauración de los atractivos naturales y culturales         | 2          | 20.0       | 20.0              | 20.0                 |
| Programa para el uso público y educación ambiental  | 2          | 20.0       | 20.0              | 40.0                 |
| Estrategias, objetivos, acciones y responsables para el manejo sustentable del agua/reducción consumo | 1          | 10.0       | 10.0              | 50.0                 |
| Todas   | 1          | 10.0       | 10.0              | 60.0                 |
| No aplica   | 4          | 40.0       | 40.0              | 100.0                |
| Total   | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Venta de basura

|            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 2          | 20.0       | 20.0              | 20.0                 |
| No         | 8          | 80.0       | 80.0              | 100.0                |
| Total      | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Separación de basura

|            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 8          | 80.0       | 80.0              | 80.0                 |
| No         | 2          | 20.0       | 20.0              | 100.0                |
| Total      | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

### Captación de agua pluvial

|            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 1          | 10.0       | 10.0              | 10.0                 |
| No         | 9          | 90.0       | 90.0              | 100.0                |
| Total      | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Recolección de basura**

|         |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si    | 9          | 90.0       | 90.0              | 90.0                 |
|         | No    | 1          | 10.0       | 10.0              | 100.0                |
|         | Total | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Senderos que promueven el conocimientos sobre atractivos naturales y culturales**

|         |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si        | 5          | 50.0       | 50.0              | 50.0                 |
|         | No        | 3          | 30.0       | 30.0              | 80.0                 |
|         | No aplica | 2          | 20.0       | 20.0              | 100.0                |
|         | Total     | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Prohibido utilizar equipo motorizado en areas específicas**

|         |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si    | 6          | 60.0       | 60.0              | 60.0                 |
|         | No    | 4          | 40.0       | 40.0              | 100.0                |
|         | Total | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Efectos ambientales positivos del turismo en la comunidad**

|         |                     | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Educación Ambiental | 4          | 40.0       | 40.0              | 40.0                 |
|         | Reciclaje           | 2          | 20.0       | 20.0              | 60.0                 |
|         | Conservación        | 4          | 40.0       | 40.0              | 100.0                |
|         | Total               | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Anexo VI**

**Tablas de frecuencia de percepción social con relación al turismo de naturaleza**

**Sexo**

|         |        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Mujer  | 15         | 38.5       | 38.5              | 38.5                 |
|         | Hombre | 24         | 61.5       | 61.5              | 100.0                |
|         | Total  | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Escolaridad**

|         |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Sin Estudios | 3          | 7.7        | 7.7               | 7.7                  |
|         | Primaria     | 21         | 53.8       | 53.8              | 61.5                 |
|         | Secundaria   | 9          | 23.1       | 23.1              | 84.6                 |
|         | Preparatoria | 1          | 2.6        | 2.6               | 87.2                 |
|         | Licenciatura | 3          | 7.7        | 7.7               | 94.9                 |
|         | 6            | 2          | 5.1        | 5.1               | 100.0                |
|         | Total        | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Recursos naturales más importantes en la comunidad (opción 1)**

|         |            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Agua       | 29         | 74.4       | 74.4              | 74.4                 |
|         | Animales   | 1          | 2.6        | 2.6               | 76.9                 |
|         | Vegetación | 3          | 7.7        | 7.7               | 84.6                 |
|         | Montaña    | 4          | 10.3       | 10.3              | 94.9                 |
|         | 5          | 2          | 5.1        | 5.1               | 100.0                |
|         | Total      | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Aspectos que la comunidad valora más (opción 1)**

|         |                                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Su Belleza                      | 13         | 33.3       | 33.3              | 33.3                 |
|         | Distinguen a la comunidad       | 4          | 10.3       | 10.3              | 43.6                 |
|         | Son únicos                      | 2          | 5.1        | 5.1               | 48.7                 |
|         | Forman parte de sus tradiciones | 6          | 15.4       | 15.4              | 64.1                 |
|         | Son una fuente de ingresos      | 14         | 35.9       | 35.9              | 100.0                |
|         | Total                           | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |



**Cambios en los recursos naturales (últimos 15 años)**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 28         | 71.8       | 71.8              | 71.8                 |
|         | No      | 9          | 23.1       | 23.1              | 94.9                 |
|         | No sabe | 2          | 5.1        | 5.1               | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Los cambios observados son:**

|         |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Positivos | 15         | 38.5       | 38.5              | 38.5                 |
|         | Negativos | 18         | 46.2       | 46.2              | 84.6                 |
|         | No sabe   | 6          | 15.4       | 15.4              | 100.0                |
|         | Total     | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Sabe si existe una empresa de turismo de naturaleza**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 24         | 61.5       | 61.5              | 61.5                 |
|         | No      | 11         | 28.2       | 28.2              | 89.7                 |
|         | No sabe | 4          | 10.3       | 10.3              | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**El turismo ha contribuido al cuidado de la naturaleza en su comunidad**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 29         | 74.4       | 74.4              | 74.4                 |
|         | No      | 6          | 15.4       | 15.4              | 89.7                 |
|         | No sabe | 3          | 7.7        | 7.7               | 97.4                 |
|         | 4       | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**En qué aspectos se ha dado esa mejora (opción 1)**

|         |   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Uso alternativo de los recursos naturales | 4          | 10.3       | 10.3              | 10.3                 |
|         | Protección de los recursos naturales      | 9          | 23.1       | 23.1              | 33.3                 |
|         | Mejora en la apreciación y el respeto     | 18         | 46.2       | 46.2              | 79.5                 |
|         | Apoyos para la conservación ambiental     | 6          | 15.4       | 15.4              | 94.9                 |
|         | 5   | 2          | 5.1        | 5.1               | 100.0                |
|         | Total                                     | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Que tan marcado ha sido ese efecto en los recursos naturales**

|         |               | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Poco evidente | 12         | 30.8       | 30.8              | 30.8                 |
|         | Evidente      | 15         | 38.5       | 38.5              | 69.2                 |
|         | Muy evidente  | 4          | 10.3       | 10.3              | 79.5                 |
|         | No sabe       | 7          | 17.9       | 17.9              | 97.4                 |
|         | 5             | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total         | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Cómo ha sido el efecto del turismo de naturaleza en el entorno natural**

|         |             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Benefico    | 23         | 59.0       | 59.0              | 59.0                 |
|         | Perjudicial | 1          | 2.6        | 2.6               | 61.5                 |
|         | Sin cambio  | 12         | 30.8       | 30.8              | 92.3                 |
|         | No sabe     | 2          | 5.1        | 5.1               | 97.4                 |
|         | 5           | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total       | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Principales actividades económicas de la comunidad (opción 1)**

|         |             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Agricultura | 7          | 17.9       | 17.9              | 17.9                 |
|         | Ganadería   | 8          | 20.5       | 20.5              | 38.5                 |
|         | Pesca       | 7          | 17.9       | 17.9              | 56.4                 |
|         | Artesanía   | 1          | 2.6        | 2.6               | 59.0                 |
|         | Turismo     | 14         | 35.9       | 35.9              | 94.9                 |
|         | 9           | 2          | 5.1        | 5.1               | 100.0                |
|         | Total       | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Actualmente el turismo es una actividad:**

|         |                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Principal      | 18         | 46.2       | 46.2              | 46.2                 |
|         | Complementaria | 16         | 41.0       | 41.0              | 87.2                 |
|         | No sabe        | 5          | 12.8       | 12.8              | 100.0                |
|         | Total          | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**En qué actividad cree que se gana más al año**

|         |                           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Actividades turísticas    | 20         | 51.3       | 51.3              | 51.3                 |
|         | Actividades tradicionales | 14         | 35.9       | 35.9              | 87.2                 |
|         | No sabe                   | 5          | 12.8       | 12.8              | 100.0                |
|         | Total                     | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Interés de la comunidad por emplearse en el turismo**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 34         | 87.2       | 87.2              | 87.2                 |
|         | No      | 3          | 7.7        | 7.7               | 94.9                 |
|         | No sabe | 1          | 2.6        | 2.6               | 97.4                 |
|         | 4       | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Como una actividad principal o complementaria**

|         |                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Principal      | 27         | 69.2       | 69.2              | 69.2                 |
|         | Complementaria | 7          | 17.9       | 17.9              | 87.2                 |
|         | No sabe        | 4          | 10.3       | 10.3              | 97.4                 |
| 4       |                | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total          | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Sectores en los que se deben invertir los recursos públicos**

|         |             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Agricultura | 5          | 12.8       | 12.8              | 12.8                 |
|         | Ganadería   | 8          | 20.5       | 20.5              | 33.3                 |
|         | Pesca       | 4          | 10.3       | 10.3              | 43.6                 |
|         | Artesanías  | 1          | 2.6        | 2.6               | 46.2                 |
|         | Turismo     | 18         | 46.2       | 46.2              | 92.3                 |
|         | Otras       | 3          | 7.7        | 7.7               | 100.0                |
|         | Total       | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Incremento de las actividades económicas por el turismo**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 28         | 71.8       | 71.8              | 71.8                 |
|         | No      | 2          | 5.1        | 5.1               | 76.9                 |
|         | No sabe | 9          | 23.1       | 23.1              | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Actividades que se han visto beneficiadas por el turismo:**

|         |             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Agricultura | 7          | 17.9       | 17.9              | 17.9                 |
|         | Ganadería   | 8          | 20.5       | 20.5              | 38.5                 |
|         | Pesca       | 17         | 43.6       | 43.6              | 82.1                 |
|         | Artesanía   | 5          | 12.8       | 12.8              | 94.9                 |
| 5       |             | 2          | 5.1        | 5.1               | 100.0                |
|         | Total       | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Actividades tradicionales abandonadas por el turismo:**

|         |             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Agricultura | 12         | 30.8       | 30.8              | 30.8                 |
|         | Ganadería   | 6          | 15.4       | 15.4              | 46.2                 |
|         | Pesca       | 5          | 12.8       | 12.8              | 59.0                 |
|         | Artesanías  | 6          | 15.4       | 15.4              | 74.4                 |
|         | Todas       | 5          | 12.8       | 12.8              | 87.2                 |
| 6       |             | 5          | 12.8       | 12.8              | 100.0                |
|         | Total       | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Situación económica de su comunidad desde que se introdujo el turismo**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Peor    | 3          | 7.7        | 7.7               | 7.7                  |
|         | Igual   | 9          | 23.1       | 23.1              | 30.8                 |
|         | Mejor   | 22         | 56.4       | 56.4              | 87.2                 |
|         | No sabe | 5          | 12.8       | 12.8              | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Lo que a los locales les gustaría que hiciera la empresa en su comunidad**

|         |                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Socioculturales | 18         | 46.2       | 46.2              | 46.2                 |
|         | Económicos      | 14         | 35.9       | 35.9              | 82.1                 |
|         | Ambientales     | 1          | 2.6        | 2.6               | 84.6                 |
|         | Otros           | 5          | 12.8       | 12.8              | 97.4                 |
|         | 5               | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total           | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Cómo valora la presencia de las empresas de TN en su comunidad**

|          |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos  | Buena   | 19         | 48.7       | 50.0              | 50.0                 |
|          | Regular | 14         | 35.9       | 36.8              | 86.8                 |
|          | No sabe | 5          | 12.8       | 13.2              | 100.0                |
|          | Total   | 38         | 97.4       | 100.0             |                      |
| Perdidos | Sistema | 1          | 2.6        |                   |                      |
| Total    |         | 39         | 100.0      |                   |                      |

**Participación de las empresa de TN en actividades de la comunidad**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 17         | 43.6       | 43.6              | 43.6                 |
|         | No      | 17         | 43.6       | 43.6              | 87.2                 |
|         | No sabe | 5          | 12.8       | 12.8              | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**En caso afirmativo ¿en qué actividad participa?**

|         |                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Socioculturales | 13         | 33.3       | 33.3              | 33.3                 |
|         | Económicos      | 10         | 25.6       | 25.6              | 59.0                 |
|         | Ambientales     | 5          | 12.8       | 12.8              | 71.8                 |
|         | Otros           | 6          | 15.4       | 15.4              | 87.2                 |
|         | 5               | 5          | 12.8       | 12.8              | 100.0                |
|         | Total           | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**En caso negativo ¿en qué actividad deberían participar ?**

|         |                 | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Socioculturales | 11         | 28.2       | 28.2              | 28.2                 |
|         | Económicos      | 11         | 28.2       | 28.2              | 56.4                 |
|         | Ambientales     | 6          | 15.4       | 15.4              | 71.8                 |
|         | Otros           | 6          | 15.4       | 15.4              | 87.2                 |
|         | 5               | 5          | 12.8       | 12.8              | 100.0                |
|         | Total           | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Mejora de la situación de los habitantes de la comunidad**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 28         | 71.8       | 71.8              | 71.8                 |
|         | No      | 8          | 20.5       | 20.5              | 92.3                 |
|         | No sabe | 3          | 7.7        | 7.7               | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Cree que en el 2009 llegaron más turistas que en el 2008**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 16         | 41.0       | 41.0              | 41.0                 |
|         | No      | 15         | 38.5       | 38.5              | 79.5                 |
|         | No sabe | 7          | 17.9       | 17.9              | 97.4                 |
|         | 4       | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Aspectos en que la comunidad se ha visto beneficiada por la empresa de TN (opción 1)**

|         |  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Servicios e infraestructura para la salud        | 5          | 12.8       | 12.8              | 12.8                 |
|         | Servicios e infraestructura para la educación    | 6          | 15.4       | 15.4              | 28.2                 |
|         | Capacitación Técnica                             | 2          | 5.1        | 5.1               | 33.3                 |
|         | Vías de comunicación                             | 5          | 12.8       | 12.8              | 46.2                 |
|         | Dotación de drenaje, electricidad y agua potable | 12         | 30.8       | 30.8              | 76.9                 |
|         | No sabe  | 8          | 20.5       | 20.5              | 97.4                 |
|         | 7  | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total  | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**La influencia de los turistas en su comunidad**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Buena   | 22         | 56.4       | 56.4              | 56.4                 |
|         | Regular | 13         | 33.3       | 33.3              | 89.7                 |
|         | No sabe | 3          | 7.7        | 7.7               | 97.4                 |
|         | 5       | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Aspectos en que la comunidad se ha visto beneficiada por el turismo (opción 1)**

|         |   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Cambios en las costumbres o estilos de vida | 4          | 10.3       | 10.3              | 10.3                 |
|         | Mayor seguridad                             | 3          | 7.7        | 7.7               | 17.9                 |
|         | Mayor conciencia sobre el medio ambiente    | 7          | 17.9       | 17.9              | 35.9                 |
|         | Mejores caminos                             | 13         | 33.3       | 33.3              | 69.2                 |
|         | Incremento del comercio interno             | 4          | 10.3       | 10.3              | 79.5                 |
|         | Mejor precio de las propiedades             | 3          | 7.7        | 7.7               | 87.2                 |
|         | Ninguna                                     | 5          | 12.8       | 12.8              | 100.0                |
|         | Total                                       | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Aspectos negativos que el turismo ha generado en la comunidad (opción 1)**

|   | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Inseguridad                       | 2          | 5.1        | 5.1               | 5.1                  |
| Contaminación del ambiente                | 1          | 2.6        | 2.6               | 7.7                  |
| Aumento de accidentes viales              | 3          | 7.7        | 7.7               | 15.4                 |
| Encarecimiento de los productos básicos   | 5          | 12.8       | 12.8              | 28.2                 |
| Incremento del alcoholismo y drogadicción | 5          | 12.8       | 12.8              | 41.0                 |
| Pérdida de tradiciones                    | 2          | 5.1        | 5.1               | 46.2                 |
| Encarecimiento de las propiedades         | 8          | 20.5       | 20.5              | 66.7                 |
| Ninguna                                   | 12         | 30.8       | 30.8              | 97.4                 |
| 10  | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
| Total                                     | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Servicios antes de existir la primera empresa turística (opción 1)**

|                       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Agua entubada | 16         | 41.0       | 41.0              | 41.0                 |
| Alumbrado             | 3          | 7.7        | 7.7               | 48.7                 |
| Electricidad          | 9          | 23.1       | 23.1              | 71.8                 |
| Drenaje               | 3          | 7.7        | 7.7               | 79.5                 |
| Internet              | 1          | 2.6        | 2.6               | 82.1                 |
| Pavimentación         | 2          | 5.1        | 5.1               | 87.2                 |
| Recolección de basura | 2          | 5.1        | 5.1               | 92.3                 |
| 8                     | 3          | 7.7        | 7.7               | 100.0                |
| Total                 | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Servicios públicos que tiene actualmente (opción 1)**

|                       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Agua entubada | 17         | 43.6       | 43.6              | 43.6                 |
| Electricidad          | 11         | 28.2       | 28.2              | 71.8                 |
| Drenaje               | 3          | 7.7        | 7.7               | 79.5                 |
| Internet              | 1          | 2.6        | 2.6               | 82.1                 |
| Pavimentación         | 2          | 5.1        | 5.1               | 87.2                 |
| Recolección de basura | 1          | 2.6        | 2.6               | 89.7                 |
| Alumbrado             | 1          | 2.6        | 2.6               | 92.3                 |
| No sabe               | 2          | 5.1        | 5.1               | 97.4                 |
| 9                     | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
| Total                 | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Anexo VII**

**Emprendimiento en pymes turísticas en Cabo Corrientes**

**Tipo de empresa**

|                             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Empresa comunitaria | 2          | 20.0       | 20.0              | 20.0                 |

|                 |    |       |       |       |
|-----------------|----|-------|-------|-------|
| Empresa privada | 8  | 80.0  | 80.0  | 100.0 |
| Total           | 10 | 100.0 | 100.0 |       |

**Participa la comunidad en la toma de desiciones del TN**

|            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 2          | 20.0       | 20.0              | 20.0                 |
| No         | 8          | 80.0       | 80.0              | 100.0                |
| Total      | 10         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Conoce programa y/o acción que se haya llevado a cabo**

|            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 23         | 59.0       | 59.0              | 59.0                 |
| No         | 11         | 28.2       | 28.2              | 87.2                 |
| No sabe    | 4          | 10.3       | 10.3              | 97.4                 |
| 4          | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
| Total      | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Programa y/o acción**

|                                    | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos 70 y más                   | 5          | 12.8       | 12.8              | 12.8                 |
| Vallarta limpio                    | 1          | 2.6        | 2.6               | 15.4                 |
| Adopta un árbol                    | 1          | 2.6        | 2.6               | 17.9                 |
| Patio limpio                       | 1          | 2.6        | 2.6               | 20.5                 |
| Separación de basura               | 6          | 15.4       | 15.4              | 35.9                 |
| Limpieza de playa                  | 3          | 7.7        | 7.7               | 43.6                 |
| Protección de tortuga              | 1          | 2.6        | 2.6               | 46.2                 |
| Arreglo de calles                  | 1          | 2.6        | 2.6               | 48.7                 |
| Oportunidades                      | 2          | 5.1        | 5.1               | 53.8                 |
| Limpieza estero el salado          | 1          | 2.6        | 2.6               | 56.4                 |
| CONAFE                             | 1          | 2.6        | 2.6               | 59.0                 |
| Conservación del ambiente          | 1          | 2.6        | 2.6               | 61.5                 |
| Manutención de áreas verdes        | 1          | 2.6        | 2.6               | 64.1                 |
| Calzadas para cuidar derrumbes     | 1          | 2.6        | 2.6               | 66.7                 |
| Pro-árbol                          | 2          | 5.1        | 5.1               | 71.8                 |
| Reforestación                      | 4          | 10.3       | 10.3              | 82.1                 |
| Apoyo a mujeres                    | 2          | 5.1        | 5.1               | 87.2                 |
| Limpieza por parte de las escuelas | 1          | 2.6        | 2.6               | 89.7                 |
| Progesa                            | 1          | 2.6        | 2.6               | 92.3                 |
| Veda para peces                    | 1          | 2.6        | 2.6               | 94.9                 |
| Seguro popular                     | 1          | 2.6        | 2.6               | 97.4                 |
| 25                                 | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
| Total                              | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Promotor del programa y/o acción**

|         |  | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Asociación Viejo Vallarta                | 1          | 2.6        | 2.6               | 2.6                  |
|         | SEMARNAT                                 | 1          | 2.6        | 2.6               | 5.1                  |
|         | Ayuntamiento de Puerto Vallarta          | 1          | 2.6        | 2.6               | 7.7                  |
|         | Ayuntamiento Cabo Corrientes             | 5          | 12.8       | 12.8              | 20.5                 |
|         | Escuelas de Cabo Corrientes              | 4          | 10.3       | 10.3              | 30.8                 |
|         | Servidor Técnico UMA                     | 5          | 12.8       | 12.8              | 43.6                 |
|         | Presa Los Panales                        | 2          | 5.1        | 5.1               | 48.7                 |
|         | Escuelas de Tomatlán                     | 2          | 5.1        | 5.1               | 53.8                 |
|         | FONAES                                   | 2          | 5.1        | 5.1               | 59.0                 |
|         | Cooperativa de Tomatlán                  | 2          | 5.1        | 5.1               | 64.1                 |
|         | Maestros y padres de familia de Tomatlán | 2          | 5.1        | 5.1               | 69.2                 |
|         | CONAFOR                                  | 2          | 5.1        | 5.1               | 74.4                 |
|         | Comunidad                                | 2          | 5.1        | 5.1               | 79.5                 |
|         | G. Ambientalistas                        | 2          | 5.1        | 5.1               | 84.6                 |
|         | Gobierno de La Huerta                    | 1          | 2.6        | 2.6               | 87.2                 |
|         | Escuelas de Cihuatlán                    | 1          | 2.6        | 2.6               | 89.7                 |
|         | Gobierno de Cihuatlán                    | 1          | 2.6        | 2.6               | 92.3                 |
|         | C. Pesquera de Cihuatlán                 | 1          | 2.6        | 2.6               | 94.9                 |
|         | Ecobana                                  | 1          | 2.6        | 2.6               | 97.4                 |
|         | 20                                       | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total                                    | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Sectores en los que se deben invertir los recursos públicos**

|         |             | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Agricultura | 5          | 12.8       | 12.8              | 12.8                 |
|         | Ganadería   | 8          | 20.5       | 20.5              | 33.3                 |
|         | Pesca       | 4          | 10.3       | 10.3              | 43.6                 |
|         | Artesanías  | 1          | 2.6        | 2.6               | 46.2                 |
|         | Turismo     | 18         | 46.2       | 46.2              | 92.3                 |
|         | Otras       | 3          | 7.7        | 7.7               | 100.0                |
|         | Total       | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Interés de la comunidad por emplearse en el turismo**

|         |         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si      | 34         | 87.2       | 87.2              | 87.2                 |
|         | No      | 3          | 7.7        | 7.7               | 94.9                 |
|         | No sabe | 1          | 2.6        | 2.6               | 97.4                 |
|         | 4       | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total   | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |

**Como una actividad principal o complementaria**



|         |                | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Principal      | 27         | 69.2       | 69.2              | 69.2                 |
|         | Complementaria | 7          | 17.9       | 17.9              | 87.2                 |
|         | No sabe        | 4          | 10.3       | 10.3              | 97.4                 |
|         | 4              | 1          | 2.6        | 2.6               | 100.0                |
|         | Total          | 39         | 100.0      | 100.0             |                      |





