



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

**Condiciones de la actividad turística rural y la implicación de las
MYPE's en la Costa Norte del Estado de Nayarit**

T e s i s

Que para optar por el grado de:

Doctora en Ciencias de la Administración

Presenta:

Gabriela Socorro Navarro Medina

Comité Tutor

Tutor principal:

Dr. Tomás Jesús Cuevas Contreras
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Dra. Isabel Zizaldrá Hernández
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Dr. José Alfredo Delgado Guzmán
Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad de México, septiembre de 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Posgrado en Ciencias de la Administración

Tesis

**Condiciones de la actividad turística rural y la implicación de las MYPE's
en la Costa Norte del Estado de Nayarit**

Que para optar por el grado de:

Doctora en Ciencias de la Administración

Presenta:

Gabriela Socorro Navarro Medina

Tutor principal: Dr. Tomás Jesús Cuevas Contreras
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Miembros del comité tutor

Tutora: Dra. Isabel Zizaldrá Hernández
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Tutor: José Alfredo Delgado Guzmán
Universidad Nacional Autónoma de México

Lectores

Lector 1

Dr. Adrián Méndez Salvatorio

Lector 2

Dr. Gabino García Tapia

Ciudad de México, septiembre 2019.

Dedicatoria

La gratitud es la memoria del corazón.

Lao-Tsé

A mi madre y familia quienes son mi todo.

Agradecimientos

Es imposible dejar de agradecer a tantas personas que han caminado conmigo en este proceso. Mi madre, siempre a mi lado, quien merece mi esfuerzo y dedicación a esta investigación en nuestro “terruño” para aportar un granito de arena para el crecimiento de nuestra comunidad. A mis hermanas y hermanos quienes estuvieron siempre presentes en mis altas y bajas.

Agradezco a la Universidad Nacional Autónoma de México todo el apoyo y facilidades que se me otorgaron, ya que tuve momentos muy difíciles y siempre estuvieron para apoyarme.

Agradezco profundamente al Dr. Tomás Cuevas Contreras y a la Dra. Isabel Zizaldrá Hernández, por su acompañamiento en este proceso, que en estos años se pasan por muchas situaciones adversas y estuvieron siempre con su dedicación y tenacidad de trabajo que los caracteriza.

Asimismo, mi profundo respeto a la ayuda del Act. Alejandro Arnulfo Ruíz León, en la capacitación y orientación en el manejo de la metodología de Análisis de Redes Sociales, la cual fue soporte indispensable para el desarrollo de este trabajo.

Mi respeto para la Universidad Tecnológica de la Costa quien me dio la oportunidad de aplicar al doctorado.

Mi gratitud para todos los actores de la investigación por su interés en tratar de aportar algo para que la Zona Costa Norte de Nayarit reconozca las condiciones en las que se encuentra la actividad del Turismo Rural.

Contenido

<i>Introducción</i>	1
Planteamiento del problema	6
Objetivos de la Investigación	14
Objetivo general.....	14
Objetivos específicos.....	14
Justificación e importancia de la investigación	14
Formulación de hipótesis	15
<i>Capítulo I</i>	17
<i>Marco Teórico</i>	17
<i>Figura 1.1 Enfoque teórico</i>	17
<i>Fuente: Elaboración propia</i>	17
1.1 Teoría del Desarrollo	18
1.2 Teoría General de Sistemas	20
1.3 Teoría de los Stakeholders	23
1.3 Teoría de Redes Sociales	25
<i>Capítulo II</i>	29
<i>Marco conceptual</i>	29
2.1 El turismo	29
2.2 Turismo Rural	33
2.2.1 Modalidades del Turismo Rural	36
2.3 Turismo Patrimonial	38
2.3.1 Zonas turísticas y arqueológicas	41
2.4 Desarrollo Regional	43
2.4.1 Desarrollo local	45
2.4.2 Desarrollo local endógeno	52
2.5.1 Características de las MyPEs familiares	60
2.5.2 Análisis de la MyPEs en la ZCNN	63
<i>Capítulo III</i>	68
<i>Marco Contextual</i>	68
3.1 Estado de Nayarit	68

3.2 Regionalización del Estado de Nayarit	69
3.3 Características generales de la ZCNN	73
3.3.1 Medio ambiente ZCNN	76
3.3.2 Medio económico ZCNN	79
3.3.4 Infraestructura	88
3.4 Estrategias de desarrollo en la ZCNN	90
3.4.1 Estrategias turísticas en Santiago Ixcuintla.....	91
3.4.2 Estrategias turísticas en San Blas	94
Estrategias estatales en San Blas	94
3.4.3 Estrategias turísticas en Tecuala.....	95
<i>Capítulo IV</i>	100
<i>Método de investigación</i>	100
4.1 Tipo de estudio	100
4.2 Diseño mixto	100
4.3 El método	101
<i>Capítulo V</i>	114
<i>Resultados</i>	114
5.1 Resultados cuantitativos	114
5.1.1 Evaluación de las condiciones de la actividad turística rural en la ZCNN	114
5.2 Resultados cualitativos	123
5.2.1 Evaluación de las condiciones de infraestructura de la actividad turística rural de la ZCNN	123
5.2.2 Identificación de las ventajas competitivas de las MyPEs y otros actores interesados en la actividad turística rural de la ZCNN	126
5.2.3 Valoración de la reticularidad de las MyPEs y otros actores en la actividad turística rural de la ZCNN	129
<i>Capítulo VI</i>	142
<i>Discusión de Resultados</i>	142
6.1 Discusión de resultados cuantitativos	142
6.1.1 Discusión de las condiciones de la actividad turística rural en la ZCNN ..	142
6.2.1 Discusión de la evaluación de la infraestructura de la actividad turística rural en la ZCNN	147

6.2.2 Discusión de las ventajas competitivas de las MyPEs y otros actores interesados en la actividad turística rural en la ZCNN.....	158
6.2.3 Discusión de la reticularidad de las MyPEs y otros actores interesados en la actividad turística rural en la ZCNN.....	163
<i>Conclusiones.....</i>	<i>174</i>
<i>Referencias bibliográficas</i>	<i>185</i>
Anexo 1. Guía de Cuestionario Cuantitativo.....	198
Anexo 2. Guía de entrevista Foros de Discusión	200
Anexo 3. Entrevista semiestructurada para actores de la ZCNN.....	201
Anexo 4. Entrevista semiestructurada para evaluar la reticularidad de actores de la ZCNN	204
Anexo 5. Listado de participantes a los Foros de Discusión.....	206
Anexo 6. Listado de Actores de Santiago Ixcuintla.....	208
Anexo 7. Listado de Actores de San Blas	210
Anexo 8. Listado de Actores de Tecuala	212
Anexo 9. Grado de centralidad normalizado de la red de Santiago Ixcuintla.....	213
Anexo 10. Grado de centralidad normalizado de la red de San Blas	214
Anexo 11. Grado de centralidad normalizado de la red de Tecuala.....	215

Índice de Figuras

Introducción

Figura 0.1. Mapa de la zona de estudio7

Capítulo I

Figura 1.1 Enfoque teórico17

Figura 1.2 Esquema del sistema de turístico22

Capítulo III

Figura 3.1 Mapa comparativo de la regionalización 2005-2011 contra la actual.72

Figura 3.2 Mapa del municipio de Santiago Ixcuintla91

Figura 3.3 Mapa del municipio de San Blas.....95

Figura 3.4 Mapa del municipio de Tecuala.96

Capítulo IV

Figura 4.1 Procedimiento general metodológico104

Figura 4.2 Fórmula para el cálculo de la muestra en poblaciones finitas.....107

Capítulo V

Figura 5.1 Condiciones de la Actividad Turística116

Figura 5.2 Apreciación del Turismo.....118

Figura 5.3 TR como alternativa de desarrollo119

Figura 5.4 Otros atractivos en la ZCNN120

Figura 5.5 Gastronomía local como atractivo para los visitantes120

Figura 5.6 TR como generador de empleos mejor remunerados.....120

Figura 5.7 TR Como amenaza para el ambiente natural121

Figura 5.8 ZCNN preparada para recibir visitantes con diferentes costumbres 121

Figura 5.9 Participación en toma de decisiones para resolver problemas122

Figura 5.10 TR reemplazaría las actividades primarias (agrícolas–pesqueras) a largo plazo.....122

Figura 5.11 Infraestructura necesaria para TR como nueva actividad económica122

Figura 5.12 Emprendurismo en el área del Turismo122

Figura 5.13 Mapa semántico del sistema turístico rural en la ZCNN124

Figura 5.14 Red de actores e interesados en turismo en Santiago Ixcuintla, Nayarit.127

Figura 5.15 Red: actores e interesados en turismo en San Blas128

Figura 5.16 Red: actores e interesados en turismo en Tecuala.....129

Figura 5.17 Grado de centralidad municipio Santiago Ixcuintla, Nayarit.....131

Figura 5.18 Grado de centralidad municipio San Blas, Nayarit.....133

Figura 5.19 Grado de centralidad municipio de Tecuala, Nayarit.....135

Figura 5.20 Red de colaboración de los municipios de Santiago Ixcuintla, San Blas y Tecuala, Nayarit de la ZCNN.....137

Figura 5.21 Dendograma municipio de Santiago Ixcuintla, Nayarit.....	138
Figura 5.22 Dendograma municipio de San Blas, Nayarit.....	141
Figura 5.23 Dendograma municipio de San Blas, Nayarit.....	141
Capítulo VI	
Figura 6.1 Redes de actores e interesados en el estado de Nayarit ZCNN.....	161

Índice de Tablas

Capítulo I

Capítulo II

Tabla 2.1. Actividades de Turismo Rural (TR.....	36
Tabla 2.2 Tipología de las actividades turísticas.....	39
Tabla 2.3 Clasificación de empresas	58
Tabla 2.4 Número de unidades económicas en la Costa Norte de Nayarit.....	64
Tabla 2.5 Indicadores demográficos de ZCNN.	64
Tabla 2.6 Indicadores económicos de ZCNN.....	65

Capítulo III

Tabla 3.1 Regionalización estratégica del Estado de Nayarit	71
Tabla 3.2 Producción agrícola y acuícola	79
Tabla 3.3 Establecimientos de comercio por rama de actividad	84
Tabla 3.4 Hoteles y Artesanías ZCNN	85
Tabla 3.5 Afluencia de visitantes.....	87
Tabla 3.6 Gastronomía y lugares turísticos ZCNN.....	88
Tabla 3.7 Inventario de infraestructura económica ZCNN	89
Tabla 3.8 Infraestructura	90

Capítulo IV

Tabla 4.1 Distribución de la muestra	108
--	-----

Capítulo V

Tabla 5.1 Agrupación de actores por conglomerados de Santiago Ixcuintla, Nayarit.	139
Tabla 5.2 Agrupación de actores por conglomerados de San Blas, Nayarit.	139
Tabla 5.3 Agrupación de actores por conglomerados de Tecuala, Nayarit.	139

Capítulo VI

Tabla 6.1 Promedio de participación en entrevistas en la CNN.	159
--	-----

Glosario

Actores turísticos: Los actores son todos los organismos, instituciones, personas (gobierno, empresarios, comunidad) que interactúan entre sí con un fin común para el desarrollo de una localidad.

Actividad económica: Procesos de generación e intercambio de bienes y servicios capaces de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Análisis de redes sociales: La dinámica de colaboración que efectivamente se produce entre aquellos componentes del sistema que realmente interactúan para desarrollar actividades en el proceso productivo del turismo en determinado territorio.

Bitácora de campo: Es un instrumento de recolección de datos que acompaña al observador de campo y tiene la función de guardar de forma primaria y así como se presentan, todos los datos que se consideran pertinentes al tema de una investigación.

Centralidad: Número de vínculos que un nodo tiene con otros nodos en el gráfico de la red, de tal forma la cantidad de nodos condiciona el poder de los actores y por ende un actor con más nodos tendrá más influencia en el resto de los actores.

Cercanía: Distancia media de cada actor con relación al resto de los actores de la red.

Clústers: Es una agrupación de empresas e instituciones relacionadas entre sí, pertenecientes a un mismo sector o segmento de mercado, que se encuentran próximas geográficamente y que colaboran para ser más competitivos

Competitividad: Capacidad que se tiene para obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.

Desarrollo local: Aparece para dar solución a los problemas que existen en la localidad.

Desarrollo local endógeno: La capacidad de una comunidad local para utilizar el potencial de desarrollo existente en el territorio y dar respuesta a los desafíos que se le plantea en un momento y espacio determinado.

Distancia: Indicador de esfuerzo para que un actor alcance a otro del sistema.

Identidad: Es el conjunto de rasgos que diferencian a un lugar.

Intermediación: Implica que un actor está en la posición de mediar la comunicación entre otros actores, considerando las rutas más cortas.

Empresa familiar: Organizaciones comerciales creadas y gestionadas por una sola familia, pretendiendo la continuidad a las siguientes generaciones.

Emprendurismo: Proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto, con o sin fines de lucro generando innovación y empleo.

Micro y Pequeñas Empresas: Son la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera que sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Observatorio turístico: Proyecto dedicado a la generación, sistematización y difusión de información relevante para la actividad turística y sectores afines de un estado.

Pajek: Software que permite la representación gráfica de diferentes relaciones, midiendo aspectos como la centralidad, distancia y cercanía.

Producto turístico: Conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante y que satisfacen sus necesidades, incluye los atractivos del destino, así como los organismos que son el soporte de la actividad turística.

Red: Estructura que cuenta con un patrón establecido.

Reticular: Formación en forma de red.

Sector del turismo: El sector turismo, tal y como se contempla en la Cuenta Satélite del Turismo (CST), es el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los *visitantes*. Estas industrias se denominan las industrias turísticas debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de éstos, dicha producción se vería reducida de manera significativa.

Sistema: En esta tesis se considera al conjunto de actores y actividades que en conjunto comprenden la actividad turística.

Stakeholders: Estos se integran por los grupos e individuos con los que las organizaciones tienen una relación de dependencia.

Sector: Para el ámbito gubernamental es una actividad económica.

Teoría de grafos: Es el concepto matemático de la teoría de redes.

Turismo: Actividad en la que los individuos se desplazan fuera de su lugar de origen por razones de esparcimiento, negocios, salud, trámites, etc.

Turismo Rural: Modalidad del turismo el cual representa respeto por las comunidades y toma conciencia de los usos y costumbres de ellas.

Turista: Se clasifica como *turista* (o *visitante que pernocta*), si su viaje incluye una pernoctación.

Visitantes: Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

Siglas

CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CESTUR	Centro de Estudios Superiores en Turismo.
COMDES	Consejo Mexicano para el Desarrollo Económico y Social
COPRODES	Comités Promotores para el Desarrollo.
COPRODENAY	Comité Promotor para el Desarrollo del Estado de Nayarit.
FIPROTUR	Fideicomiso Promotor del Turismo.
FONATUR	Fondo Nacional del Fomento al Turismo.
FOGATUR	Fondo de Garantía y Fomento al Turismo
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia.
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
MyPEs	Micro y Pequeñas empresas.
OMT	Organización Mundial del Turismo
PIB	Producto Interno Bruto.
PEA	Población Económicamente Activa
PND	Plan Nacional de Desarrollo.
SAGARPA	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.
SECTUR	Secretaría de Turismo
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
ZCNN	Zona Costa Norte de Nayarit.

Introducción

El turismo es considerado como una de las actividades económicas más activas y de mayor crecimiento y promotor de desarrollo económico regional y social. Según la Organización Mundial de Turismo (2018), a México arribaron 39,298 millones de turistas durante el 2017, lo que significaron ingresos de 21,333 MDD. Además de los beneficios económicos, el turismo tiende a considerarse una actividad muy versátil dada su naturaleza compleja, lo que le permite diversificar las actividades que pueden realizarse en torno a él. En este contexto florecen perspectivas como el turismo de sol y playa, de convenciones, de aventura, cultural, gastronómico, religioso o rural, por citar algunos.

Por lo que, ante la imperante fractura de las condiciones del campo para alcanzar niveles de desarrollo más sustentables y crecimiento económico que pueda distribuirse equitativamente entre los diferentes actores del destino, es como ha aparecido en la escena el turismo rural (TR), con la finalidad de acrecentar las oportunidades de desarrollo de la población y no afianzarse en las tradicionales actividades como la agricultura, la pesca, la extracción de recursos naturales entre otras; así como una respuesta ante las tradicionales formas de comercializar el territorio a una población de visitantes en los espacios rurales.

Sin embargo, más allá de suplir las necesidades de los turistas por encontrar destinos de recreación diferente al turismo de masa que les permita a su vez un encuentro con sus raíces, y de proporcionar a las sociedades rurales un mejoramiento en sus ingresos; este turismo, permite la posibilidad de convivir con la naturaleza, los modos de vida, tradiciones, costumbres y formas de

producción de los medios rurales. También permite, crear nuevos empleos, favorecer el emprendedurismo, promocionar las artesanías rurales, la gastronomía local y preservar los recursos culturales y naturales de la región.

El Estado de Nayarit ha considerado diversificar las opciones de turismo de sus territorios, especialmente los menos favorecidos en índices de desarrollo, pero más ricos en recursos a explotarse como producto turístico. Ante lo cual, esta investigación busca hacer una evaluación de las condiciones de la actividad turística rural en la Zona Costa Norte de Nayarit (ZCNN), integrada por los municipios de Santiago Ixcuintla, San Blas y Tecuala, así como las implicaciones de la Micro y Pequeña Empresa (MyPEs) como detonadores del desarrollo local de esta región del estado.

Para efecto del logro de estos objetivos, se considera conveniente estructurar el presente informe doctoral en siete secciones o unidades principales. En la primera parte se aborda una sección introductoria que permite fundamentar el trabajo de investigación, permitiendo al lector la identificación de las interrogantes que dan nacimiento al proyecto; así como los objetivos e hipótesis propuestas a ser valoradas en todo el transcurso de este trabajo.

En la siguiente sección, se incorpora un primer capítulo denominado Marco Teórico, donde se expone el sustento filosófico que da soporte al proyecto. Partiendo de la Teoría del Desarrollo (Orozco, 2013; Orozco y Núñez, 2013; Quintero, 2008). Asimismo, considerando que el turismo es un conjunto de elementos interrelacionados, se aborda su estudio a partir de la Teoría General de Sistemas (Bertalanffy, 1976; Boullón, 2006; Molina, 2005; Varisco, 2016). Pero, esto sería insuficiente si no se reflexiona en el grupo de interesados que

participan en el sistema turístico para articularlo y trabajar en su desarrollo, apareciendo un cuerpo de conocimientos denominado Teoría de los *Stakeholders* (Freeman, 1984; Stoner y Freeman, 1995; Morales y Hernández, 2011), agrupando a los actores interesados como: organizaciones gubernamentales, empresariales, academia, sociedad civil, etc.; los cuales para accionarse, intercambian energía o flujo de información; estudiados bajo la Teoría de Redes Sociales (Wasserman y Faust, 2013; Newman, 2004; Rodríguez, 2005; Wellman y Berrowitz, 1988; Burt, 2002).

En el capítulo II se expone la información que conceptualiza las variables de trabajo. De esta forma, se expresan conceptos que van de lo general a lo particular. Parten del concepto de turismo, turismo rural, patrimonio cultural y gastronómico, descripción de las micro y pequeñas empresas, desarrollo regional y desarrollo local.

Por otro lado, se desarrolla el capítulo III denominado Marco Contextual, en donde se muestran las características de la zona de estudio, su vasto recurso natural, de patrimonio cultural y gastronómico; en el entendido que la ZCNN y sus condiciones permitirán a los actores o *stakeholders*, crecer, fortalecerse, ser más productivos y competitivos en un mercado turístico en expansión.

La investigación turística está despuntando hacia esquemas novedosos e interdisciplinarios que se alejen de las tradicionales prácticas para insertarlos en modelos holísticos que valoren los métodos cualicuantitativos o mixtos y bajo el uso de diversas técnicas de búsqueda de la información. Por lo que investigar hechos, fenómenos o datos sociales referidos al turismo o cualquier otra rama de las ciencias sociales, no sólo requiere el ingenio para diversificar las formas

de plantear y extraer información, sino la capacidad de asombro e interpretación de los fenómenos. Por lo cual, el desarrollo del Método utilizado en la investigación se presenta en capítulo IV, en donde se describe el alcance del proyecto de tipo exploratorio y descriptivo bajo un enfoque cuantitativo; haciendo uso de diversas técnicas de búsqueda de información, como la encuesta, las entrevistas semiestructuradas, Foros de Discusión. Así también, se utilizan diversas formas de revisión de los resultados como: análisis bajo la estadística descriptiva, mapas semánticos y Análisis de Redes Sociales (ARS).

En el capítulo V, se incluyen los resultados de la aplicación del método de investigación, incorporados en gráficas, tablas, mapas semánticos, figuras y redes. Esta sección se divide en dos apartados principales: los resultados de corte cuantitativo y los de tipo cualitativo. En los primeros se muestran gráficas generadas con la gestión del *software* SPSS. En el siguiente apartado se muestra la estructura del sistema turístico de la ZCNN, generado con apoyo del *software* Atlas.ti., así como un análisis de la reticularidad de los actores sostenidos con el *software* PAJEK.

A continuación, se presenta la discusión de los resultados, tanto cuantitativos como cualitativos, interpretando la información obtenida y comparándola con las hipótesis planteadas y la teoría de los capítulos I y II.

Para finalizar, se expresan las conclusiones generales en donde se da respuesta a la pregunta de investigación, se verifican las hipótesis, dado el seguimiento y cumplimiento de los objetivos planteados y se termina con la redacción de las recomendaciones sobre el método de estudio y futuras líneas de investigación.

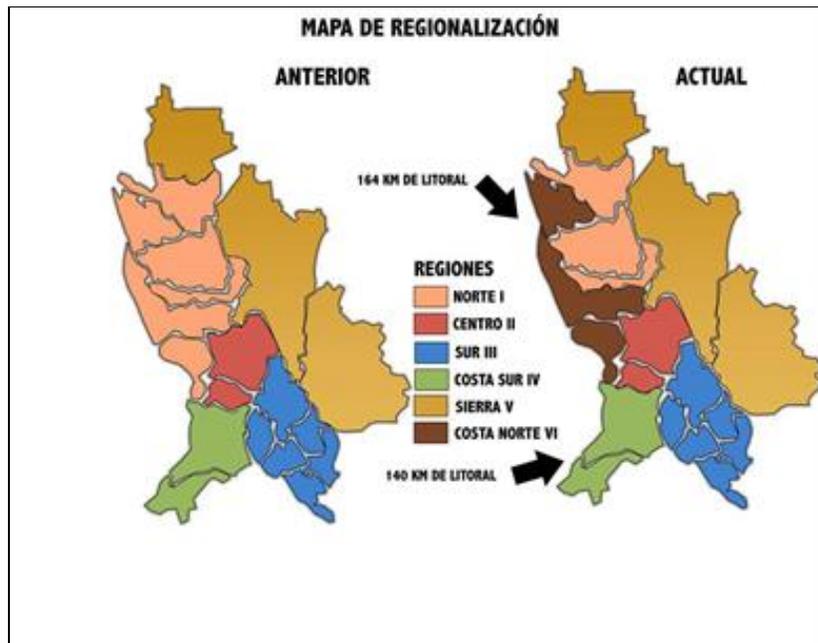
Planteamiento del problema

Actualmente, el turismo se ha convertido en un conjunto de actividades vinculado con el ocio y la educación, de manera que se reformula el concepto y uso del espacio para otras actividades. Nayarit, un estado con una rica variedad en sus recursos naturales, culturales y patrimoniales, con un atraso en su desarrollo, es potencialmente considerado para diversificar su actividad agraria en Turismo Rural (TR).

Las actividades en el medio rural implican un gran reto para las comunidades con escaso desarrollo económico que poseen recursos naturales y patrimoniales pero que no se les ha dado el fomento necesario. La Costa Norte de Nayarit (ZCNN), que de acuerdo al plan estatal de desarrollo 2011-2017 comprende tres municipios: San Blas, Tecuala y Santiago Ixcuintla (véase Figura 0.1), posee todos estos atributos, sin embargo, de acuerdo a la CONEVAL es un estado estancado en cuanto a crecimiento económico.

En el caso de Nayarit, el TR podría llegar a ser una fuente importante de ingresos y de esta forma contribuir al fortalecimiento del desarrollo regional, mediante nuevas oportunidades de trabajo e inversiones empresariales en el ámbito regional. Pero estos cambios no serán posibles sin la participación de los actores interesados, en forma especial se mencionan a las MyPes en este trabajo, representando a la iniciativa privada, pero otros actores son aún indispensables, las organizaciones gubernamentales, academia y sociedad civil.

Figura 0.1. Mapa de la zona de estudio



Fuente: INEGI. Marco Geostadístico Municipal 2005 y 2010, Secretaría de Planeación, Programación y Presupuesto en Plan estatal de desarrollo de Nayarit 2011-2017 (2011: 16).

Esta región está dedicada, primordialmente, a la actividad primaria. Con el paso de los años estos municipios han ido perdiendo importancia. Eran reconocidos por su gran participación como productores de tabaco, cultura indígena, playas, palapares, áreas que han sido desatendidas. Pero, aún cuando los agricultores poseen tierras de cultivo, para Barkin (1998), se encuentran, generalmente, atascados en la marisma de restricciones burocráticas, sin posibilidades de cultivar productos comerciales valiosos o variedades modernas de sus cultivos tradicionales, obligados, frecuentemente, a vender, transferir o simplemente abandonar sus tierras. Por lo que es importante, revisar las condiciones que guarda la región para desarrollar el TR, así como del perfil de las empresas y otros actores interesados en la actividad turística.

Las actividades turísticas en el medio rural implican un gran reto para las comunidades con escaso desarrollo económico que poseen recursos naturales y patrimoniales para su desarrollo, pero a los que no se les ha dado el fomento necesario. El turismo en espacios rurales es muy amplio. Implica a una gran diversidad de actividades que pueden llegar a constituirse en un agente impulsor del crecimiento y en una alternativa para el desarrollo local, mediante la creación de empleos y de pequeñas microempresas.

Este tipo de turismo se puede explorar en el estado y, naturalmente, su impacto en la ZCNN, que posee una variedad de recursos naturales, así como una identidad cultural propia de la zona, representada por las artesanías de los huicholes, coras y mexicaneros. Además, también son significativas las recetas culinarias, patrimonio cultural entre otros.

Esta región produce grandes volúmenes de frutas, hortalizas, y mariscos, que son productos con demanda en el mercado regional y de exportación. Tecuala cuenta con la playa del Novillero. San Blas reúne playas como: Las Islitas, El Borrego, Matanchén, Los Cocos, del Rey y La Tobará, que es un paseo entre manglares cerca del cocodrilario. Santiago Ixcuintla, por su parte, asienta atractivos como: la isla de Mexcaltitán (Cuna de la Mexicanidad) y el Parque Nacional Isla Isabel, considerado como santuario y centro reproductor por su diversidad de aves marinas.

En relación a esta región, Vallarta, quien fuera senador de Nayarit, en su participación en el libro, Nayarit hoy, menciona entre otras cosas:

Como teníamos la más alta producción en tabaco las compañías cigarreras deseaban poner las fábricas en Santiago, pero el gobernador de esa época se opuso y se instalaron en Tepic, ahí se marcó nuestro futuro netamente campesino y rural. [...] De hecho, teníamos una economía autónoma, local y regional, era poco lo que se importaba y exportaba, el turismo era inexistente. [...] En los años setenta el gobierno impulsó las agroindustrias, pero desafortunadamente todas ellas fracasaron por malos manejos o falta de capacidad de los propios beneficiarios. [...] El Nayarit de ayer tenía pequeñas empresas que desaparecieron, el de hoy las requiere y debe fomentar la pequeña y mediana industria, empezando, urgentemente por la agroindustria para integrar regional y estatalmente alternativas económicas en circuito que permitan crear cierta autonomía provincial para disminuir la dependencia, crear fuentes de empleo y retener a los nayaritas en sus localidades para que no arriesguen la vida por unos cuantos dólares que tanta falta les hace. Fomentar la investigación, la ciencia y la tecnología es una obligación de todos, principalmente de las escuelas superiores, la iniciativa privada y el gobierno.” (1997:112-121)

En consecuencia, se puede asumir, que se trata de una región que ha evolucionado a partir de la década de 1980 con el cambio en el modelo económico del país, que trajo consigo importantes consecuencias para la región. El retiro de la paraestatal Tabamex implicó la reconversión de miles de agricultores a nuevas actividades. Por otra parte, la modificación del artículo 27

constitucional, trajo cambios en la propiedad de la tierra. Finalmente, la edificación del proyecto Rivera Nayarit, en la década pasada, dejó a la costa norte fuera del crecimiento económico.

Por todo lo anterior, como señala Gutiérrez (2007), en el caso de la ZCNN se podría afirmar que entre los factores que han limitado su desarrollo está la incipiente restructuración de las actividades económicas basadas, primordialmente en los cultivos y la explotación de los recursos del mar. Aunado, a que se ha propiciado el uso ineficiente de la infraestructura y el funcionamiento no óptimo del resto de los componentes del crecimiento regional generando pobreza, marginación y desigualdad. A pesar de ello, se pueden encontrar restaurantes, ferias gastronómicas, fiestas religiosas y productos de las diversas cocinas locales y regionales, pero sin que se pueda hablar de una verdadera actividad de Turismo Rural.

Es decir, los tres municipios que conforman la ZCNN tienen semejanzas en sus recursos, extiéndose un abanico de posibilidades a explotar, dándole nuevos enfoques de desarrollo. Por ejemplo, la gastronomía, como herramienta de desarrollo sustentable en estos municipios puede coadyuvar a la generación de valor agregado y dinamización turística de la zona, motivada por los empresarios al invertir en este rubro. La intervención del sector productivo es pieza clave, por esta razón Moreno, Andrade y Romero recalcan el apoyo que debe tener este sector por parte del gobierno:

El Gobierno Federal en México, consciente de la importancia y el impacto del sector turismo en el ámbito económico, ha diseñado y ejecutado en coordinación

con la Secretaría de Economía y la Secretaría de Turismo, el Programa Federal para Apoyo del Sector Turístico y las Pequeñas y Medianas empresas (PyMEs, que tiene por objetivo detonar la creación y conservación de empleos, la integración de cadenas de valor, la inversión del sector privado y el desarrollo de sectores estratégicos que fortalezcan la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMEs). (2010:93)

En ese sentido, las alternativas del turismo favorecen que las empresas pequeñas puedan adoptar otra manera de hacer negocios, como lo muestran Erkuş-Öztürk y Eraydın:

It is well known that unless small companies develop collaborative networks with other companies, there will be little chance for them to be able to adapt to volatile conditions and attain sustainable development. In this context, the role of tourism associations is crucial in providing support to companies, especially smaller ones, in the creation of collaborative environmentally sustainable projects (2010:120).

Prokkola, por su parte, indica lo siguiente: *“Tourism may provide for a spatial reorganization of border landscapes and for the creation of new spatial and social images to replace the national ones”* (2011:510). De esta manera, el TR genera el auto-empleo y la especialización de los nativos de la región, considerando los productos terciarios para su tecnificación y comercialización.

Nayarit cuenta con recursos naturales con un valor de producción del 29% de frutas y hortalizas, de acuerdo a indicadores de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA, 2011). En este estado el agroturismo podría constituirse en una diversificación de actividades

para los emprendedores de las MIPyMEs. Dentro de este marco de referencia Riveros y Blanco argumenta que:

El agroturismo es una actividad que muestra con claridad la multidimensionalidad del desarrollo con enfoque territorial ya que tiene un papel en la dimensión económica, al generar empleo, ingresos y desarrollar mercados de servicios conexos; en la dimensión social, en lo que tiene que ver con el desarrollo artístico y la recreación y la valorización y preservación de herencias culturales; en la dimensión ambiental, pues algunas actividades turísticas se fundamentan en la administración y gestión de recursos naturales, en el manejo equilibrado de ecosistemas y en la preservación de la diversidad biológica y en la dimensión político-institucional, si en su planificación, ejecución y control, se dan procesos democráticos de toma de decisiones y se fortalece la capacidad de autoadministración de las comunidades locales. (2003:15).

También es importante mencionar, la participación de la comunidad en el proceso del desarrollo del turismo sostenible, pues es necesaria su aceptación entre los nativos de la zona, como lo marcan Nault y Stapleton, en su estudio de la comunidad de Sogoog, Bayan-Ulgii, Mongolia:

As for which party benefits the most from tourism, interviews with operators from Bayan-Ulgii revealed that providers from Ulaanbaatar and private individuals do. From the tour operators' perspectives, promoting sustainable tourism in Bayan-Ulgii would increase employment as well as the quality of life of local residents. However, the main beneficiaries of tourism in Bayan-Ulgii were identified as tour companies in Ulaanbaatar. Only one company reported having any interest in the development of sustainable ecotourism in Sogoog. (2011:706).

Aunado a ello, Su y Wall, mencionan, *“It is necessary to explore these relationships to understand and manage the tensions between preservation and tourism at World Heritage Sites, particularly in developing countries”* (2012:1070). Por esta razón, pudiera haber un amplio abanico de oportunidades de desarrollo turístico rural en la ZCNN, considerando la preservación y cuidado del medio ambiente.

Asimismo, debe existir un involucramiento de todos los actores o stakeholders interesados en desarrollar la actividad turística rural con el interés de la competitividad de la región y el mejoramiento del nivel de vida de todos los involucrados en el sistema turístico.

En resumen, retomando que la ZCNN tiene abundantes recursos naturales y culturales, es importante la identificación de sus potencialidades a través de la exploración y la caracterización de sus elementos y actores que pudieran contribuir a ello, las relaciones que se producen y sus formas de colaboración.

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Evaluar las condiciones de la actividad turística rural y las implicaciones de la Micro y Pequeña Empresa como detonadores del desarrollo local de la Costa Norte de Nayarit.

Objetivos específicos

- Identificar la ventaja competitiva de la Micro y Pequeña Empresa en el turismo rural y patrimonio gastronómico de la región Costa Norte de Nayarit
- Evaluar las condiciones de la infraestructura que apoya al turismo en la zona Costa Norte de Nayarit
- Valorar la reticularidad de los actores interesados en la actividad turística rural en las comunidades de la región Costa Norte de Nayarit.

Justificación e importancia de la investigación

El desarrollo regional busca la transformación de las dinámicas económicas dentro de un territorio, haciéndolas competitivas y sostenibles. Por lo tanto, se necesita un proceso sistemático de innovaciones estructurales en campos como el financiamiento, la tecnología y la organización. Además, se requiere de algunos factores específicos como: mejores inversiones, el fortalecimiento de la capacidad empresarial, la integración y diversificación de la estructura productiva, el fomento del empleo, el mejoramiento de los recursos humanos, el impulso coordinado de programas y proyectos específicos que puedan ser

llevados a cabo por actores locales, los cuales, contribuirán a una mejora en la calidad de vida, entre otras oportunidades.

Justamente la investigación se define en el ámbito regional de una zona donde se presenta la transición de un modelo productivo basado en las actividades primarias hacia un modelo con preponderancia de las actividades basadas en los servicios, particularmente el turismo, que implica la definición de estructuras regionales, económicas, sociales y ambientales con la posibilidad de ofertar un servicio turístico al mercado, partiendo de las potencialidades de su patrimonio, siendo un mecanismo de inclusión de los diferentes actores de la economía local que pudiera funcionar como generador del desarrollo turístico y económico.

En este enfoque, los efectos de la globalización sobre la economía invitan al impulso del desarrollo local, que implica conocer hacia dónde se puede orientar dicho desarrollo, a la vez que se optimizan los recursos humanos, económicos y naturales, entre otros, para su crecimiento regional. Esta situación, debe tomar en cuenta a los actores que participan en el mismo y qué estrategias de factibilidad se podrían llevar a cabo.

Formulación de hipótesis

- H1: La identificación de las potencialidades de la ZCNN podría mejorar las políticas hacia un turismo rural y gastronómico.
- H2: El detonante del desarrollo turístico y su beneficio en las comunidades de la ZCNN, apoyado en las capacidades de gestión

de los actores, permitirán ampliar la ventaja en el ámbito rural y del patrimonio cultural en las empresas con actividad turística.

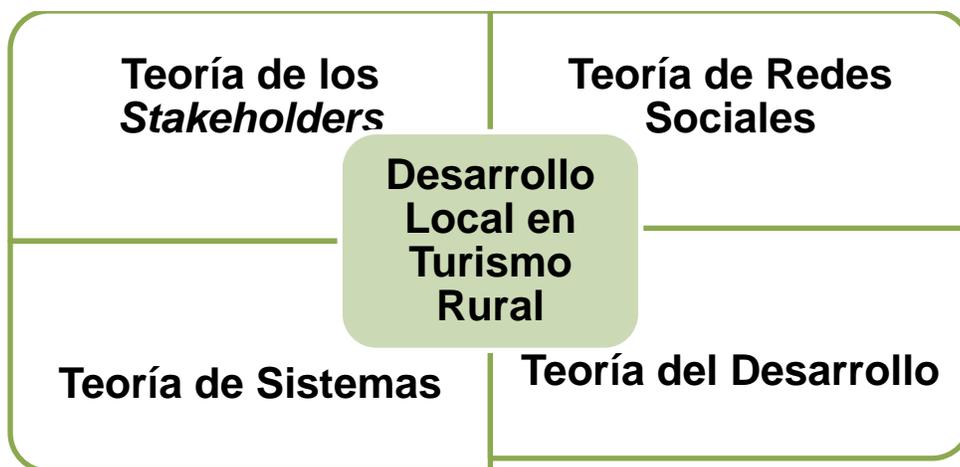
- H3: Los actores en el ámbito de la actividad turística de la ZCNN presentan condiciones de colaboración y cooperación.

Capítulo I

Marco Teórico

Esta sección expone el enfoque teórico en el que se basa esta investigación. Partiendo del desarrollo de la actividad turística en un destino, bajo la premisa de la *Teoría del Desarrollo* dirigida hacia la sustentabilidad. Asimismo, en conocimiento de que el turismo no es un elemento aislado, sino que forma parte de un todo, de un proceso o sistema, se retoma la perspectiva de la *Teoría de Sistemas*. Por otro lado, el desenvolvimiento de la actividad turística en general y de los diversos destinos turísticos, en particular, se pueden concretar acciones que involucren a los actores locales o grupo de interesados. Es decir, se retoma la *Teoría de los Stakeholders*. Pero esta orientación de análisis estaría trunca, si no se retoma al sistema turístico y a sus actores en un proceso de intercambio de información para su desarrollo, bajo la *Teoría de Redes Sociales*, tal como puede observarse en la Figura 1.1.

Figura 1.1 Enfoque teórico



Fuente: Elaboración propia.

1.1 Teoría del Desarrollo

El turismo se ha convertido en los últimos tiempos en un instrumento y factor de crecimiento económico. Para Orozco y Núñez (2013), para alcanzar un desarrollo más equilibrado y sostenible, es importante la aplicación de un modelo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia y mantener la calidad en el medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.

Desde la perspectiva económica, el “desarrollo” requiere del crecimiento económico, pues sólo a partir de ello se puede incrementar el nivel de bienestar de una sociedad. No obstante, es necesario señalar que las transformaciones dependen de las características de un país o de la región donde se suscitan las condiciones históricas y el contexto donde se encuentra inmerso.

En este sentido, entre las décadas de los setenta u ochenta del siglo XX, empezó a manejarse un modelo teórico para explicar las diferencias que se suscitaban entre regiones con amplio crecimiento económico, pero bajo desarrollo económico. Este concepto denominado Desarrollo Local, se entiende como un conjunto de políticas, institucionales, económicas y sociales que persiguen de manera coordinada objetivos como el bienestar, convivencia y calidad de vida para todos los grupos interesados que se encuentran en determinado territorio (Quintero, 2008).

Este enfoque surgió como una opción para que regiones o localidades lograran alcanzar un desarrollo económico, con el fin de mejorar el nivel de vida de sus habitantes, mediante el aprovechamiento de sus propios recursos.

Considerando que, cada territorio puede adoptar la estrategia específica, así como las políticas, programas y acciones a realizar. Bajo esta perspectiva, la actividad turística rural, en este caso particular, debe cobijar no sólo las aspiraciones de la comunidad local, sino también de los turistas o consumidores de los espacios turísticos (Orozco y Núñez, 2013).

La perspectiva de desarrollo local identifica varias dimensiones básicas: la dimensión ambiental, económica, social, cultural y, política.

- La *ambiental*, hace referencia a la explotación sustentable de los recursos naturales de una región.
- La *económica*, se vincula a la creación, acumulación y distribución de la riqueza.
- La *social y cultural*, refiere a la calidad de vida de la población, y,
- La *política*, se relaciona con la gobernabilidad del territorio y a la definición de un proyecto colectivo sustentado en los actores locales (Quintero, 2008).

En consideración a la dimensión política, señalada por Quintero (2008), el desarrollo local, es aquella en la que participan los sectores público y privado, la sociedad civil y la población en general, con la finalidad de generar acciones tendientes a un proyecto de desarrollo sustentable.

Los proyectos de desarrollo local deben contar forzosamente con la participación de la sociedad local. Se trata de iniciativas generadas dentro del sistema de negociación entre los diversos actores que forman la sociedad.

1.2 Teoría General de Sistemas

Para comprender adecuadamente el papel del destino turístico es necesario aplicar el enfoque de la Teoría General de Sistemas (TGS), para conocer todas las interrelaciones existentes y su aportación al desarrollo del TR en la región de la ZCNN.

Esta teoría aporta al proceso de construcción del conocimiento turístico su pensamiento holístico, glocalizador. Favorece la comprensión del turismo en el contexto de las relaciones sociales con el ambiente donde se desarrolla. Comprender la actividad como un sistema hace referencia a la articulación de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente, según lo establecido por Von Bertalanffy (1976).

El turismo, evaluado desde la TGS es un sistema abierto, él mismo intercambia energía, materiales e información por medio de canales de entrada y salida. Esto refleja el aspecto dinámico del sistema, el cual se encuentra en constante cambio y adaptación para mantener un equilibrio continuo.

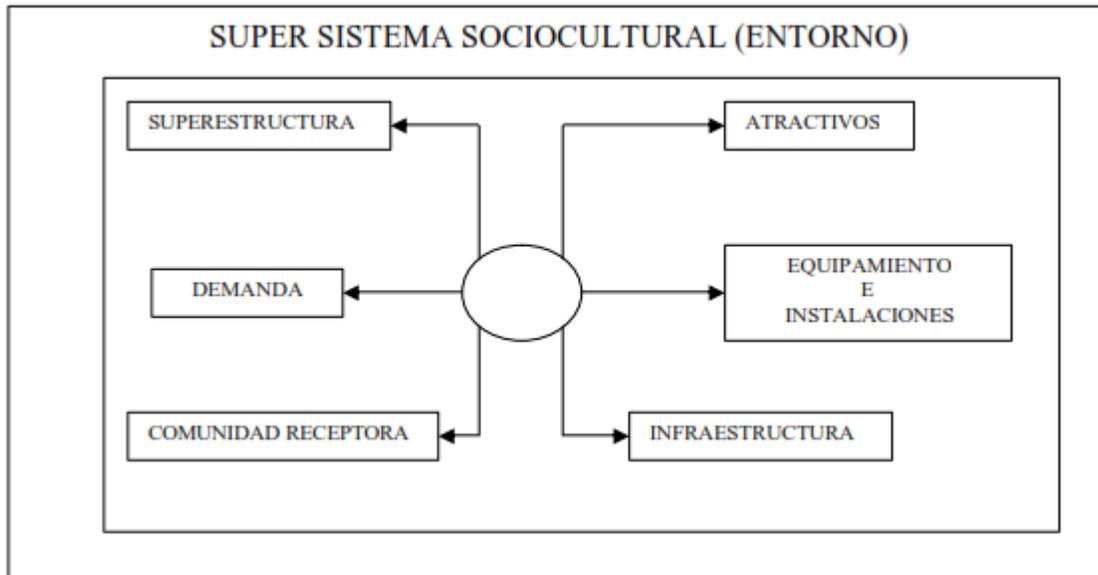
La Organización Mundial del Turismo (OMT,1998), considera que los elementos que conforman el sistema turístico están dados por la demanda, es decir el conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos; la oferta, compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados en la experiencia turística; el espacio geográfico que es el lugar físico donde se encuentra la oferta y la demanda, este elemento también es conocido como estructura; y por último, los operadores del mercado que son aquellas empresas y organismos cuya función es facilitar la interrelación entre oferta y demanda.

Para Boullón (2006), propone los elementos de demanda turística; planta turística, integrada por los atractivos turísticos, equipamiento e instalaciones, infraestructura (interna y externa); superestructura, la cual comprende la normativa y el aparato burocrático que regula la actividad turística dentro del sistema; producto turístico, que satisface el consumo de actividades turísticas y; oferta, identificada por bienes y servicios puestos efectivamente en el mercado.

Lo expuesto por Boullón (2006) complementa lo propuesto por la OMT e introduce el concepto de superestructura como elemento dinamizador del sistema. Por su parte, Molina (2005), considera los elementos antes propuestos e incorpora dos elementos más: la población receptora y el supersistema sociocultural o entorno, como puede observarse en la Figura 1.2. El supersistema sociocultural es entendido como los factores externos que rodean y afectan al trabajo óptimo del sistema, como los aspectos económicos, culturales, sociales, demográficos, políticos, legales, medioambientales y tecnológicos. Por su parte, la comunidad local o comunidad receptora identifica a los grupos de individuos que residen en forma permanente en los centros turísticos.

De esta forma, para que el desarrollo local a través del TR pueda alcanzar índices favorables de competitividad turística, se hace necesario abordar su análisis partiendo de que el turismo es un sistema complejo en el que interactúan elementos para su estructuración e identificándose como factores indispensables a los actores o *stakeholders* involucrados, identificados como la superestructura y la población receptora dentro del sistema.

Figura 1.2 Esquema del Sistema Turístico



Fuente: elaboración con base en Molina (2005).

La investigación turística, en especial aquella que tiene como finalidad analizar la contribución del turismo al desarrollo local, reconoce la necesidad de avanzar en metodologías que hagan posible la comprensión integral del turismo en un territorio dado. En voz de Varisco (2016) el enfoque sistémico permite un acercamiento al turismo rural como fenómeno complejo, que desde las más diversas disciplinas ha generado un importante cuerpo teórico y empírico que permite, a través de este enfoque, la descripción de la demanda, la oferta, infraestructura, la comunidad receptora y la superestructura, enfocada en la participación del sector público y privado interesados en el desarrollo de la comunidad donde se asienta el sistema; es decir, los denominados actores o *stakeholders*.

1.3 Teoría de los *Stakeholders*

Cuando las empresas participan en una actividad turística y el sector público trabaja conjuntamente, posiblemente habrá una incidencia de beneficios para todo el sector. Siendo así, a el grupo de interesados envueltos en el proceso se denominarán *stakeholders*, como por ejemplo, clientes, proveedores, colaboradores, inversionistas, comunidad y sector público (Freeman, 1984). De forma simplificada, Stoner y Freeman (1995) afirman que existen dos categorías de *stakeholders*, los internos: accionistas; inversionistas; dirigentes y funcionarios; y los externos: sindicatos; competidores, proveedores; grupos del gobierno y clientes.

De esta forma, Freeman (1984), define a los *stakeholders* como los individuos u organizaciones afectadas y/o interesadas directa o indirectamente por determinados emprendimientos económicos. De la misma manera, sugiere la existencia de tres niveles de relación: 1) nivel relacional: comprende quienes son los actores interesados de la organización y cuáles son sus intereses percibidos; 2) nivel procesal: comprende los procesos organizacionales utilizados para cualquier tipo de gestión de las relaciones de la organización; 3) nivel transaccional: comprende el conjunto de transacciones o cambios entre la organización y sus *stakeholders* y deducir si estas negociaciones encajan con la estructura entre los *stakeholders*.

Así, la Teoría de los *Stakeholders*, trata de una alternativa interesante para el mapeo de los grupos de interés de localidades turísticas, teniendo como base las aportaciones de Freeman (1984), que prepondera el entendimiento de

la legitimación de los *stakeholders* y la existencia de procesos rutinarios comunes frente a los intereses vigentes.

Considerando las aportaciones anteriores, Morales y Hernandez (2011), definen a los actores o *stakeholders* en turismo como aquellas personas o grupos procedentes de entidades públicas o privadas que pueden afectar o son afectadas por las actividades turísticas y que, por tanto, deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica del sector del turismo en un territorio o destino.

En la actualidad, si se desea que una organización o actividad sea exitosa debe tener presente el establecimiento de estrategias inteligentes basadas en el diálogo con todos sus actores o *stakeholders*, tratando de averiguar qué intereses y valores son comunes a todos ellos y qué alianzas pueden establecerse por el bien común. En el sector turístico, la situación no es diferente, la identificación de los actores y sus intereses es importante, así como la forma en qué se relacionan unos con otros para formar alianzas estratégicas. Asimismo, diferenciar aquellos que poseen poder comunicativo, valor central o liderazgo o los que funcionan como grupos de enlace.

Es importante recordar que un *stakeholder* no será comprendido sólo como un afectado por la actividad turística o un reclamante pasivo sino que trata de influir en las decisiones y actividades del turismo. Tratando de identificar algunos *stakeholders* del sector turístico, pueden ser: las empresas de alojamiento hotelero (hoteles, hostales, casas rurales, etc); empresas de restauración; touroperadores (agencias de viajes, empresas de intermediación, etc); compañías aéreas y de transporte terrestre o marítimo; museos, teatros; oficinas

de turismo; empresas de actividades turísticas; oficinas de turismo; ayuntamientos, gobiernos estatales y federales; espacios naturales protegidos, patrimonios de la humanidad; agrupaciones de control de edificios y lugares de interés turístico y cultural; promotores turísticos; fundaciones y universidades; periodistas y medios de comunicación; organismos empresariales; entre otros diferenciados por el tipo de actividad turística que se desarrolle en un destino en particular.

1.3 Teoría de Redes Sociales

En un proyecto de desarrollo local no es suficiente identificar las condiciones imperantes en el sistema turístico de un territorio, así como los actores o *stakeholders* interesados en la evolución del mismo, sino que cobra preponderancia el análisis de las relaciones que se suscitan entre los actores, su grado de colaboración y liderazgo para la formulación de estrategias que impacten en el desarrollo de la actividad turística.

En este sentido, en los últimos años ha proliferado un nuevo enfoque para estudiar la estructura social, denominado Análisis de Redes Sociales (ARS). Este estudio no es una mera técnica para el análisis de los fenómenos sociales, sino una aproximación teórica en donde se plantea explicar el comportamiento de los individuos como resultado de su participación en relaciones sociales estructuradas (Wellman y Berrowitz, 1988).

El análisis de redes presupone que cualquier actor participa en un sistema de entramado social con muchos otros actores que se convierten en sus puntos de referencia. Ahora bien, la naturaleza de las relaciones de un actor con otro

del sistema puede afectar la percepción, creencias y acciones de dicho actor. Pero además, el análisis de redes tiene como objetivo central el estudio de la estructura social y las propiedades estructurales de las redes donde se encuentran inmersos (Rodríguez, 2005).

El ARS se diferencia de las aproximaciones individualistas y cuantitativas para centrar su atención a un nivel sistémico y el posicionamiento del actor. De esta forma la posición social, valores, creencias y comportamientos de los individuos vienen definidos por su posición en las diferentes estructuras relacionales en las que participa. Como plantea Wasserman y Faust (2013), el ARS ofrece a la sociología un aparato teórico y metodológico que la hace responder a preguntas ante las que las aproximaciones analíticas individualistas habían fracasado.

El ARS, como estudio teórico-metodológico, utiliza la matemática de grafos para proporcionar información, ideas, y métodos para la cuantificación y calificación de las propiedades de la estructura social, los vínculos entre los actores y lo que surge de sus interacciones. Como expresa Cross, Borgatti y Parker (2014:5): “El análisis de redes sociales (ARS) puede ser una herramienta muy valiosa para evaluar sistemáticamente y luego intervenir en los puntos críticos dentro de una red informal” y por lo tanto de acuerdo a Lemmetyinen:

Las razones por las que las partes interesadas forman redes y las metas que se fijan varían. Una de las tareas de la cooperación puede ser el desarrollo de la industria del turismo en un nivel geográfico, tales como el nivel regional. Por otra

parte, las redes se podrían construir con el fin de planificar y/o promover productos turísticos locales o regionales. (2009:370)

Newman (2004), define una red como un conjunto de ítems, llamados “vértices” o “nodos” con conexiones entre ellos denominados “ligas” para que asuman la forma de redes (llamados grafos en la literatura matemática). En otras palabras, una red es un sistema de agentes conectados que realizan diversos tipos de actividades de interacción unos con otros. Cada uno de esos “nodos” pueden ser ocupadas por diversos agentes, empresas, unidades estratégicas, individuos, que manifiestan su interés en crear interacciones entre ellos (Andreu y Parra, 2007).

El objeto de la teoría de redes es la exploración de redes sociales. Además, busca favorecer el estudio formal mediante las ciencias del comportamiento humano y utiliza dos tipos de herramientas matemáticas para representar información sobre los patrones de relaciones entre actores sociales: grafos y matrices Hanneman (2000). El patrón de análisis puede centrarse en el individuo denominándose egocéntricas o en grupos, conocidos como sociocéntricas. Su ponderación reticular en el individuo son la centralidad, la cercanía y el grado de intermediación. Es decir, se analiza las relaciones entre individuos de forma multidisciplinaria con un enfoque en la determinación de los grados de cercanía, en donde la participación grupal es la fuerza que tiene para la toma de decisiones y la influencia que ésta puede ejercer. La presencia de estos atributos define la fortaleza de la relación y su carencia muestra “nodos” débiles. En este sentido, Borges (2004), afirma que en estos lazos débiles los

contactos no son frecuentes, hay menos colaboración, compromiso y confianza entre los actores. Por lo tanto, entre más fuertes son los vínculos entre los actores más similares son estos y buscan objetivos comunes.

Asimismo, el ARS utiliza la teoría de los 'huecos estructurales' (*Structural Holes*) desarrollada por Ronald Burt. En términos simples, de acuerdo a Burt (1982), un hueco estructural es aquella configuración reticular en la cual una persona está vinculada con otras dos, las cuales no están directamente conectadas entre sí.

En este estudio se requiere considerar los rasgos relacionales (Cuevas 2011): A partir de vínculos débiles (de los actores e interesados en turismo) cuya interacción genere fortaleza mediante el apoyo al acceso a la información (para el destino); relaciones asimétricas entre empresas y actores generalmente con carácter jerárquico (organismos/ Instituciones y empresas). También debe generar presencia del poder como medio operativo; transacciones dentro de un contexto de reciprocidad; relaciones de interdependencia entre los actores; sistema de interconexiones múltiples, así como respuestas y reacciones de los actores involucrados.

Capítulo II

Marco conceptual

El presente capítulo expone la información que conceptualiza las variables de trabajo. De esta forma, se expresan conceptos que van del turismo, turismo rural, patrimonio cultural y gastronómico, descripción de las micro y pequeñas empresas, desarrollo regional y desarrollo local.

2.1 El turismo

El turismo es un sector fundamental para la economía del país y el desarrollo regional, ya que es un importante generador de empleos, divisas y derramas económicas. Los cambios socioeconómicos y tecnológicos que se han presentado en el mundo, incluyendo la misma globalización, han inducido a la sociedad a la construcción de redes. A su vez, han traído cambios en las preferencias del turista en busca de la diversificación de preferencias, productos diferenciados, más cercanía a lo natural y la cultura propia de cada lugar, su gastronomía e impacto en el medio ambiente. Así como señalan Salcedo y San Martín, en un mundo globalizado:

El turismo requiere adecuarse a una nueva dinámica a través de una oferta diferenciada con nuevos formatos de comercialización y establecen que en la actualidad, la demanda de los turistas no sólo busca cubrir las simples necesidades de infraestructura y promoción, sino que demandan la creación y reordenamiento de políticas y modelos de desarrollo que satisfagan estas

nuevas necesidades, tanto local como globalmente, y que tengan como eje rector las necesidades de las comunidades receptoras (2012:79).

Para lograr estos objetivos se requiere, como proponen De León, Agüeros y Mora, asumir un compromiso entre los diferentes actores de ese destino turístico y atender los principios de un desarrollo sustentable, orientados principalmente a:

1. La conservación del entorno natural, que garantice que el desarrollo turístico sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales y con la diversidad biológica.
2. La integración social y cultural que propicie que los principales beneficiarios de esta actividad sean los propios habitantes de la comunidad y cuidando que sea compatible a su cultura y tradiciones
3. La rentabilidad económica que asegure el equilibrio entre las inversiones y los ingresos por turismo para que se asegure la conservación de los atractivos, que permiten la generación de los ingresos. (2011:1009)

En este orden de ideas, Burin y Heras (2001), mencionan que la participación de las organizaciones de la sociedad civil en la gestión del desarrollo aparece en los distintos enfoques teóricos y experiencias concretas como condición fundamental para el éxito de este tipo de procesos. Si se toma todo esto en cuenta, se pueden resaltar varios factores que actúan como elementos condicionantes del desarrollo económico local:

1. Localización: proximidad con los principales centros regionales, nacionales y mundiales de actividad económica; 2. Grado de posesión de recursos naturales;

3. Infraestructura productiva y de comunicaciones; 4. Grado de Aglomeración territorial: Concentración espacial de población, empresas, consumidores y clientes; 5. Estructura sectorial: espacio que ocupa la agricultura, la industria y el sector servicios y estado de desarrollo de cada uno de ellos; 6. Desarrollo del conocimiento, la información y la innovación en el territorio. 7. Trabajadores cualificados y calidad del sistema educativo; 8. Fortaleza institucional: qué tan exitoso es el esqueleto institucional de la localidad en la provisión de recursos, a la vez que generando lazos entre los distintos actores (públicos, sociales y privados) envueltos en el desarrollo económico local. (Ramírez, 2011:142)

En este mismo sentido, Elías (2009) manifiesta que generar iniciativas de desarrollo local que integren otras actividades económicas cuyo eje sea el aprovechamiento de los productos locales, deben partir del territorio y sus frutos agrícolas, hasta llegar a sus tradiciones y leyendas, pasando por su gastronomía y su artesanía, entre otros. Parte de las premisas que menciona el autor son:

1. Elección de una comunidad modelo.
2. Valoración de la comunidad elegida.
3. Participación de la población.
4. Realización del proyecto.
5. Comercialización de los productos.
6. Promoción de los productos.
7. Gestión por parte del colectivo.
8. Posible repetición del modelo en otra comunidad.

9. Posterior trabajo en red entre las iniciativas existentes.

Así, el elemento más visible de cualquier proyecto turístico es su infraestructura física, según Gutiérrez y Gerritsen (2011), donde pueden desarrollarse las actividades turísticas. Desde la perspectiva del TR podemos encontrar una diversidad de actividades que pueden ser desarrolladas como alternativas de recreación en zonas rurales y que requieren ser acompañadas de una infraestructura física mínima.

Uno de los elementos mencionados anteriormente es la importancia de los diferentes actores en el desarrollo de este proceso, como lo son el gobierno, los locales y empresarios:

Governments, tourism entrepreneurs, tourists and locals are identified as the four main stakeholders in tourism destination. The unique elements and general positions of each group serve to establish the identity lines of societal groups; the conflict with other groups contributes to the reaffirmation of the identity of the group and the maintaining of its boundaries against the surrounding social world. They are the core features of the tension-directed tourism development system and determine the nature, extents, and forms of tension in tourism development. These main groups play different roles in the tourism development. (Yang et al., 2013:88)

Del mismo modo, otro elemento central es el enfoque de cadenas productivas, en el que se enfatiza el componente de la demanda, elemento importante en el estudio de cadenas agroindustriales, pues en la actualidad la producción primaria se ve sometida a crecientes exigencias para responder a

calidad, contenidos, presentación, entre otras. Dichas exigencias, de no ser satisfechas, ponen en riesgo la competitividad del sector y su rentabilidad, según lo que establecen Núñez y Salazar, (2009). En ese sentido es importante retomar el papel de los actores en el plano turístico como comenta Lemmetyinen:

The reasons why stakeholders form networks and the goals they set vary. One of the tasks for the cooperation may be the development of the tourism industry on one geographical level, such as the regional level. Alternatively, networks could be built in order to plan and/or promote local or regional tourism products.
(2009:370)

Por ello Pérez et al. (2009), establecen que desde un punto de vista social, las zonas turísticas rurales que alcanzan una posición más alta en el ranking son aquellas que presentan mejores dotaciones de servicios públicos y una mejor actuación en cuanto a la protección del patrimonio cultural y en cuanto a la dimensión económica. Además, las zonas rurales con una mejor situación de sostenibilidad son aquellas cuya actividad turística se caracteriza por una demanda relativamente importante, poco estacional y con niveles de empleo aceptables, tanto en cantidad como en calidad. Estos elementos deben tomarse en consideración para que este proceso de desarrollo pueda ser generador de un mejor estatus en la zona Costa norte del estado de Nayarit (ZCNN).

2.2 Turismo Rural

El turismo rural propone un gran reto para comunidades que cuentan con los recursos naturales y culturales para su desarrollo, pero que no han contado con

el impulso gubernamental suficiente. El turismo en espacios rurales es un concepto amplio que se refiere a las diferentes actividades de esparcimiento, antes poco valoradas, que muchas veces se ha impulsado como una alternativa para el desarrollo local mediante la creación de empleos, generando así ingresos para la comunidad.

En ese sentido, existen factores de desarrollo que determinan las posibilidades de mejora de una región: la localización geográfica o distancia, la aglomeración, la estructura sectorial y la dotación de infraestructura, las cuales están estrechamente vinculados al nivel de ingreso regional y por lo tanto de crecimiento (Gutiérrez, 2007). Por otra parte, Miguel, Maldonado y Torres determinan que

El desarrollo regional es el proceso generador de riqueza económica, de bienestar social, así como de sustentabilidad, y cuando se manifiesta en igualdad de oportunidades para todos —personas, sectores y regiones— tiende a reflejarse en la armonía de las propias ciudades y regiones. Cuando el desarrollo no es armónico, sacrifica a cualquiera de estos componentes, pero sobre todo el bienestar y la sustentabilidad en aras del crecimiento económico. En este tipo de desarrollo se manifiestan de manera especial las desigualdades regionales, la falta de eficiencia productiva y la pérdida de competitividad, lo que se resume en la entropía que posee la región (2007:90).

El turismo sustentable busca una distribución justa de los beneficios entre los residentes del poblado, los inversionistas así como los turistas; buscan el reforzamiento de los valores culturales y de identidad social, otorgando al mismo tiempo experiencias agradables, de calidad e interés para el visitante. Es

importante encontrar el equilibrio entre turismo, negocio y conservación. (Ver De León, Agüeros, y Mora, 2011)

En otro orden de ideas, hoy en día el turismo se inclina cada vez más a la especialización y busca el encuentro de las diversas expectativas de los turistas. Por lo tanto, no es extraño que hayan aparecido una serie de nuevos productos que van más allá del turismo tradicional de sol y playa, los cuales intentan satisfacer diversos nichos de mercado. El turismo gastronómico, de acuerdo a Schlüter,

Es uno de los nuevos productos turísticos que ha ganado mayor dimensión en los últimos tiempos, para que el turismo gastronómico se convierta en una opción para el desarrollo debe existir una buena articulación entre la producción de la materia prima, los alimentos que integran los platos y la industria turística. La producción debe estar en condiciones de aprovisionar a los restaurantes para evitar traer productos del exterior y así dejar los beneficios en el lugar. De esa forma se evita el egreso de recursos hacia otros lugares de producción y también se evita la polución creada por los sistemas de transporte para el abasto (2006:124).

En la actualidad, se ha desarrollado una tendencia gastronómica turística a nivel mundial y es necesario conocer su importancia que data de una herencia cultural. Simão indica lo siguiente:

Sobre las motivaciones gastronómicas interpersonales se debe considerar que, más allá de que existan turistas que viajan solos, una gran parte viaja en grupo y el acto de la comida se reviste de una gran importancia para la interacción personal. La mayoría de las personas, asocia una buena comida con amigos a

un momento de placer, de relax y de alegría durante el cual se disfruta de la compañía de los otros socializando (2011:741).

2.2.1 Modalidades del Turismo Rural

El turismo en espacios rurales, es un concepto amplio que se refiere a las diferentes actividades (véase Tabla 2.1), según lo expone Riveros y Blanco:

Las actividades de esparcimiento que se pueden realizar en el medio rural y que incluye modalidades tales como: turismo rural, ecológico, agroturismo, de aventura, cultural, de negocios, turismo joven, social, de salud y deportivo. Esas actividades, antes poco valorizadas, han pasado a integrar verdaderas cadenas productivas, involucrando fincas, agroindustrias, transportes, restaurantes, comunicaciones, entre otras actividades, constituyéndose en un agente impulsor del crecimiento, principalmente de actividades no-agrícolas en la zona rural. (2003:11)

Tabla 2.1. Actividades de Turismo Rural (TR)

Actividad	Definición
Agroturismo	Actividad turística en áreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, ocupado por una sociedad campesina, que muestra y comparte no sólo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural en la conservación, las manifestaciones rurales y socio-productivas donde se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo
Etnoturismo	Son los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.

Talleres gastronómicos	Este tipo de actividades tienen la motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica que se ofrece por los anfitriones de los lugares visitados. La alimentación y otros aspectos relacionados con ella, son de interés para el turista para conocer las diversas técnicas de preparación, recetas, patrones de comportamiento relacionados con la alimentación su significación simbólica con la religión, con la economía y con la organización social y política de la tradición culinaria de cada comunidad, región o país, los cuales se han transmitido en forma verbal o escrita de generación en generación.
Preparación y uso de medicina tradicional	El conocer y participar en el rescate de una de las más ricas y antiguas manifestaciones de la cultura popular mexicana que es la preparación y uso de medicina tradicional, es el motivo de diferentes viajeros. La naturaleza de México es de tal manera pródiga que prácticamente no hay padecimiento que no tenga una planta para curarlo. Es innegable que esta antigua sabiduría que continúa proporcionando salud y bienestar tiene profundas raíces prehispánicas y merece ser rescatada y difundida.
Senderismo interpretativo	Son espacios en los cuales se llevan a cabo actividades educativas que buscan la integración de la sociedad civil, grupos humanos locales y visitantes, a los procesos de conservación. Los senderos interpretativos permiten el contacto directo de los visitantes con los valores sobre o en torno a los cuales se quiere dar un mensaje, el desarrollo de una temática o un tópico particular.
Aprendizaje de dialectos	Viajar con la motivación de aprender el dialecto del lugar visitado, así como sus costumbres y organización social.
Talleres artesanales	En donde la experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en los escenarios y con los procedimientos autóctonos. Se pueden estructurar talleres de alfarería, textiles, joyería, madera, piel, vidrio, papel, barro, metales, fibras, vegetales, juguetes y miniaturas, entre otros.

Fuente: Gutiérrez y Gerritsen (2011:90).

Se puede encontrar que el TR que menciona Garduño, Guzmán y Zizumbo Es una alternativa de desarrollo que, por su condición de artesanal, no es masificado y genera empleo a los campesinos en su propia comunidad, diversifica la oferta turística de un país, colaborando en la conservación del

patrimonio natural y cultural de las regiones desfavorecidas económicamente en función de ingresos a partir de acciones productivas (2009:10).

Así, el TR asigna valor a los recursos locales, a los ejidatarios, ya sea que se encuentren organizados en cooperativas o trabajen por su cuenta, de manera que se oferte un servicio turístico al mercado, que partan de sus potencialidades, generando ingresos para el desarrollo de la comunidad.

2.3 Turismo Patrimonial

Dosal (2014), afirma que en 1999 el Banco Mundial señaló la cultura como un recurso explotable, dando pie al aprovechamiento comercial de muchos sitios culturales, así como de la comunidad quienes por medio de su lengua, usos y costumbres cotidianos demuestran ser los cimientos que le dan el verdadero valor a dichos lugares. Las definiciones y conceptos de patrimonio se han ampliado a través del tiempo, para Martín: “El patrimonio es representativo de la identidad territorial, la construye y la reconstruye, puede ser testigo de expresiones culturales y de relictos de ecosistemas con escasa intervención antrópica”. (2010:122)

En este sentido, la gestión del patrimonio cultural tiende a la preservación de la historia, dándole valor en torno a la relación que se tiene con la comunidad. De esta manera se trata, de encontrar un equilibrio entre los beneficios colectivos y los proyectos de trabajo, programas turísticos, para cumplir con los objetivos en donde la relación comunidad y proyecto vayan a la par.

Sin embargo, muchas veces el empleo de medidas basadas en datos financieros no siempre es fácil en la obtención de la información de niveles de

empleo, cifras de ventas, tasa de crecimiento de las ganancias, entre otras. Por esta razón Diéguez, Sinde y Gueimonde determinan que:

Esta dificultad se incrementa en el caso de las pequeñas y medianas empresas, generalmente, más reticentes a proporcionarla. Para solucionar este tipo de problemas de provisión de datos, y tratando de mantener la exactitud asociada a medidas objetivas económico-financieras, pueden emplearse simultáneamente medidas subjetivas no financieras, tales como la satisfacción del empresario, la autonomía, la posibilidad de compatibilización de actividades, etc. (2014:82).

En este mismo sentido la ZCNN no cuenta con datos precisos del impacto que ocasiona la visita de turistas a la región y mucho menos la derrama económica en los sectores secundarios, pero cuenta con recursos que a continuación se enlistan en la (Tabla 2.2), así como Esmoris que contempla:

Que los bienes patrimoniales pueden estar reconocidos jurídicamente como tales o basta que sean cultivados de esa forma por personas que produzcan “rituales”, una narración y documentación sobre ellos. Así integran el patrimonio cultural en un sentido amplio, relatos históricos sobre acontecimientos diversos, bienes arqueológicos, arquitectónicos, archivos y acervos, obras de arte, mobiliario, máquinas, expresiones artísticas, artefactos y objetos singulares o representativos de actividades, épocas y estilos. (2009:40-41).

Tabla 2.2 Tipología de las actividades turísticas

Actividades turísticas	Tecuala	Santiago Ixcuintla	San Blas
Arqueológicas	1	2	3
Monumentos históricos	1	1	3

Sol y playa	5	3	14
Naturaleza	3	5	6
Náutico	0	0	1

Fuente: elaboración propia.

Estas actividades turísticas muestran el patrimonio turístico cultural de la ZCNN que en su mayoría se encuentra en zonas vírgenes que no han sido explotadas y que además cuentan con un ambiente de paisajes naturales y tranquilidad que muchos turistas buscan del mismo modo Condenseo establece lo siguiente:

O turismo poderá levar à melhoria das infra-estruturas da região, uma vez que esta deve ser preparada para oferecer um mínimo de condições aos visitantes. O turismo é reconhecido como factor de desenvolvimento socio-económico devido à criação e distribuição de riqueza, à melhoria da qualidade de vida e à conservação e valorização dos patrimónios ambientais e culturais, num processo aberto às pequenas empresas, que envolve as populações locais, mesmo as mais tradicionais. Na ausência de sectores económicos alternativos, capazes de desenvolver os ritmos de desenvolvimento desejados, num contexto de competição permanente, quer externa, quer interna, o turismo que privilegia o contacto com a natureza aparece, por vezes, como a solução. Para o turista, não se trata de um retorno à vida selvagem ou encarar um parque ou qualquer área protegida numa perspectiva puramente preservacionista, mas antes no seu uso pelos cidadãos (com justiça social, envolvimento, benefício e bem estar dos residentes e educação ambiental e cultural dos visitantes), ética e responsabilmente sustentável, sem comprometer a transmissão dos patrimónios naturais e culturais aos residentes e aos futuros visitantes. O turismo no espaço rural aparece como uma necessidade de preservar o património natural, com os turistas a procurar a tranquilidade e paz de espírito, que já não têm nas grandes zonas urbanas. Impõe-se a protecção dos espaços naturais, criando reservas ou

parques, onde o turista estejaem contacto com a natureza, descobrindo as suas espécies vegetais e fauna autóctone. (2011:212).

El potencial de una región se debe a la capacidad que posee para sustentarse de manera autónoma con los agentes locales que contribuyen a su desarrollo. Por su parte, la multifuncionalidad de los recursos naturales permite la reactivación de los bienes provenientes del sector agrario y turístico.

2.3.1 Zonas turísticas y arqueológicas

En Nayarit, se puede encontrar importantes zonas tursiticas arqueológicas, como las siguientes:

Antiguo Templo de la Virgen del Rosario. El Inmueble se localiza en el Cerro de San Basilio; la construcción data del siglo XVIII actualmente no posee ningún uso, es propiedad federal y su estado actual está en ruinas. La construcción es de piedra, carece de cubierta.

Fuerte de San Basilio. Construcción que data del siglo XVIII, actualmente no posee ningún uso; es propiedad federal y su estado actual es regular. La construcción es de piedra y carece de cubierta.

El Faro. Construcción del siglo XX que sigue desempeñando la función de faro. Su estado de conservación va de regular a bueno. Cuenta con muros de tabique de 50 cms. De espesor, la cubierta es plana y se estructura a base de una losa de concreto.

Templo de la Virgen de Fátima. Construcción de los siglos XIX y XX. Actualmente sigue estando en uso, es propiedad federal, el estado de conservación va de regular a bueno, cuenta con muros de adobe, la fachada es

de piedra, la cubierta es a dos aguas con estructura de madera y teja de barro, consta de un solo nivel más campanario.

Edificio de la Aduana. Construcción data de los siglos XVIII. Actualmente es utilizado por las instalaciones de la casa de la cultura. Se mantiene en adecuado estado de conservación.

La Garita. Construcción data de los siglos XIX y XX. Actualmente el inmueble es usado por las instalaciones de la biblioteca municipal, el estado de conservación es bueno, cuenta con muros de adobe de 65 centímetros. de espesor, consta de dos niveles, la estructura del entrepiso está formada por viguería de madera y ladrillo, la cubierta es plana.

La Fábrica de Puros La Fama. Construcción data de los siglos XIX y XX. Actualmente el uso es casa habitación y es propiedad privada, el estado de conservación es relativamente adecuado, cuenta con muros de adobe, la cubierta es a dos aguas, con estructura de madera y teja de barro, consta de un solo nivel.

Existen inmuebles no catalogados que poseen valor patrimonial dado su estado de conservación, entre los que destaca un conjunto urbano localizado frente a la dársena del puerto de San Blas que acompaña al antiguo edificio de la ex Aduana. Dicha estructura está compuesta por la casa Deliux, hoy hotel Flamingos; la Casa Lanzagorta, hoy Hotel Bucanero; y algunas edificaciones frente a la plaza central, además de algunos ejemplos de casas aisladas o grupos de casas con valor ambiental que cuentan con referencias importantes.

En cuanto a sitios de valor arqueológico, prácticamente no existe suficiente documentación técnica y/o legal para su debida localización y protección, sin embargo, se sabe que existen fuentes históricas orales y escritas que documentan su existencia y ubicación. Se tiene conocimiento de la preexistencia de centros y sitios ceremoniales indígenas huicholes, así mismo, existe una constante defensa de estos núcleos de identidad que los mismos pueblos indígenas han ejercido a partir de sus usos y costumbres. Algunos sitios ceremoniales indígenas están determinados por ellos mismos, se encuentra el centro ceremonial huichol Aramaratsie, localizado en Isla del Rey. Cuenta con una superficie aproximada de 18 hectáreas y centro ceremonial huichol Boca de Asadero, localizado en el ejido Isla del Conde. No se tienen datos precisos de su superficie.

2.4 Desarrollo Regional

Con un vasto potencial la ZCNN no ha logrado atraer inversión ni pública ni privada para desarrollarse. La pública se ha enfocado a proyectos como la autopista, aeropuerto, las presas de Aguamilpa, La Yesca y El Cajón, mientras que la privada ha preferido invertir en el Sur (Riviera Nayarit), la inversión local, por su parte, ha tenido desconocimiento de la factibilidad de los negocios que se dedican a la distribución comercial o servicios en actividades improductivas. El Estado de Nayarit ha tenido un crecimiento muy lento, de acuerdo a Chumacero (2012:19):

Entre 1940 y 1970 la economía de Nayarit creció 6.9% al año y su aportación al producto interno bruto del país subió de 0.72% a 0.86%. Luego el ritmo de

crecimiento bajó a 2.3% en promedio anual entre 1970 y 2002, de manera que en esos 32 años su aportación disminuyó a 0.56%. Como en el 2003 se cambió la medición del PIB (de precios de 1993 a precios de 2003), sin encadenar los índices y tratando dicho año por separado, tenemos un decremento de 4.1%. Entre este último año y 2007 (último dato con que se cuenta del PIB por entidad federativa) se observa un crecimiento anual promedio nuevamente mayor al del PIB de México (6.2% frente a 3.9%) que permitió elevar la aportación de Nayarit a 0.63%. Esto pudiera interpretarse como una tocada de fondo. En 2003, sin embargo, un incremento inusual de 8.2% en 2004 y de 15.6% en 2006, combinados con las caídas en 2003, ya citada, y en 2007 (-1.3%) corroboran la fragilidad de los pilares de nuestro desarrollo y pone en relieve la baja competitividad de la economía nayarita en la dinámica del crecimiento, al tiempo que revelas sus potencialidades.

En ese mismo sentido, Contreras (2011) plantea que la economía nayarita descansaba en principios oligopólicos, para esas mismas décadas, se desmanteló la vieja estructura agraria y se formaron uniones (alianzas, cooperativas y sindicatos). Continúa mencionando que la dotación de tierras se hizo por hombres y para hombres, por lo que sería excepcional que se propusiera una mujer para ejidataria. Al aproximarse la mitad del siglo XX la vida cotidiana impuso el horario nocturno, asegura que, de acuerdo al primer censo industrial de 1930 formulado por la Secretaría de la Economía Nacional, operaban en Nayarit 11 plantas de electricidad en las que se empleaba a 82 trabajadores, construyéndose la primer planta hidroeléctrica de Jumatán, cubriendo las necesidades de la ciudad de Tepic, Santiago Ixcuintla, Ruiz y

Tuxpan. Así también Nayarit cosechaba tabaco más de 10,000 has. Al estar por encima de Veracruz, Jalisco, Chiapas y Oaxaca.

Es precisamente para 1954, cuando en Santiago Ixcuintla, por la importancia que alcanzó la “Costa de Oro”, se retomaron los festejos de la Feria Nacional de la Primavera en mayo, mes en el que los productores de tabaco festejaban el fin del ciclo agrícola, motivando que los comerciantes y restaurantes tuvieran sus mejores ventas. Cabe puntualizar que como lo expone Pacheco (1998) en 1965 los ejidatarios se agruparon en una cooperativa para buscar nuevas alternativas a la comercialización del tabaco, logrando vender parte de la producción excedente a Checoslovaquia, obteniendo así un precio por encima de las compañías trasnacionales de capital norteamericano. De esta manera, se llegó a producir el 80% del tabaco que se producía a nivel nacional, exportando a España, Francia y Portugal; sin embargo, en 1989 a raíz de la política de modernización del Estado mexicano que implicó la desaparición de la mayor parte de participación estatal, TABAMEX desapareció y la producción de tabaco volvió a ser controlada.

2.4.1 Desarrollo local

En algunos casos, las políticas públicas han buscado generar esquemas de desarrollo local como el conjunto de oportunidades y capacidades que tienen los territorios para participar en el mercado, mediante actividades económicas cuyo soporte sean las redes de apoyo mutuo (Coraggio, 2002). En ese mismo sentido Castillo y Tamayo (2011) mencionan que la política del turismo ha hecho

de éste el mayor negocio del mundo no sólo por la cuestión económica, sino por los efectos que gesta en el nivel de lo económico, lo social y la cultura.

Así, algunas formas de organización del trabajo en este ámbito han permitido la incorporación de nuevas condiciones y acuerdos de producción, que van desde el trabajo no remunerado, hasta los acuerdos más lucrativos con amplias remuneraciones y prestaciones. Otras son formas de economía solidaria o social, como formas económicas y asociativas y participativas que tienen el propósito fundamental de obtener beneficios colectivos para las comunidades. Lotero, Arcila y Gómez también coinciden en que:

La eficiencia y efectividad de las políticas públicas en relación con el desarrollo económico están condicionadas por la capacidad que poseen los actores para generar organizaciones socioeconómicas donde se generen sinergias y se aprovechen externalidades, con miras a la creación de valor; es decir, la capacidad para organizar y desarrollar las actividades económicas en sistemas productivos territoriales (SPT) o clusters. (2008:172)

Así, con la globalización, el proyecto mexicano se ha visto modificado notablemente una de las actividades que refleja este cambio es el turismo, el cual era concebido como una alternativa de desarrollo generadora de divisas y de empleo, desde una perspectiva de economía nacional e internacional. No obstante, ahora el turismo es visto como actividad económica y social que impulsa el desarrollo de las regiones con características naturales y culturales que representen un punto de interés social capaz de propiciar los desplazamientos turísticos, además de cumplir con el rol de captador de divisas.

El turismo, pues, es considerado como una alternativa de crecimiento económico para áreas marginales.

Por esta razón, han surgido diversas iniciativas estatales, municipales y de organizaciones no gubernamentales que pretenden promover proyectos turísticos en México y en el mundo entero. De esta forma, algunas comunidades rurales se han adherido a la dinámica turística, aunque la mayoría de las veces de manera improvisada a través de proyectos productivos promovidos por el Estado y que, mediante la autonomía municipal, buscan aminorar la pobreza e impulsar la economía local.

Las comunidades rurales representan las bases territoriales en las cuales se pueden observar las diferentes formas de organización comunitaria, las cuales a su vez, reflejan la capacidad de los actores locales para crear mejores condiciones de producción y distribución de las riquezas. Para ejemplificar esto, Cruz, Cadena y Serrano relatan un poco de lo que ha sido en la historia la transformación de las políticas públicas para favorecer el desarrollo local:

Los nuevos estilos de conducción pública en México y de vínculos entre actores, deben entenderse a partir de los cambios registrados en el contexto nacional y que Aguilar (1992:15-19) explica a partir del estilo que imperaba en la década de los ochenta para hacer la política: altamente centralizado, con un ejercicio excesivo del gasto, control político y recurrentes crisis económicas que dieron como resultado un gobierno fiscalmente deficitario, administrativamente exhausto y políticamente inmovilizado; por lo que, en gran parte bajo la presión de la sociedad y por otra anticipándose a la iniciativa social, el Estado procedió en ese tiempo a corregir tales errores. Por lo tanto el Estado fue perdiendo

vigencia como único decisor en la orientación de estas líneas de acción, para dar lugar de manera voluntaria o no a una mayor participación del resto de la sociedad en los procesos decisorios, aspecto que ha sido poco abordado mediante casos de estudio en lo general y particularmente en materia turística

Paralelamente los cambios que propiciaron la puesta en práctica de una nueva estrategia económica, colocaron a México en los ritmos del mercado mundial y alteraron las relaciones del Estado con los actores sociales y políticos; con ello las transformaciones económicas significaron un replanteamiento del papel del Estado y un reacomodo de las fuerzas sociales (Cadena, 2000). A consecuencia de estos hechos y transformaciones, Cabrero (2005, p.27) resalta que la política ya no emana de una autoridad central (el gobierno o el legislativo), sino que es hecha en un proceso en que participan organizaciones tanto privadas como públicas, por lo cual el Estado se fragmenta y aparece una diversidad de actores con los cuales éste se relaciona (2012:224).

Bajo esta lógica, se reconocen las formas de participar en el desarrollo: una en la que participan los organismos internacionales, fundaciones financieras y gobiernos nacionales, cuyo carácter es fundamentalmente institucional, y otra en las que participan la sociedad misma, que representan formas organizativas generadas por la sociedad para enfrentar sus problemáticas, por lo que aluden a su carácter cultural. Así mismo, Garduño, Guzmán, y Zizumbo (2009:9) mencionan que:

Existen diversas características que identifican al turismo rural, entre las que destacan: una práctica consiente sobre el uso de los recursos naturales y culturales, el respeto al patrimonio del área, en muchos casos confiere autoridad

a sus pobladores e impulsa la participación de las comunidades tratando de lograr un desarrollo sostenible. Si bien el espacio rural ya era escenario de las prácticas recreativas hoy en día es una moda o *snob* turístico que comprende desde lo más sencillo hasta lo más elaborado en servicios turísticos, tomando en cuenta que las condiciones contextuales de cada una de sus expresiones difieren de forma radical. El turismo rural aparece como una actividad económica complementaria a la agricultura, lo que permite al/la pequeño/a productor/a, unidad productiva, diversificar y ampliar su fuente de ingresos y, por lo tanto, disminuir su dependencia del monocultivo.

De esta manera, se encuentran otros beneficios en el TR como el bajo impacto ambiental y la recuperación de las manifestaciones culturales de la región visitada, lo cual, en conjunto, se ve reflejado en el desarrollo comunitario sobre todo en aquellas zonas que se toma como alternativa para generar otros ingresos.

Además, Martínez y Hernández (2013) mencionan que al sistematizar condiciones básicas que muchos autores incorporan para un proceso de desarrollo local; estas serían:

- 1) Un liderazgo local en la formulación de estrategias locales.
- 2) Un nivel de participación donde los actores locales y los ciudadanos tengan mayor capacidad de proposición y nivel de decisión. Esto porque existe una conflictualidad potencial entre el modo que se piensan los problemas del desarrollo desde la burocracia estatal y desde la ciudadanía.

- 3) Una real articulación entre los actores locales involucrados, no exclusivamente del municipio; el establecimiento de nexos solidarios, de redes y la asociatividad.
- 4) Fortalecimiento de la identidad local y sentido de pertenencia. Aprovechamiento de los valores culturales e identitarios, tradiciones y saberes en función del desarrollo.
- 5) Implementación de la capacidad del municipio y los consejos populares para una gestión del desarrollo, que implique manejo de recursos propios con opciones tales como presupuesto propio y traspaso de recursos patrimoniales al control del municipio.
- 6) Creación de una agencia de desarrollo local con misiones tales como captar información y procesarla, identificar experiencias novedosas replicables o buenas prácticas; monitorear la implementación de las tecnologías en el territorio, ya sea en un sentido restrictivo a las potencialmente nocivas o promocional a las que sean adecuadas al tejido productivo; ofrecer asistencia técnica para implementar estrategias, proyectos y planes de acción y realizar seguimientos y evaluación.
- 7) Adecuación de los sistemas de ciencia e innovación, enseñanza y capacitación a las necesidades locales. Es importante reconocer el potencial que representa para el desarrollo local la introducción de soluciones prácticas a partir de la implementación de resultados científicos y tecnológicos obtenidos en el territorio o el país.

- 8) Aplicar un enfoque de equidad que contemple género y atención tanto a las desigualdades sociales como a la distribución espacial del desarrollo en el interior del municipio, acercando así los servicios y oportunidades de empleo y realización de las personas.
- 9) Desarrollar alternativas económicas adecuadas a la estructura económica del municipio

En este sentido, el desarrollo local es identificado con los procesos que ocurren en los municipios, donde los consejos populares, como uno de los niveles básicos y fundamentales de las estructuras administrativas, aún no son contemplados. Este continúa siendo uno de los lados menos desarrollados y, a su vez, el nivel donde se objetivan las políticas de desarrollo.

Por esta razón, Rodríguez y Orozco (2009) determinan que existe evidencia que los patrones de la nueva economía mundial ofrecen oportunidades importantes a los gobiernos locales, otorgándoles la capacidad para tejer redes de empresarialidad local, atraer inversiones e integrar estos elementos en un proyecto de desarrollo equilibrado y sustentable.

Así, las iniciativas locales de desarrollo, como la combinación de una o más acciones que se concretan en proyectos específicos, basados en el uso de recursos locales, tienen como objetivo contribuir a elevar los niveles de bienestar e incrementar las oportunidades de desarrollo de una comunidad.

2.4.2 Desarrollo local endógeno

El proceso de desarrollo que caracteriza la ZCNN es la falta de oportunidades de empleo carente de los atractivos de otras actividades económicas, limitándose a la agricultura, pesca y comercio principalmente.

La actividad turística propicia oportunidades para que las comunidades pobres generen ingresos que parten de su propia cultura, mediante la utilización de recursos sociales, culturales y económicos, es decir, a partir de los activos disponibles. De esta manera se fortalece, el capital social, ya que las personas realizan actividades, que, además de generarles ingresos económicos, mejoran su autoestima, su eficacia y se fortalece el respeto por la diversidad y la integración social.

El TR es una variante del turismo masivo. Aporta ingredientes atractivos diferentes y de bajo impacto constituyendo un eslabón fundamental para unir las regiones y preservar su medio ambiente (natural y cultural) en beneficio de las comunidades de la región. Esta nueva opción puede ser una fuente generadora de empleos y del fomento de otras actividades turísticas relacionadas con la interacción, el conocimiento y la contemplación del mundo natural, en razón de los diversos problemas añejos que lo han acompañado desde siempre: la asimetría económica y social producida por la marginación de las comunidades, servicios municipales incompletos u obsoletos, problemas en la tenencia de la tierra, alto nivel burocrático, insumos agrícolas caros, elevado índice de analfabetismo, carencia de inversiones, limitaciones y dificultades para el desempeño laboral entre otros factores, los cuales han influido para la fuerte

migración de sus pobladores a otras partes del territorio nacional e incluso del extranjero.

La ZCNN, por su ubicación geográfica, cuenta con un gran potencial de recursos naturales para el TR en todas sus variantes (como pudiese ser el agroturismo, cultural, deportivo, educativo, salud, ecoturismo, aventura, gastronómico y de eventos especiales) las cuales por diversas razones, no han sido lo suficientemente aprovechados. El TR, por tanto, puede ser una oportunidad para promover una actividad alternativa que consideren, dos ingredientes fundamentales que marca Rodríguez (2003): el primero, el ordenamiento ecológico; el segundo la planeación estratégica que permita ordenar las actividades desde una perspectiva social y económica.

De tal manera, en la planeación del turismo se debe tomar en cuenta adicionalmente, una serie de componentes como son el mercado actual y potencial, los atractivos naturales, culturales y artificiales, los impactos que pudieren ocasionarse, el alojamiento formal e informal existente, el transporte para el destino turístico, la infraestructura existente y la que está por construirse, así como considerar los servicios complementarios como lo mencionan César y Arnaíz (2002) como son el de la salud, la educación y todos aquellos que permitan garantizar y facilitar la diversificación de la oferta de actividades.

Desarrollar el turismo local en cualquiera de las formas que adopte el TR se vería sumamente beneficiado con la formación de *cluster* de turismo para promover la generación de ingresos en los hogares de bajos recursos. De allí la importancia de fortalecer las capacidades locales para que puedan incorporarse

al mercado turístico en forma eficiente, con lo cual, debería materializarse otra alternativa de desarrollo.

La pesca ha sido una actividad que ha tenido un desarrollo intermitente, pero siempre orientada la producción al mercado regional. La acuicultura es aún incipiente, ya que no se puede competir por el recurso por la agricultura. La pesca comercial ha venido a menos, porque los pescadores enfrentan limitaciones derivadas de disposiciones de la dependencia del ramo. El desconocimiento de las necesidades locales y el desinterés por el cuidado ambiental de parte de las autoridades, a pesar de algunos logros alcanzados por las organizaciones civiles locales, son los acuerdos con autoridades municipales para trabajar conjuntamente a favor de declaratorias de áreas naturales protegidas, como son las marismas de la franja costera.

El intenso crecimiento del comercio a excepción de los centros comerciales de autoservicio que llegan a la región, se caracteriza por las micro y pequeñas empresas de carácter familiar con poca capacidad para generar empleo bien remunerado, en realidad, su capacidad económica es para el autoempleo y subempleo con salario tendientes hacia el mínimo, son comercios al menudeo que expenden productos alimenticios de primera necesidad, mercados público, tianguis, pequeñas bodegas, almacenes, tiendas de ropa, calzado, artículos para el hogar, insumos agrícolas y ganadero, entre otros.

Los actores locales, en su mayoría, son de extracción campesina y pesquera, por lo que orientan sus ideas a proyectos asociados a dichas actividades tradicionales y que precisamente en la dinámica turística se han visto

forzados a abandonarlas. No obstante, actualmente el sector gubernamental ha desplegado una oferta de apoyos para la creación de micro y pequeñas empresas (MyPEs) que ha despertado el interés de los residentes de las comunidades involucradas, ya sea en modalidad individual o colectiva.

Algunos proyectos son granjas de especies marinas (osti6n y camar6n) en esteros localizados en la zona. A la par su riqueza cultural es una amalgama de su pasado e historia poco reconocida por los gestores del turismo regional-local, que pueden generar sinergias de reconversi6n del proceso actual y orientar los esfuerzos a trabajar en la visi6n de un sistema turistico sin perder de vista el contexto global.

En la d6cada de los a6os treinta, sobrevino el desarrollo agr6cola en la regi6n que se caracterizar6a por la producci6n de tabaco, frijol y chile principalmente, as6 como otros cultivos c6tricos estacionales. Hacia la d6cada de los a6os sesenta, el mercado mundial de tabaco experiment6 un notable crecimiento; el gobierno instituy6 la paraestatal denominada TABAMEX (Tabacos Mexicanos), que se encargaba del cr6dito agr6cola en este rubro, pero que adem6s monopoliz6 la industria tabacalera como actividad primaria. La producci6n de tabaco y la habilitaci6n econ6mica de este a trav6s de la empresa "Tabaco en Rama", eleva la condici6n socioecon6mica de los campesinos a finales de los a6os cincuenta. Tradicionalmente el cultivo de este producto se hac6a a trav6s del m6todo de semi sombra o de sarta, con la llegada de TABAMEX, se implement6 un nuevo m6todo denominado "sombra mata", que simplific6 y acort6 tiempo, costos de operaci6n y ampli6 considerablemente el

padrón de campesinos habilitados. El cultivo del tabaco se constituye como el motor de la economía local cuyo mercado laboral es insuficiente debido a que la mano de obra doméstica comienza a suplir la oferta laboral de servicios. A fines de los ochenta, la apertura comercial y la caída en los precios internacionales del tabaco principalmente, marcaron el declive de las actividades agrícolas como sector económicamente predominante en la región.

La entrada de México en los mercados internacionales significó para el sector agrícola una abrupta competencia y desventajas sobre todo tecnológicas que se reflejaron en la competitividad productiva. La mayor parte de la producción sale a otras regiones del país a través de una red de intermediarios foráneos, pese a la demanda de productos del campo en la zona existe un encadenamiento de actividades productivas que enlace a los productores con los distribuidores locales; los mercados de abasto de Tepic y Guadalajara son los centros de abasto de la región.

La incorporación turística y cultural a la ruralidad lleva a otra dimensión al desarrollo de la comunidad, aspectos culturales como la artesanía, gastronomía y una gama de actividades que permitan el enriquecimiento de la vida cotidiana de las zonas rurales.

existe una serie de actividades que se pueden aprovechar para ofrecer a los visitantes y que se vean reflejadas en beneficios mediante productos turísticos, la difusión y el análisis de la realidad local, sin caracterizar erróneamente el campo de sus elementos más significativos.

Igualmente, el patrimonio cultural es en todas sus formas un factor básico del desarrollo del turismo y, en muchas ocasiones, se ha debido a la evolución del mismo en las zonas rurales que se han recuperado un patrimonio en degradación. En este sentido, el turismo rural como un producto del turismo, consistirá en la recuperación de la conservación del patrimonio.

2.5 Análisis de la Micro y Pequeña Empresa

La relevancia de las MyPEs en la vida económica y social de México es indiscutible, al representar el más del 99% de las empresas. Nayarit no es la excepción. La pequeña empresa está dedicada a la venta al detalle, teniendo un margen de utilidades limitado. Es un sector muy competido, dado que se considera relativamente fácil su creación y que los riesgos en la operación son menores, por lo que se convierte en un gran atractivo para los empresarios.

La actividad comercial tiene una importancia fundamental dentro de la vida empresarial. En México, el 80% de las empresas tienen actividades de comercio o prestación de servicios; el 20% restante se dedican a la transformación. La Secretaría de Economía (SE) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) modificaron la clasificación para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMEs), con el fin de ampliar el acceso a los programas diseñados para estas unidades.

La modificación, publicada el 30 de junio de 2009 en el Diario Oficial de la Federación (DOF), toma en cuenta el número de empleos que genera y establece como determinante el nivel de ventas anuales, como puede

observarse en la Tabla 2.3. Las MIPyMEs son fundamentales para el desarrollo económico del país, ya que constituyen el 99% del total de las unidades económicas y representan alrededor del 52% del Producto Interno Bruto (PIB). Esto debido a que generan más del 70% de los empleos formales.

Algunas de las características de la MyPEs de acuerdo a Carrasco (2005) son que responden a las demandas concretas de los consumidores, crean productos y servicios, generan empleos y contribuyen al crecimiento económico. Además, Sánchez (2007), fundamenta que otras características son que se constituyen con poca inversión; utilizan sencillos procesos productivos, de distribución y comercialización. Por lo tanto, para el caso de este proyecto de investigación se retomará el concepto de MyPEs.

Tabla 2.3 Clasificación de empresas

Estratificación				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Fuente: Secretaría de Economía (2016)

En este mismo sentido, el Observatorio PYME, que inició como una dependencia de la Secretaría de Economía, hoy forma parte del Consejo Mexicano para el Desarrollo Económico y Social (COMDES). En 2003, identificó que un gran porcentaje de las PYME's en México tiene una estructura de empresa familiar, por lo que sus necesidades en cuestiones de dirección y administración de la empresa son diferentes a las de un negocio "tradicional". La estructura de ventas de las empresas está altamente concentrada: primero, cerca del 50% de las ventas está concentrada en los cuatro clientes más importantes, y, segundo, casi el 65% de la demanda se comercializa en un radio menor a 100 kilómetros de la empresa, poniéndolas en una posición endeble, al considerar que un gran porcentaje de sus ventas depende en un reducido número de empresas. La tasa de aprobación de créditos por parte de la banca comercial es relativamente alta, cercana al 75% en promedio. Aquellos empresarios que no recibieron el crédito aducen que una de las razones principales es la falta de garantías.

Por otro lado, Castillo (s.f.), menciona que este tipo de empresas padecen de falta de innovación tecnológica por no contar con la información oportuna y el acceso al financiamiento. También sugiere que sus procesos son anticuados, así como su organización del trabajo, con estructuras de corte familiar y ausencia de estrategias de calidad, seguridad e higiene, dando por resultado que a muchas MyPEs les sea imposible sobrevivir en un mundo globalizado, sino que más bien subsistan porque se mantuvieron aisladas en pequeños nichos de mercado donde la competencia no les ha afectado hasta ahora.

La organización del trabajo en las comunidades rurales está regulada por varias instituciones formales e informales, como son las organizaciones de los ejidatarios y comuneros, así como las unidades domésticas y de las redes que tienen establecidas en cada comunidad. Muchas de estas organizaciones, tienen que ver con el trabajo de producción y de autoconsumo de sus parcelas y de la cría de animales de corral que les permita apoyar a su economía, además de incorporar algún miembro de la familia al trabajo comercial, ya sea dentro o fuera de la comunidad para obtener ingresos que ayuden a los gastos de la familia.

2.5.1 Características de las MyPEs familiares

Algunos investigadores han identificado que la mayoría de las MyPEs son de familiares (Chua, Chrisman y Sharma, 2003; Astrachan y Shanker, 2003; Amat, 2004), y tienden a ser más antiguas y con menos empleados que las empresas no familiares. El concepto de empresa familiar sigue estando en discusión ya que algunos teóricos la clasifican genéricamente como tal cuando el control sobre la propiedad y la toma de decisiones estratégicas de la empresa recaen sobre los miembros de la familia, quienes de alguna forma la gestionan y/o controlan para su propio beneficio (Upton, Teal y Felan, 2001).

Las empresas familiares tienen características diferentes respecto a las empresas no familiares, que podrían ser la causa para tener distinto comportamiento gerencial (Duréndez y García, 2005; Sonfield y Lussier, 2009). Habbershon, Williams y MacMillan (2003) señalan que la interacción de diferentes subsistemas como la familia, la empresa y los miembros de la familia, da lugar a un efecto sinérgico que favorece el desarrollo de la empresa familiar.

Aunque hay que establecer límites, dado que en muchas ocasiones los roles de parentesco y laborales no se encuentran diferenciados y esto puede generar conflictos (Monsó, 2005). Asimismo, las relaciones entre accionistas, directivos y colaboradores, difícilmente pueden evitar mezclarse con los aspectos sentimentales y afectivos propios de su parentesco (Anaya, 2012).

En este sentido, se debe siempre considerar a la empresa como un medio de vida para la familia y generador de un sólido patrimonio, por encima de un elemento de prestigio personal y un elemento meramente económico, especialmente el de tener un empleo asegurado y bien remunerado (Monteferrante, 2012).

Presas (2013), sugiere que la influencia del fundador es a través de su cultura y sus valores los que posteriormente serán compartidos por el resto de la familia, los cuales deberían ir encaminados específicamente a la continuidad de la empresa a través de las generaciones.

Así también señalan que se caracteriza en ser administrada por miembros de un grupo dominante de la familia. Según Churchill y Hatten (1987), conforme aumenta el involucramiento de la familia en la propiedad y administración de la empresa, en adición al control y a los planes de sucesión, estos tienen un efecto directo en su desempeño (Handler, 1989).

Las MyPEs son consideradas como un importante “motor de la economía”. Para Whyte (1996), son organizaciones poco estructuradas donde los roles no se encuentran plenamente definidos, lo que causa caos e incumplimiento del principio de “la unidad de mando”, manteniendo un control y

supervisión de actividades muy cercanos por parte de la familia, como lo sugieren Shleifer y Vishny (1997). Además, se evidencia el control financiero por parte de uno o más miembros de una familia (Ward, 1997).

Klein, Astrachan y Smyrnios (2005), agrega el concepto de compromiso familiar y Steckerl (2006), el aspecto emocional interno. La empresa posee en esencia una naturaleza de índole familiar, donde la gran mayoría de ellas trata iniciativas de auto-empleo. En estas empresas es común que, el fundador sea el emprendedor, tal vez porque tiene la iniciativa del “saber hacer” y el deseo de querer ser independiente, o por no encontrar alternativas de empleo durante algún tiempo difícil. De esta manera, con el apoyo de su familia (tanto emocional como físico) logran contribuir al éxito del negocio. Así, es muy común que un miembro de la familia ocupe el puesto de director o de algún puesto administrativo de alto rango, lo que conlleva a que muchas veces el desempeño del líder provoque un efecto multiplicador o, en caso contrario, excluye a integrantes más capaces y talentosos Giovannini (2010), que puedan aportar ideas frescas para la empresa y fomentar la competitividad, lo cual genera como resultado una inadecuada toma de decisiones (Badiru, 2010).

En las MyPEs, Presas, establece que, “cuando la familia se convierte en parte del producto turístico es en realidad una poderosa fuente de ventaja competitiva” (2013:11), la cual actúa de forma compensatoria a la imagen negativa que poseen. Esto, debido a debilidades en aspectos como: recursos humanos poco capacitados, limitados recursos financieros y tecnológicos, capital

limitado, falta de habilidades, un desconocimiento de la orientación del negocio, una falta de diferenciación, entre otras.

2.5.2 Análisis de la MyPEs en la ZCNN

Las características de las MyPEs en la ZCNN sugieren una estructura formal en todas sus áreas, el dueño de la empresa articula varios puestos a la vez, caracterizándose como administrador independiente donde él opera y dirige las acciones organizacionales. De esta manera, lleva el control de sus ingresos y egresos. Sin embargo, el área fiscal y financiera, generalmente, lo maneja un asesor externo.

En algunos estudios se sugiere que las MyPEs tienen una capacidad de producir una ventaja ante la competencia que no reside en las estrategias adoptadas, sino en la naturaleza de sus recursos y capacidades, generadas a partir de la interacción entre la familia y la empresa (Presas, 2013). Por esta razón, se puede identificar que dichas decisiones no deben emanar solamente del estudio de los factores internos y externos de la empresa, sino también del grado de unión presente en las relaciones familiares de los miembros, la cual se vería reflejada en la gestión de la empresa mexicana.

En Nayarit, existen 53,257 unidades económicas consideradas en el rango de las MyPEs, las cuales conforman el 1.09% a nivel nacional (ver Tabla 2.4).

Tabla 2.4 Número de unidades económicas en la Costa Norte de Nayarit

	México	Nayarit	Tecuala	Santiago Ixcuintla	San Blas
Unidades económicas MyPE's	4'864,210	53,257	1,841	3,691	1,879
0-5 empleados	4,349,900	47,753	1,706	3,376	1,681
6-10 empleados	273,719	2,943	68	159	102
11-29 empleados	200,439	2,161	59	128	84
30-50 empleados	40,153	400	8	28	12
Total	4,864,211	53,257	1,841	3,691	1,879

Fuente: Elaboración Propia con base a INEGI (2010)-

Prosiguiendo con el análisis, se puede observar en la Tabla 2.5, que la densidad de población es menor a la registrada a nivel nacional, y representa un potencial de crecimiento. Llama la atención que tiene una relación hombre-mujer inversa al mostrado a nivel nacional, habiendo una mayor población masculina, la edad mediana es mayor por dos o tres años, pero los niveles de alfabetización es casi la misma que a nivel nacional.

Tabla 2.5 Indicadores demográficos de ZCNN.

Indicador	Tecuala	Santiago Ixc.	San Blas	Nacional
Extensión (km ²)	1,137	1,831	823.6	1,950,668
Densidad de pob. (hab./km ²)	47.8	52.3	49.7	57.3
Población total	39,756	93,074	43,120	112,336,538
Hombres (%)	52.40%	50.90%	53.60%	48.80%
Mujeres (%)	47.60%	49.10%	46.40%	51.20%

Edad mediana	29	27	28	26
Alfabetizados				
De 15 a 24 años	96.20%	94.50%	97.90%	97.60%
25 años o más	89.50%	91.20%	90.60%	90.50%

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de Planes de Desarrollo Municipales de Tecuala, Santiago Ixc. y San Blas Nayarit 2014-2017 (2014), INEGI (2015b)

En general, la participación de la población en actividades económicas es similar a proporción a nivel nacional. En la distribución por sexo de la Población Económicamente Activa (PEA), son los hombres los que representan un porcentaje alto en su participación dentro de la economía, y una muy baja participación de las mujeres, con una población económicamente no activa entre el 71% y 73%. También se observa la alta proporción de pobreza en el municipio, lo que puede incidir en el hecho del alto número de MyPEs ya que sólo pueden emprender pequeños negocios.

De acuerdo a la Tabla 2.6, se refleja la PEA, quienes en la ZCNN pudieran tener más participación en la actividad turística y por consecuencia en el emprendedurismo en la formación de MyPEs. De esta forma, los actores o *stakeholders* que forman el denominado capital social de las organizaciones económicas interesados en las actividades de la empresa para llegar a la competitividad en el turismo.

Tabla 2.6 Indicadores económicos de ZCNN

Población económica mente	Nacional			Tecuala			Santiago Ixcuintla			San Blas		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Activa	52.60%	73.40%	33.30%	56.90%	80.90%	28.50%	54.30%	88.50%	26.40%	56.90%	80.90%	28.50%
Ocupada	95.50%	94.70%	97.00%	98.00%	97.70%	99.30%	97.00%	97.70%	98.70%	98.00%	97.70%	99.30%
No ocupada	4.50%	5.30%	3.00%	2.00%	2.30%	0.70%	3.00%	3.20%	0.67%	2.00%	2.30%	0.70%
No activa	46.70%	25.80%	66.20%	42.60%	18.40%	71.10%	46.20%	18.20%	73.20%	42.60%	18.40%	71.10%
No especificó	0.70%	0.80%	0.50%	0.50%	0.70%	0.40%	0.50%	0.67%	35.00%	0.50%	0.70%	0.40%
Situación pobreza	45.50%			57.70%			57.70%			57.70%		
MIPE's	4'844,165			1,841			3,691			1,893		

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de Panorama sociodemográfico de Nayarit, INEGI (2015 a y b), SEDESOL (2015)

La presencia de las MyPEs como representantes de la iniciativa privada debe estar presente, tanto como el sector público, en lo que se le llama el “ambiente accesible” para la sustentabilidad y la competitividad (OMT, 2004 y 2008). En general, todos los actores necesitan proveer el marco o las bases para una forma de gestión en sus productos y servicios, los cuales se convertirán en los medibles para desarrollar como líderes su capacidad de supervisión y regulación. Estos medibles usados racionalmente en la responsabilidad de liderar la empresa, aunados a la distribución equitativa de los recursos dentro de la sociedad, le proporcionarán una visión más adecuada para enfrentar pugnas con la competitividad.

Lograr la eficiencia social y económica en las MyPEs, se puede, por lo tanto, interpretar como la unión de los intereses económicos de la sociedad, los cuales deben de tomarse en cuenta en el proceso de las actividades propias empresariales. Esto, a la larga, pasará a formar parte de los beneficios de generaciones futuras.

Así también estos actores necesitan un clima de ética empresarial en relación a una compatibilidad económica y ecológica. Específicamente, se buscan actores que promuevan el desarrollo de “valores sustentables” en la economía de la pequeña empresa que se enfoquen hacia la promoción del uso racional de los recursos naturales y su preservación, así como la cultura y las tradiciones.

Capítulo III.

Marco Contextual

El Turismo Rural como actividad alternativa para generar un mayor desarrollo local está siendo considerado preponderantemente en comunidades que no se han industrializado, que muestran un vasto recurso natural y que su economía depende primordialmente del sector agrícola. Conocer la Zona Costa Norte de Nayarit y sus condiciones permitirán a los actores o *stakeholders*, crecer, fortalecerse, ser más productivos y competitivos en un mercado de turismo masivo.

3.1 Estado de Nayarit

El Estado de Nayarit mide 280 km en su mayor longitud y tiene una anchura media de 95 km. Cubre cerca de 28,000 km², incluyendo la superficie de sus islas. Se considera como la vertiente occidental de la Sierra Madre que baja desde las cúspides, de 2,500 metros de altura, hasta las playas del Pacífico. (Meyer, 2008:5). Sobre el Estado y sus regiones, Luna, comenta:

Durante las dos últimas décadas de aquel ya estable siglo XIX, todo parece indicar que en Tepic y demás localidades del altiplano, no existían problemas en el abastecimiento de bienes alimenticios de primera necesidad. Había abundante maíz, frijol, arroz, garbanzo, azúcar, panocha, café, sal, reses, cerdos, legumbres, hortalizas y frutas, pescado y varias clases de camarón. Todos estos productos por lo regular tenían como procedencia las diversas comarcas de la entidad, que ya para ese entonces presentaban una cierta especialización en su

producción. De los esteros de San Blas y las lagunas de Mexcaltitán se traía pescado y camarón, de estos últimos humedales el pescado venía asado, mientras que el camarón seco. De las riveras del río Santiago procedían las sandías y los melones, mientras que las piñas y las naranjas de Acatán y Acaponeta, respectivamente. Haciendas de la municipalidad de San Blas proveían del aromático café, plátanos, cocos y ciruelas. Los mangos como sucede en la actualidad eran traídos de La Fortuna, Lamedo y Bellavista. Un pequeño comercio en el que participaban aldeanos, hacía llegar a la capital del Territorio un diversificado, aunque no abundante, flujo de frutos silvestres de temporada. Este comercio en su mayoría practicado de una forma ambulante, llevaba directamente a los hogares los agridulces arrayanes, guayabas, pitahayas, chirimoyas, anonas, nanches, cocos de aceite, couixtles, guámaras, zapotes, agualmas, ciruelas, aguacates, tunas, capulines, uvas silvestres y otras diversas frutas tanto nutritivas como agradables al paladar [...] En los reacomodos poblacionales quienes llegaron con el ferrocarril se instalaron particularmente en Acaponeta, Tecuala y Santiago Ixcuintla, y en su mayoría se dedicaron a las actividades del comercio. También a estos quehaceres terciarios, estuvieron vinculados los japoneses que se establecieron en Tuxpan y los judío-libaneses en Santiago y Ruiz. (2004:18)

3.2 Regionalización del Estado de Nayarit

En 1976 se formula para Nayarit el Programa del Pueblo utilizando los lineamientos para la formulación de planes estatales de desarrollo emitidos por la Secretaría de Programación y Presupuesto, mismo que sirvió de antecedente para la formulación del primer Plan Estatal de Desarrollo, donde se contempló el

diseño de una estrategia global, las políticas y estrategias para nueve sectores y cuatro regiones.

En esta primera regionalización se conforman bajo la decisión político-administrativa de la estructura gubernamental para la instrumentación de programas de inversión pública. A su vez, también se establecieron límites que coinciden con la división política de las municipalidades. Sin embargo, la 85 agrupación de municipios en regiones se lleva a cabo tomando el criterio de homogeneidad en características físicas y socioeconómicas.

De esta manera, se establece en 1979 la siguiente regionalización estratégica para el Estado de Nayarit (Ver Tabla 3.1). Esta regionalización prevaleció hasta 1989 cuando empezó a despuntar el crecimiento turístico en la región cercana a Puerto Vallarta, lo que motivó la creación del municipio de Bahía de Banderas. Con la creación de este nuevo municipio, se redefinieron las potencialidades reestructurando las regiones de manera estratégica. (Ver Tabla 3.1).

Para el periodo 2005-2011, la estrategia para el desarrollo contempla en el nivel regional la concepción de macro-regiones, meso regiones y micro-regiones. Las primeras se identifican en el plano internacional contextualizando a Nayarit en la inclusión del bloque de Norteamérica a partir del Tratado de Libre Comercio y de la Cuenca del Pacífico, mientras que las meso regiones se definen en el plan nacional contextualizando a la entidad en la inclusión a las Regiones Centro-Occidente y Noroeste de México.

Tabla 3.1 Regionalización estratégica del Estado de Nayarit

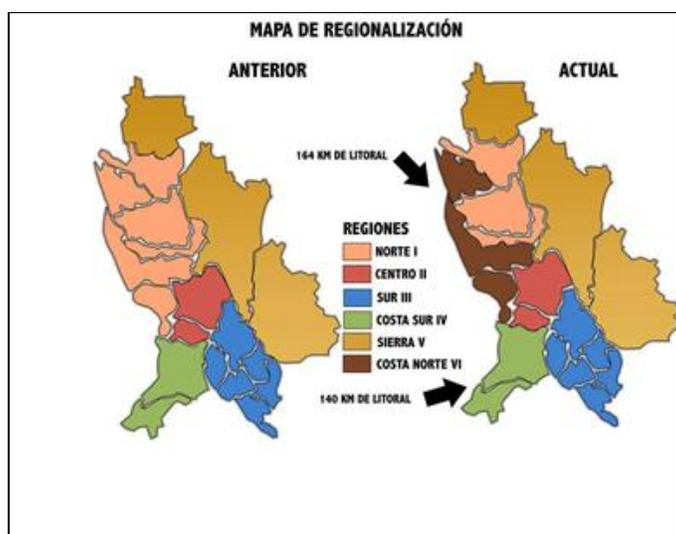
Regiones	1979	1989	2005	2005	2005
Región 1	Centro sur: Tepic, Xalisco, Compostela	Costa Norte: Acaponeta, Tecuala, Rosamorada, Tuxpan Ruiz y Santiago	Centro: Tepic, Xalisco	Centro: Tepic, Xalisco	Norte: Acaponeta, Rosamorada, Tuxpan, Ruiz
Región 2	Acaponeta, Tecuala, Rosamorada, Tuxpan, Ruiz, Santiago Ixcuintla, San Blas	Centro: Tepic, Xalisco	Costa Sur, Compostela, Bahía de Banderas	Costa Sur, Compostela, Bahía de Banderas	Centro: Tepic, Xalisco
Región 3	Huajicori, El Nayar, La Yesca	Costa Sur, Compostela, Bahía de Banderas	Norte: Acaoneta, Rosamorada, Ruiz, San Blas, Santiago Ixcuintla, Tecuala, Tuxpan	Norte: Acaoneta, Rosamorada, Ruiz, San Blas, Santiago Ixcuintla, Tecuala, Tuxpan	Sur: Ahuacatlan, Amatlan de Cañas, Ixtlan del Rio, Jala, Santa María del Oro, San Pedro Lagunillas
Región 4	Amatlan de Cañas, Ahuacatlan, Ixtlan del Rio, Jala, Santa María del Oro, San Pedro Lagunillas	Sur: Ahuacatlan, Amatlan de Cañas, Ixtlan del Rio, Jala, Santa María del Oro, San Pedro Lagunillas	Sierra: Huajicori, El Nayar, La Yesca	Sierra: Huajicori, El Nayar, La Yesca	Costa Sur, Compostela, Bahía de Banderas
Región 5		Sierra: Huajicori, El Nayar, La Yesca	Sur: Ahuacatlan, Amatlan de Cañas, Ixtlan del Rio, Jala, San Pedro Lagunillas, Santa María del Oro	Sur: Ahuacatlan, Amatlan de Cañas, Ixtlan del Rio, Jala, San Pedro Lagunillas, Santa María del Oro	Sierra: Huajicori, La Yesca, El Nayar
Región 6					Costa Norte: Tecuala, Santiago Ixcuintla, San Blas

Fuente: elaboración propia a partir del Plan de Desarrollo Estatal (2005-2011), (2012-2017)

Dentro de las directrices estratégicas del Plan de Desarrollo (2012-2017:16) se determina la nueva regionalización (Ver Figura 3.1) que responde a “la identificación de las vocaciones económicas de las regiones. Las disparidades entre las regiones reclaman políticas públicas diferentes.” Por tanto, queda establecido que la ZCNN se agrupe en los municipios de Tecuala, Santiago Ixcuintla y San Blas.

En relación a la infraestructura de caminos por regiones, la zona Centro y Sur son las que poseen una mayor densidad en vías de comunicaciones terrestres en el Estado. Las regiones Norte y Costa Norte cuenta con una densidad media en el ámbito estatal.

Figura 3.1 Mapa comparativo de la regionalización 2005-2011 contra la actual



Fuente: INEGI. Marco geostadístico municipal 2005 y 2010, Secretaría de Planeación, Programación y Presupuesto en Plan estatal de desarrollo de Nayarit 2011-2017 (2011:16).

3.3 Características generales de la ZCNN

La ZCNN, está representada de la siguiente manera: Tecuala cuenta con una extensión territorial de 1,137 Km² que representan el 4.12% de la superficie total del estado. San Blas se mantiene con 823.60 Km² y representa el 3.0% del territorio estatal, y Santiago Ixcuintla, es de 1,831.92 Km², que representa el 6.6% de la superficie de Nayarit.

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010 Tecuala, posee 39,756 habitantes, San Blas con 43,120 y Santiago Ixcuintla con 93,074. A pesar de su potencial, Nayarit no ha logrado atraer suficiente inversión para poder desarrollarse, ni pública ni privada, nacional o extranjera. La inversión local se concentra cada vez en menos manos y en su mayor parte se destina a actividades improductivas (servicios y bienes raíces). Además, el grueso del ahorro bancario de los nayaritas sale del Estado. En cuanto a la inversión pública, Nayarit ha sido marginado permanentemente, pues las obras públicas importantes del siglo XX, el ferrocarril, la carretera internacional, las autopistas, el aeropuerto y la presa de Aguamilpa, así como las de El Cajón y La Yesca, responden, antes que nada, a necesidades del Gobierno Federal.

Lo mismo puede decirse respecto de algunas decisiones gubernamentales: la desaparición y/o privatización de Tabamex, Banpesca, Conasupo, Fertimex, Inmecafe, Agrosemex y Banrural, por citar ejemplos, se hicieron sin atender sus impactos sobre la vida económica y social de la entidad, cuando era obvio que, siendo fundamentalmente agrícola, temporalera y de unos cuantos cultivos, afectarían sustancialmente su economía.

En consecuencia, la agricultura, la ganadería, la pesca y la minería están en franca decadencia: de 36 mil hectáreas que llegaron a plantarse de tabaco, ahora se trabaja con unas 5 o 6 mil; la pesca de camarón cada día se reduce más; la producción minera cada vez es menos significativa. La industria, además de ser mínima, micro-pequeña-mediana y concentrarse en la rama de alimentos, bebidas y tabaco, se vio seriamente afectada por el cierre de la planta de Cigarrera La Moderna y de la suspensión de actividades de las plantas desvenadoras, total o parcialmente, en Tepic; de las plantas de hornos para el secado de tabaco en Santiago Ixcuintla y Acaponeta; así como en esta última población de la mayoría de plazas laborales en la fábrica de harina de maíz (Maseca).

El turismo, si bien ha tenido una fuerte dinámica en la zona de Bahía de Banderas, sobre todo en los últimos años, aún no deja sentir sus beneficios en otras partes del estado, porque no se ha decidido, ni siquiera en Tepic, que, ante el impulso del Proyecto Hidroeléctrico Aguamilpa, vio incrementada y modernizada su capacidad hotelera desde hace casi 2 décadas, pero que ahora sólo registra una ocupación hotelera de 32%, frente a Nuevo Vallarta que alcanza más del 70% y a Rincón de Guayabitos que se acerca al 60%. Empero, el elevado dinamismo turístico todavía no impacta mayormente, ya que esta actividad representa sólo alrededor de 7% de la actividad económica del estado: en 2006, año cuando más ha crecido la actividad económica general y la turística (15.6 y 13.7%, respectivamente), su aportación fue de sólo algo más de un punto porcentual

(INEGI, 2009). En este tiempo para la ZCNN ni siquiera se tuvo registro dado que no tiene relevancia esta actividad en esa zona.

Barrón, Madera, y Pacheco mencionan que la economía de Nayarit entre 1940 y 1970:

Creció 6.9% al año y su aportación al Producto Interno Bruto del país subió de 0.72% a 0.86%. Luego el ritmo de crecimiento bajó a 2.3% en promedio anual entre 1970 y 2002, de manera que en esos 32 años su aportación disminuyó a 0.56%. Como en el 2003 se cambió la medición del PIB (de precios de 1993 a precios de 2003), sin encadenar los índices y tratando dicho año por separado, se tuvo un decremento de 4.1%. Entre este último año y 2007 (último dato con que se cuenta del PIB por entidad federativa) se observa un crecimiento anual promedio nuevamente mayor al del PIB de México (6.2% frente a 3.9%) que permitió elevar la aportación de Nayarit a 0.63%. Esto pudiera interpretarse como una tocada de fondo en 2003, sin embargo, un incremento inusual de 8.2% en 2004 y de 15.6% en 2006, combinados con las caídas en 2003, ya citada, y en 2007 (-1.3%) corroboran la fragilidad de los pilares de nuestro desarrollo y pone en relieve la baja competitividad de la economía nayarita en la dinámica del crecimiento, al tiempo que revela sus potencialidades. (2011:19)

Nayarit concentra su actividad en el sector agrícola, caracterizado por grupos pequeños, de ejidatarios, de comuneros o de propietarios rurales; paralelamente cuenta con un empresariado de corte micro y pequeño en el comercio, así como con un nuevo sector industrial incipiente coexistente con otro que por muchos años ha estado orientado básicamente a derivados de tabaco, caña de azúcar y maíz. Así, aunque débil, ya existe un tejido empresarial en

donde las cadenas productivas no han sido adecuadamente potenciadas por la inexistencia de programas e instituciones de fomento específico. Por lo tanto, la posibilidad de generar nuevos empresarios que promuevan actividades diferentes, como la acuacultura y una reconversión y mayor integración del campo, se encuentra sumamente limitada, sobre todo si se piensa en tecnologías de punta que faciliten la competitividad, promueva, dé certidumbre y genere expectativas de desarrollo para el empresario y la sociedad.

La intención de revertir una tendencia en materia económica, política y social exige un esfuerzo decidido por parte de los diversos actores que convergen en la vida de Nayarit: gobiernos, empresarios, trabajadores, partidos políticos y sociedad civil. La voluntad del gobierno del estado, mayor articulación y fomento empresarial, disponibilidad laboral, interés nacional de los partidos, así como la participación ciudadana, son claves para realizar los cambios que promuevan una mejoría en el bienestar de los nayaritas.

3.3.1 Medio ambiente ZCNN

La diversidad en vegetación que tiene el municipio de Santiago Ixcuintla, se debe a su asentamiento en grandes extensiones de agua salobre. Existe vegetación hidrófila propia de la vegetación de clima tropical y zona de manglares. Asimismo, destacan los cultivos agrícolas de tabaco, frijol, chile verde, jitomate, sandía, tomate verde, jícama, caña de azúcar, y melón, en tanto que durante el de primavera-verano son arroz, sandía, maíz, sorgo, mango, papayo, yaca, ahualama, plátano, piña, café y limón.

La fauna, es propia de las regiones costeras selváticas con lagunas, abundante en especies terrestres y acuáticas tales como: venados, jabalíes, armadillos, conejos, ratones, ardillas, coyotes, halcones, chachalacas, patos pipichines, zarcetas; y gran diversidad de aves y fauna marina. Una de las fortalezas del municipio es que forma parte de una región estratégica del Mar de Cortés, en donde se destaca el Proyecto de Escalera Náutica de San Blas, municipio vecino de Santiago.

Asimismo, San Blas, es uno de los municipios donde se localizan una gran variedad de playas, con características diferentes según se localicen hacia al norte o hacia el sur del mismo. Playas con características de llanura costera hacia el norte, hasta la desembocadura del río Grande Santiago, y con una vegetación exuberante hacia al sur hasta los límites con el municipio de Compostela. Otro ejemplo de ellas es Playa Santa Cruz; de Potrerillos, Playa Mita, y Boca de Jolotemba y; Playa Miramaruz.

Cuenta con importantes recursos no renovables como lo son: el material cementaste, balastro, piedra y grava. El municipio tiene 40 kilómetros de playa sobre el Océano Pacífico y 25 kilómetros de esteros y ríos. Posee diferentes tipos de ecosistemas, entre los que se encuentran las selvas tropicales, abundantes en capomos, ceibas y tepehuajes y donde habitan musarañas, ardillas coyotes y jaguares; la zona costera, que cuenta con manglares y especies forestales como el mangle rojo, puyeque, mangle blanco y tule, en la que habitan el gato montés, el puma, el puerco espín y una gran variedad de aves- como la aguililla cangrejera y la codorniz gris- y reptiles como la boa, el cocodrilo de río y la tortuga casquito.

Por otra parte, la zona se ve favorecida con la riqueza faunística silvestre de San Blas son sus aves, asociado a la riqueza y singularidad de sus ecosistemas costeros, lo que da lugar al interés de diversos grupos sociales internacionales, admiradores de este patrimonio. Esto a su vez, ha permitido establecer como permanentes actividades relacionadas con la protección de flora y fauna.

El festival internacional de aves migratorias que se encuentra en una de las zona de protegida de la Red Hemisférica para la Reserva de Aves Playeras (RHRAP), que proporciona refugio a millones de aves migratorias en sus recorridos entre México y Canadá. Estos sitios son los siguientes: en Nayarit, México, Marismas Nacionales; en Utah, Estados Unidos, el Gran Lago Salado, y en Saskatchewan, Canadá, los lagos Chaplin y Quill.

Por su parte, Tecuala posee con una vegetación tipo tropical. Existen cocoteros y manglares en las partes bajas del municipio, pero en algunos casos han sido sustituidas por siembras agrícolas. Tiene algunas zonas de vegetación exuberante y virgen donde abundan venados, tigrillos, conejos, mapaches, tejones, tlacuaches, armadillos y una gran variedad de aves y reptiles. En el municipio se desarrolla la pesca como principal recurso. Esta actividad, se desarrolla en el litoral, lagunas y esteros, donde la explotación del camarón y la pesca de escama son las principales especies de captura. Las zonas dedicadas a la explotación del turismo son importantes por sus playas. Además, existen pequeñas zonas dedicadas a la explotación forestal. También cuenta con importantes áreas agrícolas y ganaderas como puede observarse en la Tabla 3.2.

La ZCNN cuenta con una amplia producción alimentaria (Tabla 3.2) que podría ser el origen dentro de la cadena de valor para suministrar al turismo gastronómico una de las variantes dentro del Turismo Rural.

Tabla 3.2 Producción agrícola y acuícola

Producción	Tecuala	Santiago Ixcuintla	San Blas
Superficie sembrada total (has)	35645	56988	35833
Principales cultivos	Sorgo, frijol, tabaco y maíz	Tabaco, frijol, chile verde, jitomate, arroz, sorgo	Frijol, sorgo tabaco.
Principales hortalizas	Melón, jícama, chile y tomate	Sandía, jícama y melón	Maíz, jitomate, chile verde, jícama, sandía, pepino
Granjas acuícolas	6	4	65
Superficie de granjas acuícolas (has)	365	95	633

Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI basado en Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (2011).

3.3.2 Medio económico ZCNN

La agricultura en el municipio de Santiago representa una de las actividades productivas más importantes. Esto debido a que, gran parte de la superficie se destina a este uso. Actualmente, el municipio cuenta con un total de 66,369 hectáreas dedicadas a la agricultura, lo que representa el 13.6% de unidades de producción con superficie agrícola.

De acuerdo a las cifras reportadas en la Síntesis Estadística Municipal 2009 editado por INEGI, el municipio de Santiago, Ixcuintla registró un total de 60,037 hectáreas sembradas, 57,952 hectáreas cosechadas, con un valor de la producción superior a los 1,368.0 millones de pesos.

Cabe destacar que el municipio de Santiago fue el principal productor de frijol. Aporta el 52.2% del total estatal; el 56.4% de la producción de chile verde; el 42% de tomate rojo y el 47.6% de la producción estatal de tomate verde. Estos tres últimos productos demandan bastante mano de obra, por lo que muchos jornaleros, tanto locales como de otros estados de la república, trabajan en los campos agrícolas santiaguenses.

En cuanto al valor de la producción, en el cultivo de frijol Santiago aporta el 51.2% al Estado; en chile verde el 55%; y en tomate rojo aporta el 50.8% del valor total de la producción estatal. Durante el 2010, el municipio tenía una superficie incorporada para el riego de 25,600 hectáreas, que a nivel estatal representa el 52% siendo el municipio de Santiago el primer lugar de superficies incorporadas; en cuanto a superficie rehabilitada es de 2,736 hectáreas.

La ganadería es una de las actividades económicas importantes dentro del sector primario, en particular el ganado bovino. En el Censo Agrícola, Ganadero y Forestal del 2007, el Municipio de Santiago, contaba con una existencia de ganado por cabeza que representaba el primer lugar a nivel estado en: ovino, caballar y conejos, seguido de ellos se encuentran el ganado bovino y aves de corral, por mencionar los más importantes.

En este sentido, la contribución ganadera a nivel estatal, Santiago participó con el 10.2% de cabezas de ganado bovino; 11.9% de ovino; el 5.8% porcino; el 13.6% de equino (caballar), por mencionar los de mayor participación a nivel estado.

Santiago ocupa el segundo lugar en el estado, en materia de producción de leche de bovino, tercer lugar en producción de huevo para plato; y en producción de miel, queda rezagado.

El desarrollo pesquero y acuícola del municipio está sustentado por sus litorales, los cuales son de los más extensos del estado. Esto, debido a que cuenta con un enorme potencial pesquero. Durante 2005, su volumen de captura alcanzó 13,452 toneladas equivalentes al 20.41% del total estatal. La Boca de Camichín y Palmar de Cuautla son los principales centros productores pesqueros del municipio.

La pesca de escama se explota de manera artesanal en los litorales y esteros y la realizan todo el año; en la mayor parte de los casos se comercializa en su totalidad sin generar valor agregado. Actualmente solo dos especies de las explotadas comercialmente cuentan con veda, que son el camarón y la lisa. Por esta razón es necesario poner prioridad atención a las otras pesquerías y, lograr que sea realidad contar con un ordenamiento pesquero y acuícola que de manera precautoria regule la explotación de las diferentes especies.

La producción de las diferentes especies ha presentado una tendencia decreciente y constante, hasta llegar a los niveles más bajos; estos resultados son producto de problemas tales como pesca ilegal, insuficientes programas de inspección, vigilancia y respeto de las vedas oficiales, tala inmoderada de los manglares, azolve de los esteros. También esta tendencia negativa obedece a la falta de esquemas de comercialización de los productos pesqueros y acuícolas que obtienen baja rentabilidad de la actividad, por lo que es necesario implementar

acciones en busca de mercados alternos que permitan obtener mayores ingresos a los productores.

El turismo es reconocido como un importante sector de desarrollo económico y social en nuestro Estado, ya que en los últimos años esta actividad se ha fortalecido gracias a la zona de la Riviera Nayarit.

En Santiago se identifica la importancia del sector turismo por su contribución al crecimiento económico, al fortalecimiento de la identidad, a la generación de bienestar en las comunidades receptoras y a la revaloración del patrimonio natural y cultural de los diferentes destinos del municipio.

La estructura comercial, de Santiago Ixcuintla, que de paso ocupa el segundo lugar estatal, sólo superior a Tepic, se conforma por pequeños locales comerciales, en donde se comercializan productos locales agrícolas y ganaderos; también existen las tiendas de abarrotes, mueblerías, tiendas de ropa y calzado y, en mínima parte, tiendas departamentales, las cuales representan un gran atractivo comercial. En el municipio se encuentran 4 empresas Tabacaleras que son las siguientes: Tabacos del Pacífico Norte, S.A. de C.V.; DIMON de México, S.A. de C.V.; Cigarrera La Moderna, S.A. de C.V.; Tabacos Desvenados, S.A. de C.V. Asimismo, se encuentran otras como Grupo Bimbo, Sello Rojo del Norte S.A. de C.V., Teléfonos de México, Comisión Federal de Electricidad de Zona.

Asimismo, la actividad típica se lleva a cabo en las ramadas-restaurantes de mariscos que existen en cada playa. Las playas están prácticamente vírgenes, lo cual ofrece posibilidades para las inversiones turísticas y en espera de un concepto turístico novedoso, que preferentemente armonice con el entorno

ecológico. Esto con el objetivo de practicar la pesca, paseo en veleros, campamento, exploración y observación de la flora y la fauna.

El comercio al mayoreo en Tecuala tiene un total de ingresos derivados de la actividad que representa el 23%, de los cuales los alimentos, bebidas y tabaco los más significativos. El 77% restante corresponde a la actividad comercial al menudeo (alimentos, bebidas, tabaco y venta de gasolina). El municipio cuenta con 381 establecimientos de servicios. Las industrias restaurantera y hotelera, son las que mayores ingresos brutos, con 46%, enseguida se encuentran los relacionados con la reparación y mantenimiento con 15% y, finalmente, los servicios relacionados con la agricultura, ganadería, construcción, transportes, financiero y comercio, con 13%. La descripción despecífica se puede observar en la Tabla 3.3.

En el municipio de Tecuala, el área de manufactura se centra en la fabricación de prendas de vestir, productos de cuero, maquinaria y productos metálicos que abarcan tan sólo el 5.4% de las actividades totales del municipio. En cambio, el comercio recibe ingresos de aproximadamente 23 establecimientos dedicados principalmente al comercio al menudeo de alimentos, bebidas, tabaco, artesanías y venta de gasolina. Es de destacar, fente a las actividades de la industria y el comercio, que el municipio posee aproximadamente 380 establecimientos de la industria restaurantera, hotelera y otros diversificados.

Al igual que el resto de la zona, el municipio de tecuala se ha favorecido la actividad turística en los años recientes. Dentro de los atractivos culturales y turísticos con los que cuenta el municipio destacan el templo del Sagrado Corazón

de Jesús, construido a mediados del presente siglo. En el ejido de San Cayetano se encuentra el casco de la hacienda del mismo nombre que data del siglo XVIII.

Por otro lado, en el municipio de San Blas, existe una variedad de establecimientos de primera y segunda necesidad en alimentos, calzado, vestido, papelería y ferretería. Se cuenta con bodegas, almacenes, bancos y servicios en general. Asimismo, en Santiago Ixcuintla se comercializan productos locales agrícolas y ganaderos a través de comerciantes locales, y, a medio mayoreo, los abarrotes, abundan las mueblerías, tiendas de ropa y calzado. Existen tiendas departamentales que representan un gran atractivo comercial. El subsector de mayor peso económico es el de restaurantes y hoteles. Se cuenta con servicios bancarios, centros nocturnos, transporte y agencias de viajes.

Tabla 3.3 Establecimientos de comercio por rama de actividad

Giro		Santiago Ixcuintla		San Blas	
<i>Comercio al menudeo</i>	8,660	100%	3,641	100%	
Venta de autos y autopartes	1,048	12.10%	231	6.35%	
Mueblerías	392	4.53%	104	2.85%	
Tiendas de electrónica	312	3.60%	38	1.06%	
Tiendas de construcción	584	6.74%	161	4.42%	
Alimentos y bebidas	864	9.98%	2,065	56.72%	
Salud y cuidados personales	660	7.62%	NA*	0%	
Gasolineras	1,100	12.70%	50	1.39%	
Ropa y accesorios	1,628	18.80%	356	9.77%	
Entretenimiento, deportes y música	384	4.43%	152	4.17%	

Mercancía en general	348	4.02%	NA	0%
Revendedoras misceláneas	900	10.39%	467	12.83%
Revendedores no establecidos	204	2.36%	NA	0%
Auxiliares	36	0.42%	9	0.26%
Establecimientos no clasificados	200	2.31%	8	0.21%

Anuario Estadístico por Entidad Federativa 2011, Sistema de Información Empresarial Mexicano (<http://www.siem.gob.mx/siem2008/>), INEGI. Anuario Estadístico por Entidad Federativa 2011, SEMSSICYT. Zona de Información Educativa, Sistema Mexicano de Promoción de Parques Industriales (SIMPPI). SPPP 2012.

Las actividades que se realizan en los municipios (Tabla 3.4) son en general micro y pequeños negocios que se delegan de generación en generación. De esta manera se transmiten, las costumbres, sobre todo en los productos artesanales, que muchas veces van modificando su elaboración para cuidar el medio ambiente. Un ejemplo de esto son las barcinas que anteriormente se hacían con mangle pero ahora se hacen con hoja de palma de llano.

Tabla 3.4 Hoteles y Artesanías ZCNN

Turismo	Tecuala	Santiago Ixcuintla	San Blas
Hoteles	Un hotel tres estrellas, un hotel dos estrellas y seis de clase económica	Un hotel tres estrellas, dos hoteles de dos estrellas y siete de clase económica o de estadía temporal	Un hotel de cuatro estrellas, cuatro hoteles de tres estrellas, cinco hoteles de dos estrellas, un hotel de una estrella y ocho de clase económica, que ofertan un total de 308 habitaciones, además de los cuatro trailepark con capacidad para 223 lugares

Artesanías	Se elaboran redes y artes de pesca, morrales, bolsas, trabajos de talabartería y herrería. Es abundante el camarón seco (deshidratado) con el cual realizan las conocidas barcinas, que es un método de conservación de alimentos que permite enfrentar la escases	Artesanías indígenas de las etnias huichol y Cora así como barcinas de camarón seco	Artículos de piel: Huaraches, bolsas, sombreros; se confeccionan vestidos y camisas de manta típicos de la región; así como adornos de conchas y caracoles
------------	--	---	--

Fuente: Elaboración propia a partir de Centro Nacional de Estudios Municipales, Secretaría de Gobernación. Enciclopedia de los municipios de México. Tomo “Los Municipios de Nayarit”.

3.3.3 La actividad restaurantera en la ZCNN

En forma preponderante, Nayarit es conocido por su gastronomía, la cual se encuentra de manera empírica o rústica, establecida con los recursos propios de usos y costumbres a través de la tradición que se lleva a cabo de generación en generación.

La principal actividad económica en la zona es la proveniente de los visitantes de la región, como puede observarse en la Tabla 3.5, que llegan a la costa y que acuden a los diversos restaurantes en busca de degustar alimentos. Para cubrir la demanda de los visitantes, así como la propia de la población local, existen restaurantes entre ellos los más populares conocidos como palapas, botaneros donde se consumen mariscos en su mayoría.

En forma específica, la cultura gastronómica de San Blas es única por su tradición, pero también por su ubicación en ecosistemas naturales o inducidos, los cuales son capaces de generar los productos gastronómicos mediante insumos o ingredientes que son propios de la misma zona. Pero además, esa gastronomía

tradicional es el reflejo del multiculturalismo que por siglos se produjo en San Blas, gracias al puerto, que permitió el arribo de costumbres de otros lugares.

Dentro de los platillos típicos de la zona se encuentra el pescado sarandeado, proviene de la Isla de Mexcaltitán. Se prepara de preferencia con “pargo”, por su menor contenido de grasa en su piel, que hace que no se reseque la carne al ser expuesta al calor. El pescado se ahuma con leña de mangle sobre el tendido de varillas de palma, se prepara previamente con salsa de limón, soya y chile.

Tabla 3.5 Afluencia de visitantes

Año	Santiago Ixcuintla					San Blas					Tecuala				
	Nacionales	%	Internacionales	%	Total	Nacionales	%	Internacionales	%	Total	Nacionales	%	Internacionales	%	Total
2006	NA	0.00	NA	0.00	NA	190,458	96.05	7,841	3.95	198,299	NA	0.00	NA	0.00	NA
2007	NA	0.00	NA	0.00	NA	213,468	96.06	8,752	3.94	222,220	NA	0.00	NA	0.00	NA
2008	NA	0.00	NA	0.00	NA	214,376	96.13	8,628	3.87	223,004	NA	0.00	NA	0.00	NA
2009	103958	99.29	739	0.71	104,697	125,971	99.04	1,224	0.96	127,195	NA	0.00	NA	0.00	NA
2010	107223	99.39	654	0.61	107,877	170,889	97.98	3,532	2.02	174,421	NA	0.00	NA	0.00	NA
2011	106700	99.48	561	0.52	107,261	123,861	96.54	4,434	3.46	128,295	NA	0.00	NA	0.00	NA
2012	107249	99.27	784	0.73	108,033	108,764	96.57	3,863	3.43	112,627	65,880	100.00	NA	0.00	65,880
2013	106841	99.21	856	0.79	107,697	120,842	95.98	5,056	4.02	125,898	67,943	100.00	NA	0.00	67,943
2014	108987	99.26	811	0.74	109,798	134,843	95.48	6,380	4.52	141,223	85,672	100.00	NA	0.00	85,672
2015	123844	99.28	897	0.72	124,741	145897	96.2476	5688	3.75	151,585	85,634	100.00	NA	0.00	85,634
2016	125674	99.27	923	0.73	126,597	148654	94.9659	7880	5.03	156534	90,234	100.00	NA	0.00	90,234
2017	125889	99.29	894	0.71	126,783	150630	93.9769	9654	6.02	160284	91,243	100.00	NA	0.00	91,243

Fuente: Elaboración propia con base datos estadísticos de las direcciones municipales

De igual manera, el ceviche de pescado y camarón que se ponen en un platón al que se agrega limón para cocinar la carne en los ácidos de este fruto. Se le adhire, según el gusto, zanahoria, cebolla y otros condimentos. Otro platillo náhuatl regional es el Tlaxtihuilli, de origen prehispánico, que consiste en atole de maíz, polvo de camarón y chile. Otro platillo tradicional son las “cucarachas de camarón”, consistentes en camarones con cáscara colocados al fuego en un

sartén con mantequilla o aceite y, bañados en una salsa típica al gusto. La descripción gastronómica se puede observar en la Tabla 3.6.

Tabla 3.6 Gastronomía y lugares turísticos ZCNN

Turismo	Tecuala	Santiago Ixcuintla	San Blas
Gastronomía	Platillos de camarón, pescado y carne de res, las bebidas tradicionales son aguas frescas de cebada, horchata, tamarindo, manché y Jamaica. Tradicional los centros butaneros, ya que con el consumo de bebidas se ofrecen botanas elaboradas con camarón, pescado y otros antojitos. También son demandados los tamales de camarón y las diversas presentaciones de cocadas.	Producción camaronera favorece la preparación de platillos como el tlaxtihuilli hecho a base de camarón y atole de maíz con chile, los tamales, albóndigas y pozole de camarón, las lisas tatemadas al aire libre y las variedades de pescado de la región como pargo, robalo, palometa, corvina. Además se cultiva el ostión de placer, el cual se consume al natural ó zarandeado; y, se prepara la birria y el pozole.	Platillos típicos basados en mariscos y pescado. Bebidas tradicionales como el tejuino y las aguas frescas de frutas naturales.
Lugares turísticos	La playa Novillero popular y muy visitada, figura en los registros del libro Guinness por sus 82 kilómetros de extensión y 50 metros de ancho, en ella es posible la práctica de deportes acuáticos, el río Acaponeta desemboca en este punto y cerca se encuentra la laguna de agua brava, zona de gran producción pesquera y camaronera.	Existen en el municipio un gran número de playas, a saber, el Sesteo, Los Corchos, las coloradas y palmar de Cuautla, las pendientes de estas son suaves y las aguas tranquilas y cristalinas.	Lugares recreativos y turísticos entre los que destacan: Playa de Santa Cruz, Playa Mita, Playa, Boca de Jolotemba, Pitanitos, Miramar, Los Cocos, Aticama, Las Islitas, Matanchen, El Borrego, Playa de Rey, Manantiales, La Aguada, La Tobará y los balnearios El Mamey y El Tepetate.

Fuente: Elaboración propia a partir de Centro Nacional de Estudios Municipales, Secretaría de Gobernación.

3.3.4 Infraestructura

Una de las condiciones físicas que no le ha permitido un pleno desarrollo económico y social a los municipios de la ZCNN, de manera específica en el ramo turístico, es el detrimento de infraestructura y servicios públicos municipales, denominadas las externalidades positivas. El inventario de infraestructura en los tres municipios se muestra en la Tabla 3.7.

Tabla 3.7 Inventario de infraestructura económica ZCNN

Región	Municipios	Recursos humanos calificados	Infraestructura básica	Infraestructura comunicacional	Adecuado sistema urbano	Presencia de PYMES	Servicios a la producción	Escuelas de Educación Superior
Costa Norte	Santiago Ixcuintla	Escolaridad promedio 7.4 Analfabetismo 7.7%	Agua potable 83.2%	Televisión 95%	Ciudades por arriba de los 10000 habitantes: Santiago Ixcuintla, San Blas y Tecuala	Mediana 2	Número de cuartos de hotel 1262	Escuelas de Educación Superior 2
	San Blas		Drenaje 94.9%	Conectividad de internet 7%		Pequeña 12	No parques industriales	
	Tecuala		Electrificación 98.6%	Cobertura telefónica 35%		Micros 1464	No centros de acopio	

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010.

Un aspecto sobresaliente de conectividad terrestre se encuentra en la autopista Tepic-San Blas, con una longitud de 32.0 kilómetros nuevos, con pavimento asfáltico. Carretera tipo “A2” con 12 metros de ancho de corona, con un tiempo estimado de 20 minutos a una velocidad de 90 a 110 k/hr.

Históricamente San Blas ha sido el eje de la accesibilidad, por mucho tiempo ha representado el mercado más importante de los tres municipios para el abastecimiento turístico de ciudades como Tepic, la capital del estado. La ubicación que tiene San Blas le permite estar unido a las principales ciudades del estado y es privilegiado por estar en los límites de la Riviera Nayarit.

Asimismo, uno de los recursos fundamentales para el desarrollo social y económico de toda ciudad es el agua. Para la actividad turística lo es de igual importancia. En este sentido, los municipios de la ZCNN se encuentran rezagados en comparación con otros municipios, donde el manejo y distribución de agua potable es imprescindible. En esta región, el agua de pozo todavía es un sustento de la población.

En la Tabla 3.8 se puede observar una lista de cotejo sobre la existencia de elementos de infraestructura en los municipios de la ZCNN

Tabla 3.8 Infraestructura en la ZCNN

Concepto	Santiago Ixcuintla	San Blas	Tecuala
Sanitarios y servicios básicos	si	si	si
Limpieza e higiene		de acuerdo a las normas	
Seguridad	si	si	si
Comunicación	ocasional	si	ocasional
Señalización	no	si	no
Promoción	no	si	no
Accesibilidad	si	si	si
Accesibilidad para personas con capacidades diferentes	no	ocasional	no

Fuente: Elaboración propia con base datos estadísticos de las direcciones municipales

3.4 Estrategias de desarrollo en la ZCNN

Las políticas públicas de Nayarit establecen ciertas estrategias de crecimiento económico en la ZCNN, determinando acciones a seguir de acuerdo a los recursos naturales, patrimoniales con lo que cuenta cada uno de los municipios. En particular la modalidad rural se ha impulsado como una alternativa para el desarrollo local ante las necesidades de recuperación económica, generación de empleos, aunque los intentos han sido fallidos. Los Planes de Desarrollo expresan principios orientados, objetivos estratégicos y estrategias definidas, que están sustentadas en proyectos que implican la participación de las fuerzas activas de cada región.

3.4.1 Estrategias turísticas en Santiago Ixcuintla

Santiago Ixcuintla se localiza en la Zona Norte del Estado de Nayarit dentro de las coordenadas extremas del paralelo $21^{\circ} 37'$ al $22^{\circ} 16'$ de latitud norte y en el meridiano $104^{\circ} 53'$ al $105^{\circ} 39'$ de longitud oeste (véase la Figura 3.2). Colinda al norte con los municipios de Tecuala, Rosamorada, Ruiz y Tuxpan; al sur con San Blas; al oriente con los municipios de Tepic y El Nayar; y, al poniente, con el Océano Pacífico.

Figura 3.2 Mapa del municipio de Santiago Ixcuintla



Fuente: Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. Estado de Nayarit.

Estrategias estatales en Santiago Ixcuintla

Algunas de las estrategias en el sector turístico que marca el Gobierno estatal para el periodo 2011-2017:

- Impulsar un desarrollo turístico más equilibrado, fomentar las actividades del municipio por medio de una buena organización de su feria “La Primavera” y de “El Señor de la Ascensión”, así como de eventos culturales y deportivos.

- Promover paquetes turísticos locales, desarrollando proyectos incluyentes con la participación de la sociedad valorando sus costumbres y tradiciones.
- Difundir los destinos turísticos del municipio, a través de convenios con prestadores de servicios y medio de comunicación.
- Retomar las acciones para convertir a la Isla de Mexcaltitán como “Pueblo Mágico”.
- Promover ante las instancias correspondientes, el rescate de las ruinas arqueológicas de Amapa y Sentispac.
- Impulsar la participación del sector privado en proyectos orientados a crear polos de desarrollo, invertir en infraestructura que eleve la calidad y cantidad de la oferta turística y desarrollar una oferta de servicios turísticos integrales, para mejorar la economía de los Santiaguenses.
- Promover una nueva imagen urbana de calidad internacional, con gran potencial para consolidar inversiones, fomentar el crecimiento económico y atraer el Turismo.
- Elaborar una guía y ruta turística del Municipio, incluyendo La Papalota, Los Corchos, el Sesteo, Boca de Camichín, La Palicenta, Isla Jaguar, Islas Isabeles, Isla de Mexcaltitán, Playa el Colorado y Playa Puerta de Palapares.

Estrategias municipales en Santiago Ixcuintla

El plan de desarrollo municipal de Santiago Ixcuintla, en el eje impulso al desarrollo económico busca fortalecer y ampliar la infraestructura productiva. También busca mejorar los niveles de productividad del campo; promover el turismo alternativo; modernizar, ampliar y rehabilitar la infraestructura carretera y de comunicaciones; e impulsar la creación de nuevos empleos, entre otros. Los objetivos del Plan de desarrollo municipal 2014-2017 son los siguientes:

- Modernizar los servicios, la infraestructura y la estrategia comercial para incrementar la captación, estancia y flujos de visitantes regionales, nacionales y extranjeros, haciendo de la actividad turística una fuente creciente de empleos.
- Consolidar las bases para que la actividad turística se desarrolle en el municipio.
- Fortalecer la vocación turística del municipio y preservar la identidad regional, los valores históricos y culturales de la comunidad así como sus fiestas y tradiciones.
- Impulsar las actividades y los proyectos turísticos de Santiago en coordinación con los niveles de gobierno estatal y federal correspondientes.
- Intensificar la coordinación interinstitucional con los sectores público, privado y social para promover el financiamiento de la actividad y lograr la generación de productos turísticos.

- Impulsar el incremento y rehabilitación de la infraestructura para el turismo y estimular iniciativas socialmente responsables que aprovechen las bellezas naturales para convertirlas en productos turísticos de calidad.
- Dar impulso particular a las actividades tradicionales que realiza el municipio en épocas específicas como las fiestas religiosas, patrias y la celebración de Semana Santa, con la intención de incrementar el turismo ocasional y dinamizar el comercio local.

3.4.2 Estrategias turísticas en San Blas

San Blas está ubicado en la costa central de Nayarit, como se observa en la Figura 3.3, es decir, en un punto estratégico en el que precisamente se articulan el Occidente con el Noroeste de México. Por tierra, esta articulación se realiza mediante el ferrocarril del Pacífico y la carretera federal 15, y por mar a través del Océano Pacífico, en donde existe la potencialidad, siempre latente, de retomar el transporte marítimo de cabotaje, a través del Puerto de San Blas, que por varias décadas y hasta siglos le representó conocimiento internacional este lugar.

Estrategias estatales en San Blas

Sus estrategias turísticas son la producción diversa de alimentos productivos estratégicos como los mariscos, cárnicos, lácteos, frutas tropicales, etc. articulándolos de tal manera que refuercen la economía local. Así también impulsar un nuevo modelo estatal de desarrollo turístico, que vaya más allá del turismo de sol y playa, aprovechando la gran potencialidad del patrimonio natural y

cultural con que se cuenta. Expresándose en tradiciones y artesanías altamente susceptibles de ser utilizados para generar nuevos productos turísticos generados de forma sistemática y rentable.

Figura 3.3 Mapa del municipio de San Blas.



Fuente: Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. Estado de Nayarit

Estrategias municipales en San Blas

- Estudio Integral para el Rescate de Áreas de Playa en las Islitas con la finalidad de dar certidumbre sobre los terrenos ganados al mar.
- Realizar la demarcación de la zona federal.
- Detectar situaciones de riesgo.

3.4.3 Estrategias turísticas en Tecuala

El municipio de Tecuala tiene una superficie de 1,011.06 km². Limita al norte con el municipio de Acaponeta, al noroeste con el estado de Sinaloa, al sur con

Rosamorada y al suroeste con Santiago Ixcuintla, como puede observarse en la Figura 3.4.

Figura 3.4 Mapa del municipio de Tecuala.



Fuente: Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. Estado de Nayarit.

Estrategias estatales en Tecuala

Dentro de la política económica de Tecuala tiende a ubicarse en una perspectiva regional de desarrollo metropolitano. Se considera que la solución más efectiva al problema del empleo y el bienestar social se encuentran fundamentalmente en el impulso al Turismo Rural apoyando la creación y crecimiento de las MyPEs, ofreciendo opciones de productividad a las mujeres, jóvenes emprendedores, personas con discapacidad, adultos mayores y demás ciudadanía activa. De esta manera se puede fomentar el Turismo Rural, el ecoturismo, el de investigación, además del histórico y arqueológico; así como exponer convenientemente la tradición, folklore y artesanías.

Las estrategias que de acuerdo a los recursos naturales y la potencialidad de explotación de las mismas, se proponen:

- Realizar acciones de promoción en foros turísticos nacionales y extranjeros.
- Promover la realización y aprobación del Plan de desarrollo urbano para el para con ello dar certidumbre a los inversionistas.
- Consolidar las instituciones y dependencias municipales para fortalecer los marcos legales que faciliten el desarrollo y la inversión regional.
- Promover el financiamiento de la actividad y lograr la generación de nuevos productos turísticos.
- Diseñar y promover los proyectos turísticos de La Cuna de la Mexicanidad, Ruta de las Marismas Nacionales, Ruta del Jaguar, Ruta Ecoturística, La Puntilla, Novillero 4x4 y los que resulten de manera natural por el desarrollo turístico del municipio.
- Fortalecer la operación de los servicios y productos turísticos municipales existentes, como módulos de información y atención al turista, guías turísticos, entre otros. Así se pueden brindar, para tales efectos toda la capacitación necesaria en coordinación con los demás entes de gobierno y con instituciones educativas del sector público y privado, en su caso.
- Impulsar el incremento y rehabilitación de la infraestructura para el turismo y estimular iniciativas socialmente responsables que aprovechen

las bellezas naturales para convertirlas en productos turísticos de calidad.

- Vincular a Tecuala con los corredores turísticos de Nayarit y promover su identificación como destino de playa perteneciente a la Riviera Nayarit.
- Fortalecer los productos turísticos de la ciudad y promover los proyectos orientados a la edificación de una imagen turística vinculada a sus antecedentes históricos.

Estrategias municipales en Tecuala

- Coordinar la elaboración y ejecución de un calendario anual de eventos deportivos, exposiciones y ferias del municipio que impulsen el turismo ecológico, de aventura, histórico-arqueológico, étnico, religioso y de negocios.
- Fomentar una cultura empresarial entre los prestadores de servicio locales a fin de coordinar acciones que ofrezcan paquetes integrales.
- Promover el ecoturismo, el agroturismo y el turismo social en el municipio.
- Apoyar el reordenamiento del transporte público del centro de la ciudad y del comercio ambulante para su conversión en un producto turístico.

Capítulo IV

Método de investigación

4.1 Tipo de estudio

La elección de un método concreto conlleva la aplicación de la metodología como ciencia que, en sentido estricto, es el estudio sistemático de los métodos utilizados por una disciplina para su investigación, estructuración, análisis y proyección ordenada de la verdad (Creswell, 2014).

La propuesta de investigación constó de un estudio mixto, cuantitativo, exploratorio y descriptivo. Como señala Lafuente y Egoscozabal (2008), en ocasiones, al iniciar una investigación en contextos nuevos se ve en la necesidad de realizar una investigación exploratoria, esto es un primer conocimiento de los problemas o condiciones del fenómeno objeto de estudio. Se trata, por tanto, de una investigación de carácter previo a la investigación definitiva. Por otra parte, la investigación descriptiva se lleva a cabo para mostrar las características de un grupo, de un fenómeno o de un sector, a través de la observación y medición de sus elementos. Sirve como punto de partida para el desarrollo de una investigación más específica.

4.2 Diseño mixto

El estudio tiene un carácter de tipo cuantitativo. Esto es, que por un lado se trata de ponderar las condiciones de la actividad turística rural y por otra parte, el estudio cualitativo, permitió la explicación de la actividad turística en la ZCNN, la

situación de las MIPE's y otros actores involucrados, así como determinar la reticularidad de la colaboración entre dichos actores.

De esta forma, el uso de los dos enfoques de investigación, cuantitativo y cualitativo, permite el complemento de la descripción del fenómeno, así como la triangulación de los datos, realizando un proceso de investigación más integral y holístico del fenómeno de estudio.

Para Ruíz, Borboa y Rodríguez (2013), el uso del enfoque mixto, reconoce la posibilidad de encontrar diferentes caminos para conducirlo a una comprensión e interpretación lo más amplia del fenómeno. Con este enfoque, se recolectó, analizó y vincularon los datos cuantitativos y cualitativos en el mismo trabajo para responder el planteamiento de investigación propuesto.

4.3 El método

El presente estudio parte del análisis conceptual del Turismo Rural y el Desarrollo local, utilizando fuentes de autores que abordan lo referente al desarrollo del turismo de manera regional y local.

La metodología epistémica del trabajo se apoya en un tipo de investigación de campo que combina los tipos de estudios exploratorio basándose en técnicas cuantitativas, eligiendo las encuestas para la creación de una base de datos y descriptivo usando las técnicas cualitativas, como la observación, mesas de discusión y las entrevistas semiestructuradas.

La razón principal por la que se tomaron estas técnicas se debe a que la intención básica de la investigación se fundamenta en el análisis de las

actividades turísticas que se desarrollan en la ZCNN. De esta forma, mediante el uso de éstas es posible analizar la dinámica de las comunidades de estudio donde cada uno de sus componentes es identificable tanto de manera total como particular.

En una primera fase del estudio, se desarrolló un trabajo de gabinete explorando la literatura de la actividad turística, así como trabajo de campo con observaciones directas, no participativas y no estructuradas en el área de estudio a fin de comprender la dinámica de la zona de estudio.

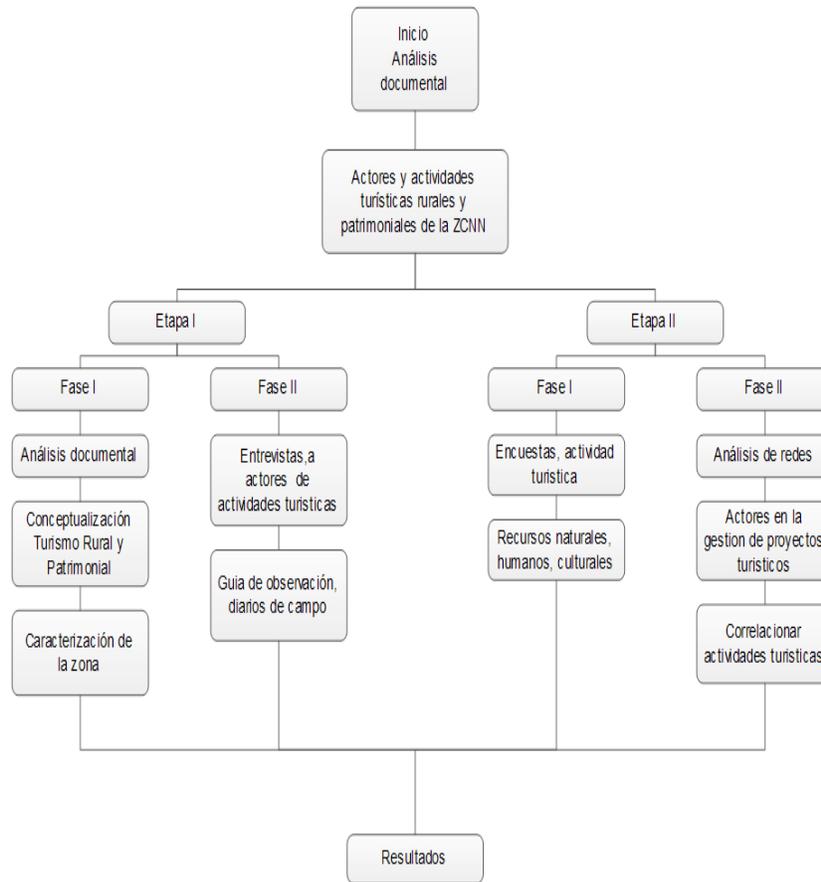
En una segunda fase, para la evaluación de las condiciones de actividad turística rural se realizó una primera aproximación cuantitativa, la cual, según Castillo (2004:28) se aplica: “con el objeto de recoger información objetivamente mensurable a través de una muestra representativa de la población objeto de estudio por lo que los resultados derivados de este tipo de investigación podrán extrapolarse a nivel estadístico”. En esta sección se aplicaron cuestionarios a propietarios de las micro y pequeñas empresas de la ZCNN, conformadas por los municipios de San Blas, Tecuala y Santiago Ixcuintla. Los datos recabados se analizaron mediante la estadística descriptiva apoyados con el programa *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) para la obtención de índices y gráficas sobre el objeto investigado.

En una segunda fase, de aproximación cualitativa, se continuó con la realización de grupos focales donde participaron propietarios del sector productivo, integrantes de instancias de gobierno, así como académicos del área turística, con el interés de fortalecer la información cuantitativa, puesto que “Los estudios mixtos

combinan la perspectiva cuantitativa y cualitativa en un mismo estudio, con el objetivo de darle profundidad al análisis cuando las preguntas de investigación son complejas” (Hamui-Sutton, 2015:215). Lo anterior, permitió enriquecer la evaluación de las condiciones de la actividad turística rural y de las ventajas de las MYPE’s para detonar el desarrollo de la zona en beneficio de las comunidades de estudio. Las aportaciones fueron videograbadas y transcritas para posteriormente ser analizadas con base en el programa de análisis cualitativo Atlas.ti y obtener mapas semánticos del sistema turístico de la ZCNN.

Posteriormente, se condujeron entrevistas a profundidad con actores e interesados de los municipios de ZCNN, información analizada a través del Análisis de Redes Sociales (ARS) que permitió una exploración de las estructuras existentes y la participación de los actores e interesados en el turismo rural. En la medida que se observó su reticularidad mayor es el grado de colaboración para el desarrollo de las comunidades. La información se analizó con apoyo del software de análisis de redes PAJEK. La estructura general del proceso metodológico puede observarse en la Figura 4.1, que divide el trabajo de investigación en dos etapas generales y cuatro fases de trabajo, cuya conclusión permitirá corroborar las hipótesis planteadas.

Figura 4.1 Procedimiento general metodológico



Fuente: Elaboración propia.

4.4 Fase aproximación cuantitativa

El estudio del fenómeno se realiza, en una primera fase de aproximación cuantitativa, la cual, según Castillo (2004:28) se aplica “con el objeto de recoger información objetivamente mensurable a través de una muestra representativa de la población objeto de estudio. De esta forma, el manejo de los datos estadísticos se apega a la estadística descriptiva, puesto que describe la frecuencia y distribución de las características o variables del objeto de estudio, en comparación con la estadística inferencial que se ocupa de obtener conclusiones a partir de la muestra, con respecto a la población en general.

El procedimiento del trabajo cuantitativo se resume en las siguientes etapas:

1. Diseño de cuestionario en base a escala de likert.
2. Validación de cuestionario a través de prueba piloto.
3. Identificación del universo en cada uno de los municipios de San Blas, Tecuala y Santiago Ixcuintla, Nayarit, México.
4. Cálculo de muestra representativa en base a poblaciones finitas.
5. Aplicación de muestreo aleatorio simple estratificado.
6. Aplicación del cuestionario.
7. Alimentación del software estadístico SPSS con la información generada.
8. Obtención de tablas y gráficas de frecuencia.
9. Cálculo de la correlación de Pearson.
10. La información generada se interpreta en base a la hipótesis planteada.
11. Se obtienen conclusiones.

4.4.1 Operalización de variable cuantitativa

En función de una primera aproximación al fenómeno, este estudio considera una hipótesis univariada. Es decir, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), en las hipótesis descriptivas no se relacionan variables, sino que replantea cómo se va a manifestar una variable en una "constante". En este estudio se identificó la

variable de Condiciones de la actividad turística rural en sus componentes de patrimonio histórico y cultural, gastronomía y emprendedurismo.

4.4.2 Población y muestra

La investigación, en su conjunto, se llevó a cabo en los municipios de la Costa Norte de Nayarit (ZCNN) comprendidos por Santiago Ixcuintla, Tecuala y San Blas, municipios con un estancamiento económico y dedicado primordialmente a la actividad primaria; pero que, por la diversidad de condiciones físicas, tales como playas, patrimonio cultural, gastronomía, entre otros atractivos, resulta importante la investigación en estos contextos territoriales.

En consideración a lo anterior y haciendo uso del muestreo no probabilístico discrecional, se seleccionaron a personas dedicadas a la actividad del sector turismo rural de manera directa sobre todo en el área de gastronomía, hotelería, paseos en lancha, entre otros, así como los que se relacionan de manera indirecta. En vista de lo cual se identificó a una población total en los tres municipios de 181,517 habitantes, de acuerdo a INEGI (2010).

Ahora bien, para determinar una muestra representativa de esta población se utilizó la fórmula de muestras finitas, considerando un 95% de nivel de confianza, 5% de error estadístico y 50% para probabilidad a favor e igual en contra y así obtener el número de encuestas a aplicar en los municipios de San Blas, Santiago y Tecuala con una población total de 181,517, dando como resultado un total de encuestados de 384, de los cuales sólo se obtuvieron respuestas válidas de 360 cuestionarios y nulificando 24 de ellos por no estar

correctamente llenados o no correspondían a las características solicitadas de los actores. La descripción de la fórmula se describe en la Figura 4.2.

Figura 4.2 Fórmula para el cálculo de la muestra en poblaciones finitas

$n = \frac{NZ_{\alpha}^2 pq}{d^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 pq}$	<p>n = Tamaño de muestra</p> <p>N = Total de la población a investigar</p> <p>$Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$ (Confiability de 95%)</p> <p>p = proporción esperada de respuesta (50% = 0.5)</p> <p>q = (1- p) proporción no esperada (1-0.5 = 0.5)</p> <p>d = Error estadístico (5% = 0.05)</p>
---	--

Fuente: Murray y Larry (2009)

De acuerdo a los datos anteriormente citados, la fórmula se despeja como sigue:

$$n = \frac{(181,517)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(181,517 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 384$$

Para establecer el número de cuestionarios por municipio de tomó en consideración un modelo proporcional, obteniendo un factor común al dividir los 384 cuestionarios muestrales entre el total de la población (181,517), dando como resultado un factor de 0.0021155. Con este índice se multiplicó por la población de cada municipio, permitiendo obtener la muestra proporcional. En vista de esto, la distribución se indica en la Tabla 4.1, indicando los cuestionarios perdidos y la cantidad de cuestionarios aplicados.

Tabla 4.1 Distribución de la muestra

Municipio	Población (INEGI, 2010)	Factor de proporción	Muestra proporcional	Cuestionarios perdidos	Cuestionarios aplicados
Santiago	97,820	0.001155	207	14	193
San Blas	43,979		93	6	87
Tecuala	39,718		84	4	80
Totales	181,517		384	24	360

Fuente: Elaboración propia con base a trabajo de campo.

4.4.3 Técnicas de recolección de datos

En el estudio cuantitativo la herramienta utilizada para reunir la información fue un cuestionario estructurado, aplicado de manera individual. El cuestionario fue aplicado a los dueños y encargados de las empresas o negocios como hoteles, restaurantes, actividades recreativas, entre otros de los municipios de San Blas, Tecuala y Santiago Ixcuintla. Participaron en la recopilación de información alumnos de los programas educativos de Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia y de Ingeniería en Desarrollo e Innovación empresarial de la Universidad Tecnológica de la Costa quienes fungieron como encuestadores.

De esta manera se trabajó la variable de Condiciones de la actividad turística rural en sus componentes de patrimonio histórico y cultural, gastronomía y emprendedurismo, distribuidos en 30 ítems de preguntas cerradas, manejadas en una escala de Likert (véase Anexo 1). Por otro lado, con la intención de validar el

instrumento se aplicó una prueba piloto de 10 cuestionarios para identificar la coherencia, fluidez y entendimiento de las preguntas planteadas.

4.4.4 Técnicas de análisis de datos

Para el manejo de los resultados obtenidos de la aplicación de los 360 cuestionarios se utilizó el software de análisis estadístico SPSS. De esta manera, los resultados fueron capturados, para procesar la información y obtener gráficas y tablas de resultados. A la información se le dio un tratamiento estadístico, obteniendo frecuencias absolutas, relativas y otros datos de la estadística descriptiva como el cálculo de la media para la obtención del promedio, con el que se le pudo dar mayor confiabilidad a la información. Posteriormente, la información fue graficada e interpretada descriptivamente.

4.5 Fase de aproximación cualitativa

La aproximación cualitativa se identifica con dos metodologías relevantes: el análisis de codificación de la información y el método de Análisis de Redes Sociales (ARS).

4.5.1 Diseño específico

Modelo de codificación de factores

La aplicación de la técnica cualitativa de codificación de factores se utilizó en el análisis de la información generada en Foro de Consulta y Mesas de Discusión (véase Anexo 2), identificando la estructura del sistema de la actividad turística rural en la ZCNN, dando soporte a los resultados cuantitativos de la encuesta. El proceso de aplicación se resume en el procedimiento siguiente:

1. Identificación de los actores más representativos de la actividad, pertenecientes al sector privado (MyPEs), del sector gubernamental y la academia (véase Anexo 5).
2. Se giraron las invitaciones correspondientes a participar en el Foro de Consulta y Mesas de discusión.
3. Las participaciones fueron videograbadas.
4. La información grabada fue transcrita.
5. Las transcripciones se analizan mediante método de codificación en software *Atlas.ti*.
6. La información permite generar mapas semánticos a partir de la identificación de códigos.
7. El mapa semántico se interpreta en base a las hipótesis planteadas.
8. Se generan conclusiones.

Modelo de Análisis de Redes Sociales

El método de ARS es un modelo mixto, es decir, considera tanto un manejo de datos cualitativos, como la generación de datos cuantitativos, el cual es un estudio teórico-metodológico basado en la matemática de grafos que proporciona información, ideas, y métodos para la cuantificación y calificación de las propiedades de la estructura social, los vínculos entre los actores y lo que surge de sus interacciones. Este método fue utilizado para el análisis reticular de los actores involucrados en la actividad turística rural de la ZCNN, información

obtenida en entrevistas semiestructuradas. El proceso específico se desarrolló de la forma siguiente:

1. Identificación de los actores principales para dar inicio a un muestreo “por bola de nieve”.
2. Se aplican las entrevistas (véase Anexo 3) hasta que son nombrados la mayoría del grupo.
3. Con la información obtenida de las entrevistas se elabora una matriz de relaciones.
4. Se crea un archivo de entrada para alimentar el software de apoyo de ARS denominado PAJEK.
5. Obtención de la red de relaciones.
6. Creación de redes de actores, mediante la técnica analítica del mapping.
7. Cálculo de la densidad de la red de relaciones
8. Cálculo de medidas de centralidad para identificar a los actores que pueden ser líderes en los proyectos de actividad turística rural en la ZCNN.
9. Las redes y la cuantificación de densidad y centralidad se interpretan bajo las hipótesis planteadas.
10. Se generan conclusiones.

4.5.2 Muestra cualitativa

En la fase de aplicación de Foros de Consulta y Mesas de Discusión, denominado “1er. Foro de análisis de la actividad turística rural y patrimonio cultural y la implicación de la empresa en la Costa Norte del Estado de Nayarit”, el cual se llevó al cabo en dos días de trabajo y cuyos actores invitados se distribuyeron en tres mesas de discusión: 1) siete actores de las MyPEs; 2) seis actores del sector gubernamental para hablar de las políticas públicas de apoyo a la actividad turística rural; y 3) ocho investigadores y catedráticos representando el punto de vista académico sobre la actividad del turismo.

En cuanto a la investigación para la determinación de la reticularidad de los actores de la actividad turística rural se aplicaron 76 entrevistas semiestructuradas obtenidas mediante la técnica de bola de nieve con la intención de estructurar la red de relaciones entre los actores interesados, medirla y analizarla en sus componentes principales.

4.5.3 Técnicas de recolección de datos

En la recolección de los datos cualitativos se utilizó una guía de preguntas a manejarse en el Foro de Consulta y Mesas de Discusión (véase anexo 2), cuyos temas versaron sobre la opinión de las condiciones físicas y de organización de la actividad turística rural, la importancia del desarrollo de productos turísticos, la promoción de la ZCNN, el papel de las políticas públicas en los proyectos de turismo, la función de la academia en estos proyectos, la colaboración de los actores interesados y la sensibilización de la comunidad como actor de gestión y beneficiario de los aportes de desarrollo económico y social.

Por otro lado, se aplicaron dos tipos de entrevistas semiestructuradas. Una a organismos privados (MyPEs y otros actores), cuya estructura puede observarse en el Anexo 3. En una primera sección permitió identificar el punto de vista de los actores sobre las condiciones individuales de desarrollo de los organismos privados (MyPEs) y otros actores involucrados con el fin de identificar la ventaja competitiva de este sector en la actividad turística rural. En una segunda sección, se realizaron preguntas para identificar la reticularidad de los actores y analizarla posteriormente.

El segundo tipo de entrevista semiestructurada se aplicó a organismos públicos (véase Anexo 4). En la primera sección de la entrevista se solicita información sobre las políticas públicas pertinentes para el desarrollo de la actividad turística rural y una segunda sección, permite identificar la reticularidad de los actores involucrados.

4.5.4 Técnicas de análisis de datos

Para el análisis de la información del Foro de Consulta y Mesas de Discusión se videograbaron, se transcribieron y alimentó el software de análisis cualitativo Atlas.ti. Por otro lado, las entrevistas semiestructuradas para el análisis de la reticularidad de actores de la actividad turística rural se analizaron semánticamente y elaboraron matrices de relaciones que alimentaron el software de redes PAJEK.

Capítulo V

Resultados

En el presente apartado se incluyen los resultados obtenidos del estudio exploratorio y descriptivo de naturaleza mixta, en el que lo cualitativo se orienta a la percepción que tiene la comunidad hacia la alternativa del turismo rural y el análisis cualitativo de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2012) explica mediante una muestra compuesta por comerciantes del sector gastronómico y turístico. Sus principales intereses en considerar el turismo como alternativa de desarrollo, así como el planteamiento de la aplicación de la teoría de Redes para conocer la participación de los principales actores de la actividad Turística de la zona.

5.1 Resultados cuantitativos

5.1.1 Evaluación de las condiciones de la actividad turística rural en la ZCNN

Los resultados de la apreciación cuantitativa se dividieron en dos secciones: los datos generales, condiciones de la actividad turística y apreciación del turismo, con la finalidad de dar una primera aproximación desde el orden de la estadística descriptiva.

El cálculo de la muestra fue tomada de manera no probabilística discrecional que mediante la fórmula para datos finitos, consideró un universo total 181,517; con un 95% de nivel de confianza, 5% de error y 50% para probabilidad a favor e igual en contra, para obtener el número de encuestas a aplicar en los

municipios de San Blas, Santiago y Tecuala; resultando una muestra de 384, de los cuales sólo fueron procesados 360, por las condiciones de llenado y manejo de resultados.

Datos generales

El análisis se realizó en las cabeceras municipales de la Costa Norte de Nayarit donde 49% fueron del género masculino y el 51% del femenino. El mayor porcentaje son jóvenes entre 15-24 años con un 55%, siguiendo un 38% para personas de 25-44 años, siendo los menos de 65 o más años con 1% y los de 45-64 con un 7%.

En cuanto al estado civil: soltero 62%, unión libre 26%, casados representaron el 11% y divorciados sólo con 1%. Asimismo, el nivel de estudio sobresale con un 74% para nivel medio superior, secundaria con un 22%, y sólo con primaria representaron el 2% e igualmente con licenciatura. Por otra parte, el 47% son estudiantes, seguido de los empleados con el 39%, los trabajadores representan el 13% y sólo un 1% en labores del hogar.

Condiciones de la actividad turística rural

La encuesta de diseñó con preguntas cerradas, mediante respuesta en la escala de *Likert*, con la finalidad del establecimiento de las condiciones del turismo como actividad de manera que las preguntas fueron: ¿Considera que el Turismo Rural sería una alternativa para el desarrollo local y regional?; ¿El Estado de Nayarit tiene recursos naturales, culturales e históricos que pueden desarrollarse en el área de Turismo Rural?; ¿Es la gastronomía de Nayarit ampliamente reconocida nacional e internacionalmente?; ¿Las comunidades rurales en la costa norte de

este atractivo. De la misma forma, el 73.1% no está de acuerdo que exista emprendedurismo en las MyPEs de la ZCNN.

En cuanto a los propietarios en las MyPEs de género femenino representan el 71%, y los hombres representan el 29%, de manera que existe una marcada diferencia y características de tendencia al género femenino.

El porcentaje de propietarios que cuentan con servicios sanitarios es de sólo 20%, aspecto importante para el manejo de higiene en el sector y como elemento clave para que los usuarios acudan a sus negocios.

Por otra parte, el porcentaje de propietarios que cuentan con servicios de agua potable con un 65% para uso de limpieza, sanitarios entre otras cosas, de manera que los que cuentan con agua de pozo aun representan el 35%.

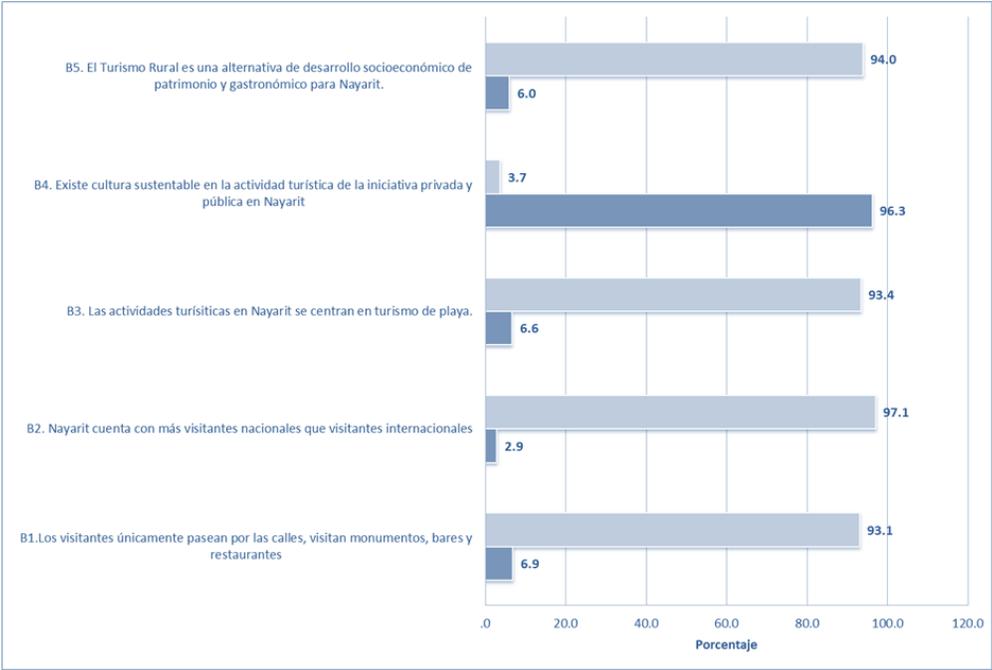
Apreciación del Turismo

En la tercera sección se contempla la apreciación de los encuestados sobre como se aprecia la actividad turística en Nayarit (Figura 5.2). Para lo anterior, se estableció una batería de preguntas de forma dicotómica seleccionando la oración en función de “Falso o Verdadero” a partir de cinco enunciados: (1) Los visitantes únicamente pasean por las calles, visitan monumentos, bares y restaurantes; (2) Nayarit cuenta con más visitantes nacionales que visitantes internacionales; (3) Las actividades turísticas en Nayarit sólo se centran en turismo de playa; (4) Existe cultura sustentable en las actividad turística de la iniciativa privada y pública en Nayarit; (5) El Turismo Rural es una alternativa de desarrollo socioeconómico, de patrimonio y gastronómico para Nayarit.

Los entrevistados, que oscilaban entre los 18 y 64 años de edad, manifestaron en las entrevistas que consideran que el Turismo Rural (TR) pudiera ser una alternativa de desarrollo económico. Sin embargo, a más rango de edad se detectó que es menos su apreciación por tal aseveración dado que todavía le apuestan a la agricultura, a pesar de que, como ellos mismos lo manifestaron, no existe precio justo para sus cultivos.

También se encontró que las mujeres se encuentran más interesadas en esta alternativa que los hombres. De acuerdo a la Figura 5.2 el 57% está totalmente de acuerdo y el 36% de acuerdo en considerar el TR como alternativa de desarrollo.

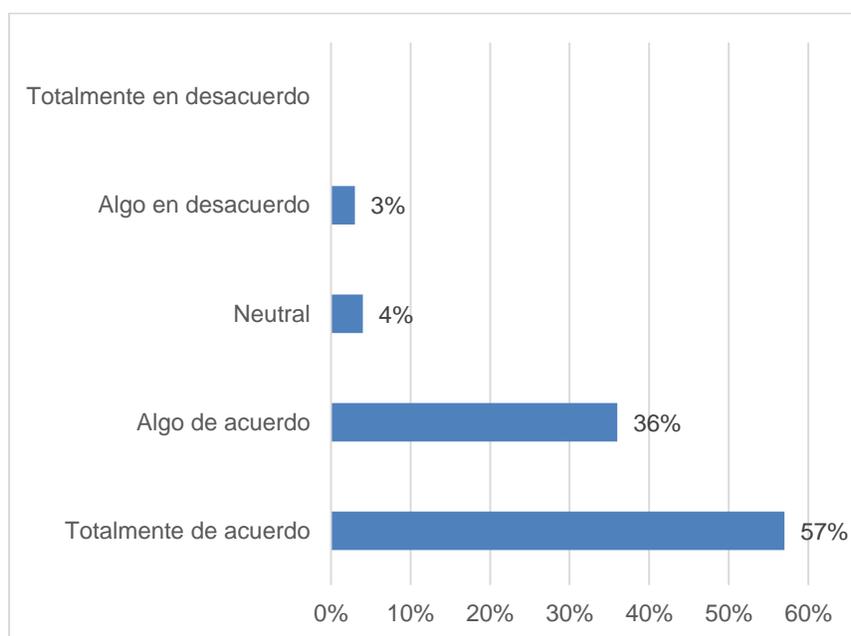
Figura 5 2. Apreciación del Turismo



Fuente: elaboración propia con base a trabajo de campo.

En la Figura 5.3 y 5.4 se muestra que las personas están de acuerdo en que existen otros atractivos turísticos en la zona y que no solamente existe sol y playa para poder potencializar su riqueza y transformarla en crecimiento económico.

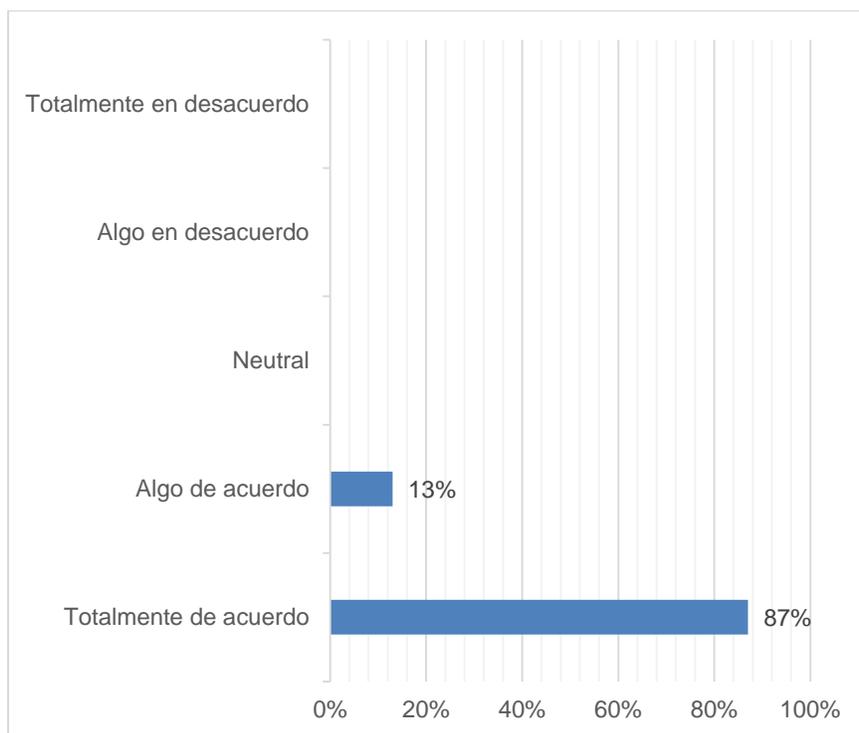
Figura 5.3 TR como alternativa de desarrollo



Fuente: elaboración propia con base a trabajo de campo.

En la Figura 5.5 más del 90% de la comunidad encuestada considera que los platillos típicos y la cocina local es un atractivo para los visitantes, considerando que la gastronomía es parte de la identidad de la zona. Mientras, en la Figura 5.6 el 40% está totalmente de acuerdo en que el TR pudiera ser generador de empleos mejor remunerados, el 42% está de acuerdo, el 3% en desacuerdo y el 12% en completo desacuerdo.

Figura 5.4 Otros atractivos en la ZCNN



Fuente: elaboración propia con base a trabajo de campo.

Figura 5.5 Gastronomía local como atractivo para los visitantes

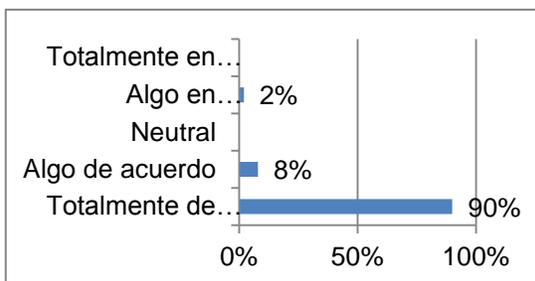
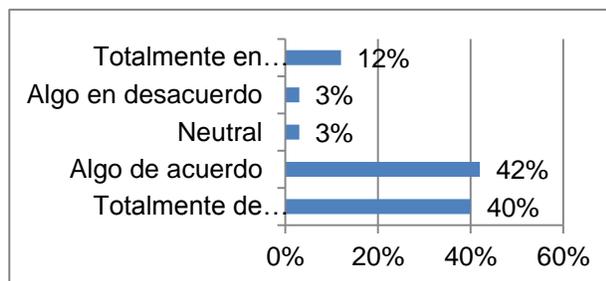


Figura 5.6 TR como generador de empleos mejor remunerados



Fuente: Elaboración propia con base a trabajo de campo.

Continuando con el análisis, los encuestados expresan el grado de apreciación sobre si la actividad turística afectará al ambiente natural de la zona. En este sentido, puede observarse en la Figura 5.7 que el 20% está totalmente de

acuerdo, el 18% de acuerdo en que el TR puede ocasionar daños a los recursos naturales, el 49% está en desacuerdo y el 13% totalmente en desacuerdo.

Por su parte, en la Figura 5.8 el 48% está totalmente de acuerdo y el 34% de acuerdo en que las personas de la comunidad están preparadas para recibir a visitantes de diferentes culturas. Sin embargo, el 11% está en desacuerdo y el 7% en total desacuerdo, lo que debiera considerarse puesto que es importante que la comunidad esté involucrada en este tipo de percepciones.

Figura 5.7 TR Como amenaza para el ambiente natural

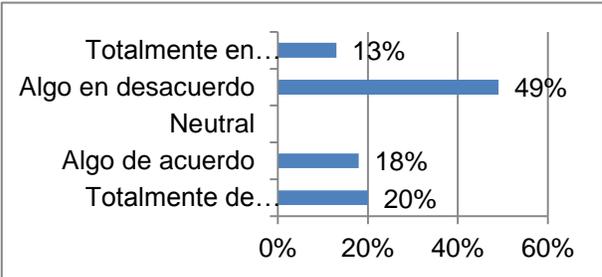
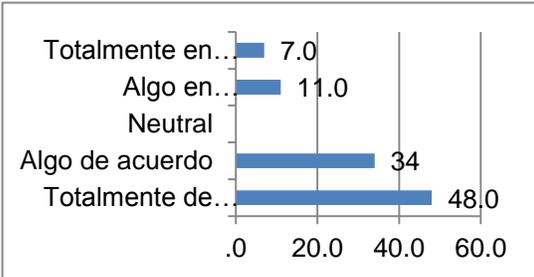


Figura 5.8 CNN preparada para recibir visitantes con diferentes costumbres



Fuente: Elaboración propia con base a trabajo de campo.

En la Figura 5.9 muestra como el 91% los encuestados están totalmente de acuerdo en participar en la toma de decisiones para resolver problemas de su comunidad, 6% de acuerdo, lo que demuestra que la gran mayoría está dispuesta en participar con aportaciones para beneficio de su comunidad. Por su parte, en la Figura 5.10 el 80% está totalmente en desacuerdo que el TR pudiera reemplazar las actividades agrícolas, sin embargo, el 8% considera que sí pudiera ser la actividad primordial de la zona.

Figura 5.9 Participación en toma de decisiones para resolver problemas

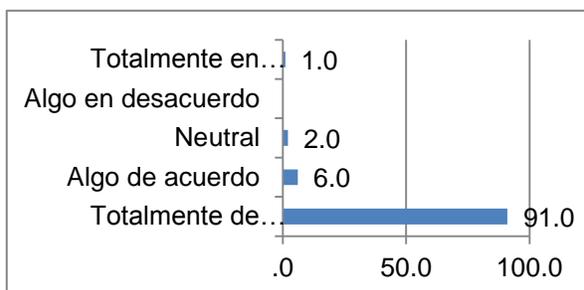
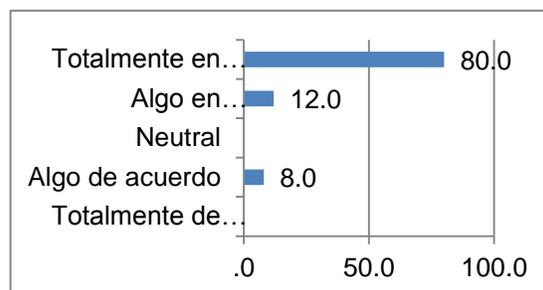


Figura 5.10 TR reemplazaría las actividades primarias (agrícolas-pesqueras) a largo plazo



Fuente: Elaboración propia con base a trabajo de campo.

Asimismo, puede observarse en la Figura 5.11 que el 37% está totalmente de acuerdo y el 26% está de acuerdo en que existe la infraestructura para que el TR pueda desarrollarse en la zona, el 23% mostró su desacuerdo y el 13% están en total desacuerdo. Mientras, en la Figura 5.12 el 44% está totalmente de acuerdo y el 17% de acuerdo que habría más emprendurismo en el área de turismo, el 4% permanece sin opinión, el 28% está en desacuerdo y el 7% en total desacuerdo.

Figura 5.11 Infraestructura necesaria para TR como nueva actividad económica

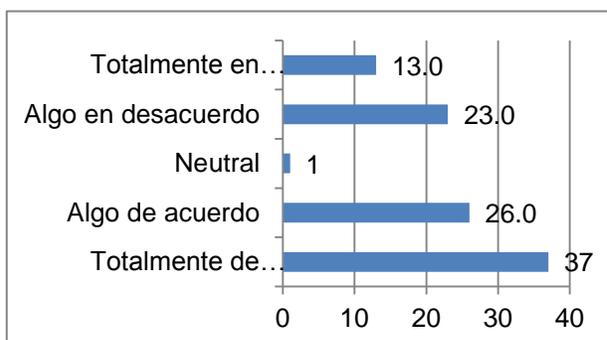
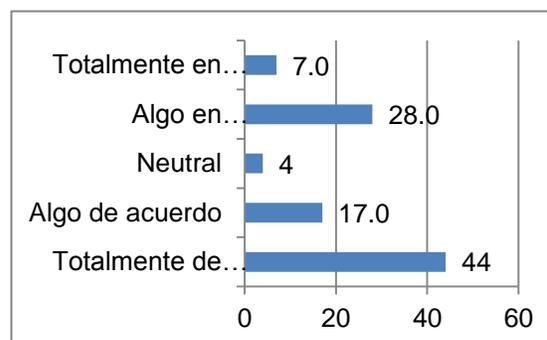


Figura 5.12 Emprendurismo en el área del Turismo



Fuente: Elaboración propia con base a trabajo de campo.

5.2 Resultados cualitativos

5.2.1 Evaluación de las condiciones de infraestructura de la actividad turística rural de la ZCNN

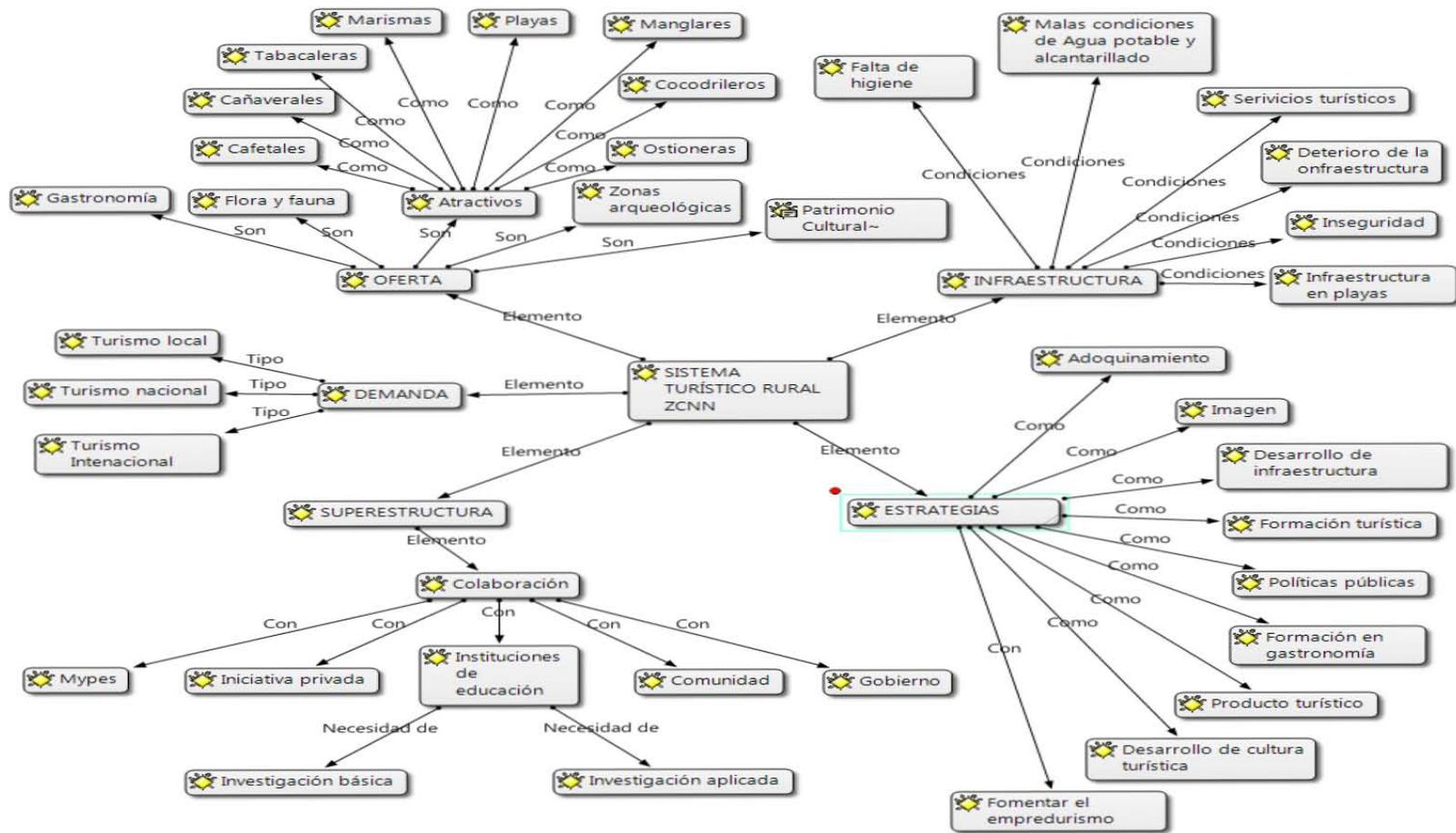
En los métodos cualitativos se realizó trabajo de gabinete, observación y entrevistas semiestructuradas para explorar el campo de estudio. Posteriormente se organizó un foro de discusión para conocer las opiniones de expertos sobre el Turismo Rural en la región de influencia.

En el Foro de Consulta y Mesas de Discusión, se reunió a representantes de las MyPEs de las ciudades de la ZCNN, organismos gubernamentales y representantes de la academia, con el objeto de analizar la información que apoya la contextualización de las condiciones de la actividad turística rural y la identificación de ventajas competitivas de las MyPEs y otros actores del sistema. Las conversaciones obtenidas se trabajaron con apoyo del *software* Atlas.ti.

En la Figura 5.13 se presenta mapa semántico de la estructura sistémica de la actividad turística en la ZCNN, elaborada a partir de las opiniones de los invitados a las Mesas de Discusión.

Desde el punto de vista del sistema turístico se indican los principales elementos que lo conforman de acuerdo a Varisco (2016), se condieron la oferta, la demanda, la infraestructura y superestructura, e incorporando una arista especial para las estrategias de desarrollo.

Figura 5.13 Mapa semántico del sistema turístico rural en la ZCNN



Fuente: elaboración propia con apoyo de Atlas.ti

Con respecto a la demanda, los participantes a las Mesas de Discusión indicaron que consideran importante el desarrollo del turismo alternativo, en contraposición del tradicional, promoviendo actividades como el turismo rural, ecológico y científico. En este sentido, primero es importante fortalecer la demanda interna, para, posteriormente, promocionar la zona a nivel nacional e internacional.

En consideración a los atractivos que ofrece la ZCNN se encuentran los recursos naturales, el patrimonio histórico y cultural, la gastronomía, variedad en flora y fauna, zonas arqueológicas y atractivos comentados de forma especial como playas, marismas, manglares, ostioneras, tabacaleras, cocodrileros, entre otros.

Sin embargo, exponen como la mayor de las debilidades las carencias en infraestructura para competir como las condiciones de vías de comunicación, la calidad en los servicios de transporte, la deficiencia en servicios públicos (electrificación, alumbrado público, servicios de vigilancia), edificaciones poco atractivas, inseguridad, el problema del agua potable y alcantarillado, falta de hiegiene, etc.

Uno de los aspectos más importantes del sistema es el concido como superestructura, es decir, la unión de los actores de la actividad turística para coordinar y regular el funcionamiento del sistema. En relación a esto, aparecen los actores o *stakeholders* interesados en esta función: MyPEs, instituciones de educación superior, iniciativa privada, organizaciones gubernamentales y la comunidad de la ZCNN.

Por último, los participantes a la Mesa de Discusión señalaron como oportunidades de mejora el desarrollar una infraestructura eficiente, crear productos turísticos atractivos que mejoren la imagen, formar una identidad de la población de la zona, capacitación turística, entre otras.

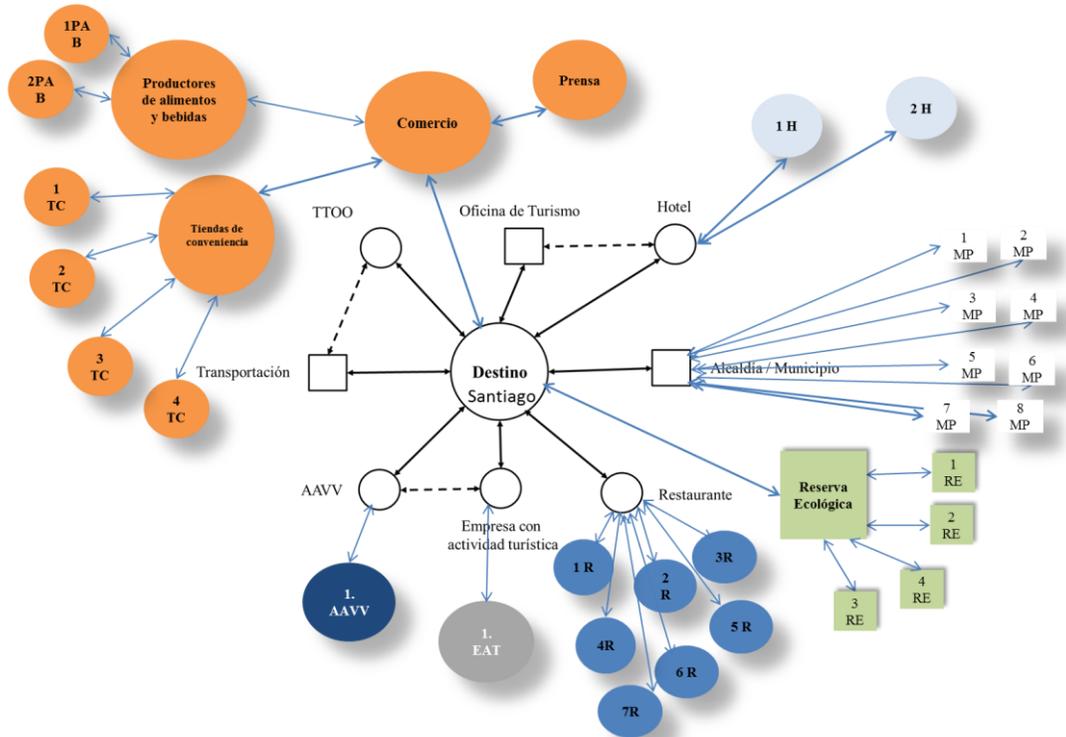
5.2.2 Identificación de las ventajas competitivas de las MyPEs y otros actores interesados en la actividad turística rural de la ZCNN

Con la intención de identificar a los actores interesados en la actividad turística rural de la ZCNN y sus ventajas competitivas, se dio a la tarea de entrevistar (véase Anexo 4) a 76 actores de los municipios de Santiago Ixcuintla, San Blas y Tecuala, identificados de manera discrecional y manejados a través del método de bola de nieve. La información se trabajó bajo la perspectiva del mapping.

En el trabajo de campo se llevaron a cabo 30 entrevistas en Santiago Ixcuintla que representa el 39.5%, mientras en San Blas otras 30 (39.5%) y cerrando en Tecuala con 16 (21%).

El Anexo 6 indica el total de entrevistados en Santiago Ixcuintla, del cual el 50% eran propietarios, 17% gerentes y directores el 33%. En cuanto a entrevistas por giro el prorratio constituye Agencias de Viajes el 3.33%; Comercio 26.67%; Empresa con actividad turística 3.33%; Hoteles 6.67%; Municipio 26.67%; Restaurantes 20%; y Reservas Ecológicas 13.33%.

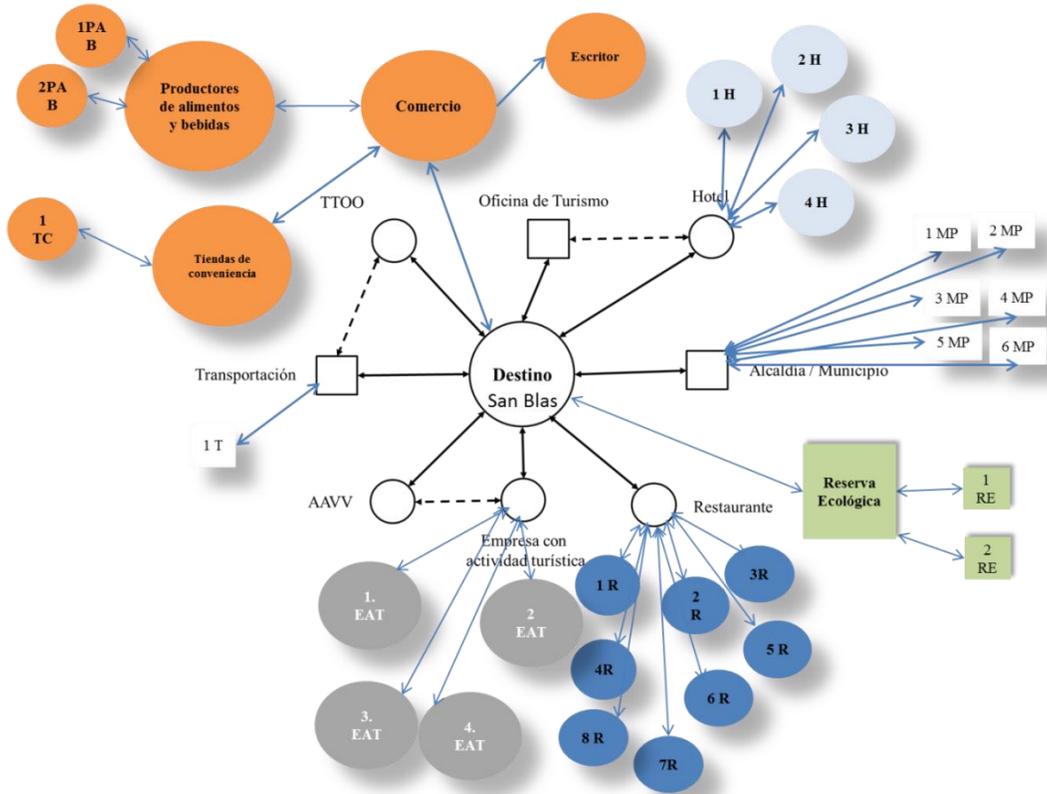
Figura 5.14. Red de Actores e interesados en turismo en Santiago Ixcuintla, Nayarit



Fuente: Elaboración propia con base a Cuevas (2011) y trabajo de campo.

En el caso de San Blas (Anexo 7), los propietarios representaron el 43%, gerentes el 37%, y sólo el 20% directores. De las entrevistas por giro, el comercio participa con el 16.67%; Empresas con actividad turística el 13.33%; Hoteles con el 13.33%; Restaurantes con 26.67%; Reservas ecológicas 6.67%, Transporte con solo el 3.33% y por último el Municipio con 20%.

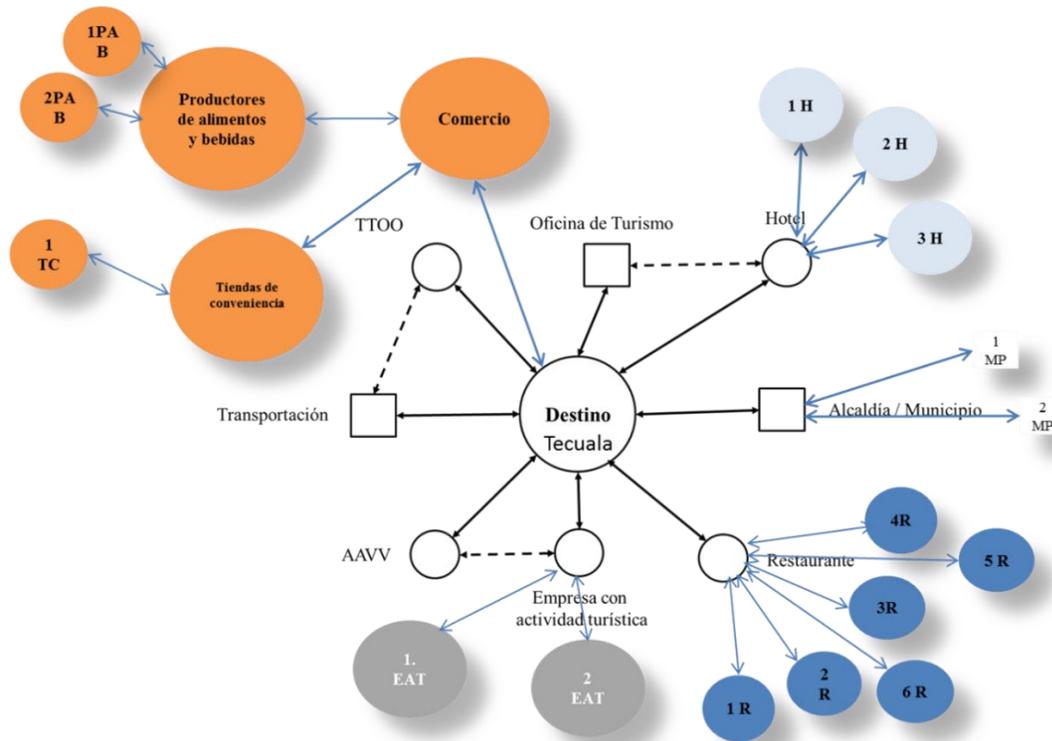
Figura 5.15 Red: Actores e interesados en turismo en San Blas



Fuente: Elaboración propia con base a Cuevas (2011) y trabajo de campo.

En Tecuala (Anexo 8), la representación quedó de la siguiente forma: propietarios el 62.5%, gerentes 18.8% y directores 18.8%. En cuanto a las entrevistas y giro se enfocaron al Comercio 18.7%, Empresas con actividad turística 12.5%; Hoteles el 18.8%; áreas en el Municipio 12.5%, y Restaurantes el 37.5%.

Figura 5.16 Red: Actores e interesados en la actividad en turismo en Tecuala



Fuente: Elaboración propia con base a Cuevas (2011) y trabajo de campo.

5.2.3 Valoración de la reticularidad de las MyPEs y otros actores en la actividad turística rural de la ZCNN

El análisis de la reticularidad y capacidad de colaboración entre los actores interesados para lograr un desarrollo del destino turístico y un mejor nivel de vida de la población del territorio se hizo uso de las 76 entrevistas semiestructuradas, en su segunda sección. Con los datos obtenidos se generaron matrices de relación que alimentaron el software de ARS, PAJEK.

Es importante destacar la participación de los actores en el Turismo Rural y su liderazgo en la actividad, que como lo señala Gutiérrez, “el

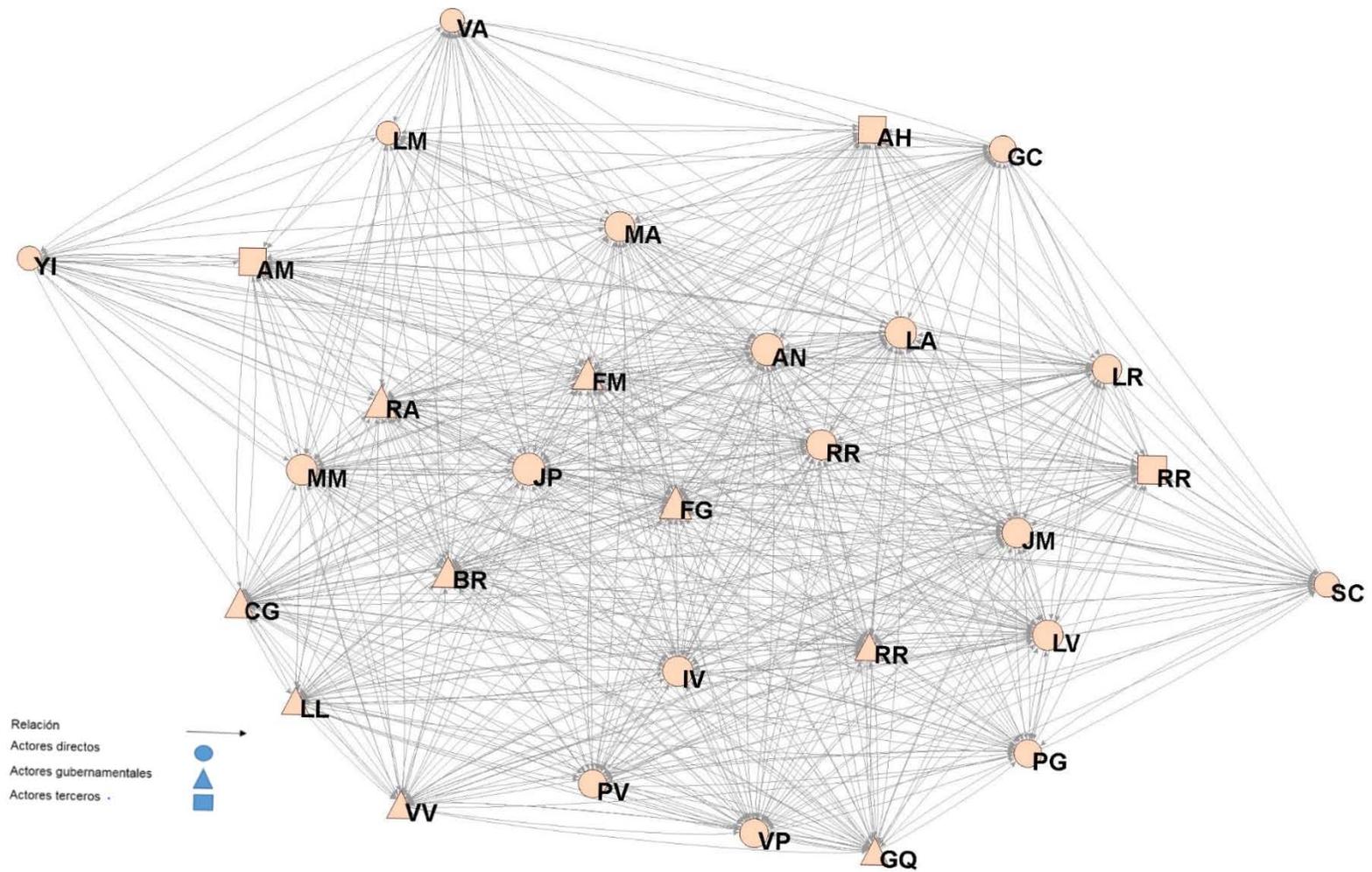
compromiso del líder ha sido un factor clave del éxito el cual se ha traducido en una fuerte orientación a los resultados por consiguiente los líderes se sienten obligados a responder favorablemente a los retos” (2008:693).

Asimismo, se presentan los resultados del cálculo de la densidad de las redes para identificar la fortaleza de la colaboración en cada una de las localidades. También se calculan las medidas de centralidad: de entrada, salida y total; centralización de intermediación (*betweenness*) y cercanía o *closeness*.

Cada uno de los actores mantiene una clave de identificación, separándolos por círculos si se trata de actores directos (restauranteros, halojamieto, etc); con un triángulo, si se refieren a actores del orden gubernamental en cualquier nivel de actuación; y con un cuadrado, terceros interesados, como es el caso de asociaciones de empresarios o sindicatos. Esta nomenclatura se reproducirá en todo este trabajo. El tamaño de los nodos a que hacen referencia a los actores involucrados en la actividad cambia de acuerdo al grado de centralidad, intermediación (*betweenness*) y cercanía (*closeness*). De tal manera, que, a mayor tamaño, mayor número de relaciones, mejor gestión entre actores y más cercanía a los espacios centrales.

La Figura 5.17 muestra la colaboración entre los actores encuestados. La densidad de la red es de 75%, que permite medir la relación entre los vínculos presentes en la red y el número de vínculos posibles multiplicados por 100. De igual forma, se identifica a los actores con mayor número de vínculos (de entrada, salida y total), siendo los de mayor centralidad normalizada (véase Anexo 9), el 22FG con el 94.8%, el 14AN con 93% y el 27JP con un mismo 93%.

Figura 5.17 Grado de centralidad municipio Santiago Ixcuintla, Nayarit



Fuente: Elaboración propia con base a Pajek

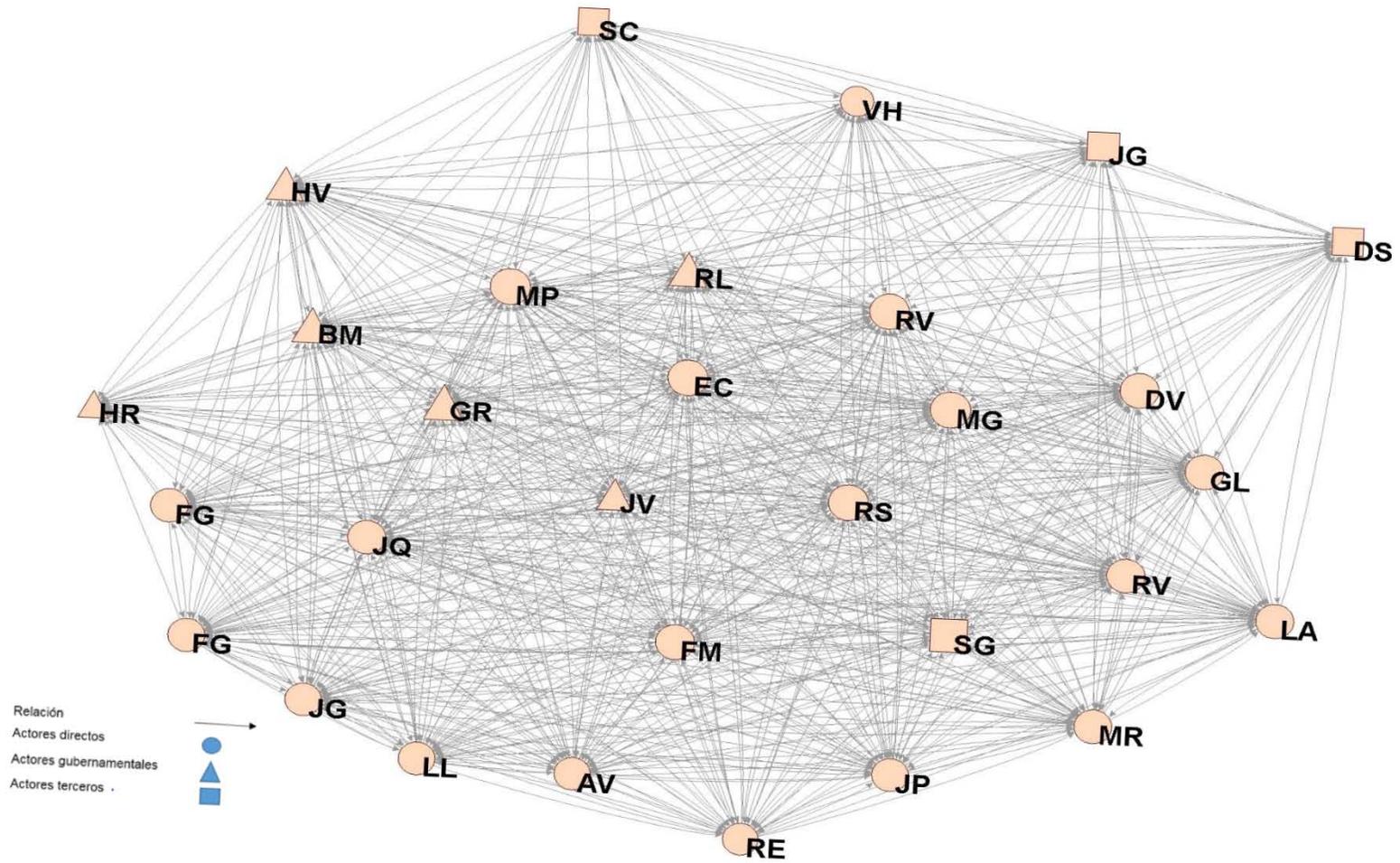
La intermediación o *betweenness* se focaliza en los actores 22FG con el 2%, seguido de los actores 14AN con un 1.9% y 27JP con 1.8%. En cuanto al grado de cercanía o *closeness* sobresalen un mayor grupo de actores, manteniendo el liderazgo el actor 22FG con un índice normalizado del 100%, acompañado del 27JP y 20FM con el mismo 100%. En esta medición aparecen otros actores fuertes con un grado de cercanía normalizado de 96.6% como el 3MM, 7LA y 17RA y el 14AN con un 93%. Las mediciones normalizadas pueden observarse en el Anexo 9.

En la Figura 5.18 se muestra la estructura reticular de los actores de la ciudad de San Blas, que mantiene una densidad de la red de 84.3%. Además se indican los actores con un mayor número de vínculos totales, llegando a ser nombrados por el 100% de los encuestados, como es el caso del actor 16MG y 19MP. También mantienen centralidad total alta los actores 20HR y 29RV con un grado normalizado de 96.5%.

En relación a la intermediación o *betweenness* mantienen índices normalizados bajos, siendo los más altos el del actor 16MG con un 1.5% y el actor 19MP con un 1.2%, información que puede consultarse en las tablas normalizadas en el Anexo 10.

Continuando con el análisis, se presenta el grado de cercanía o *closeness*, localizándose en los actores 16MG, 17EC, 18RS, 19MP, 21GR, 22JV, 27RL y 29RV, que puntuaron una cercanía normalizada del 100%.

Figura 5.18 Grado de centralidad municipio San Blas, Nayarit



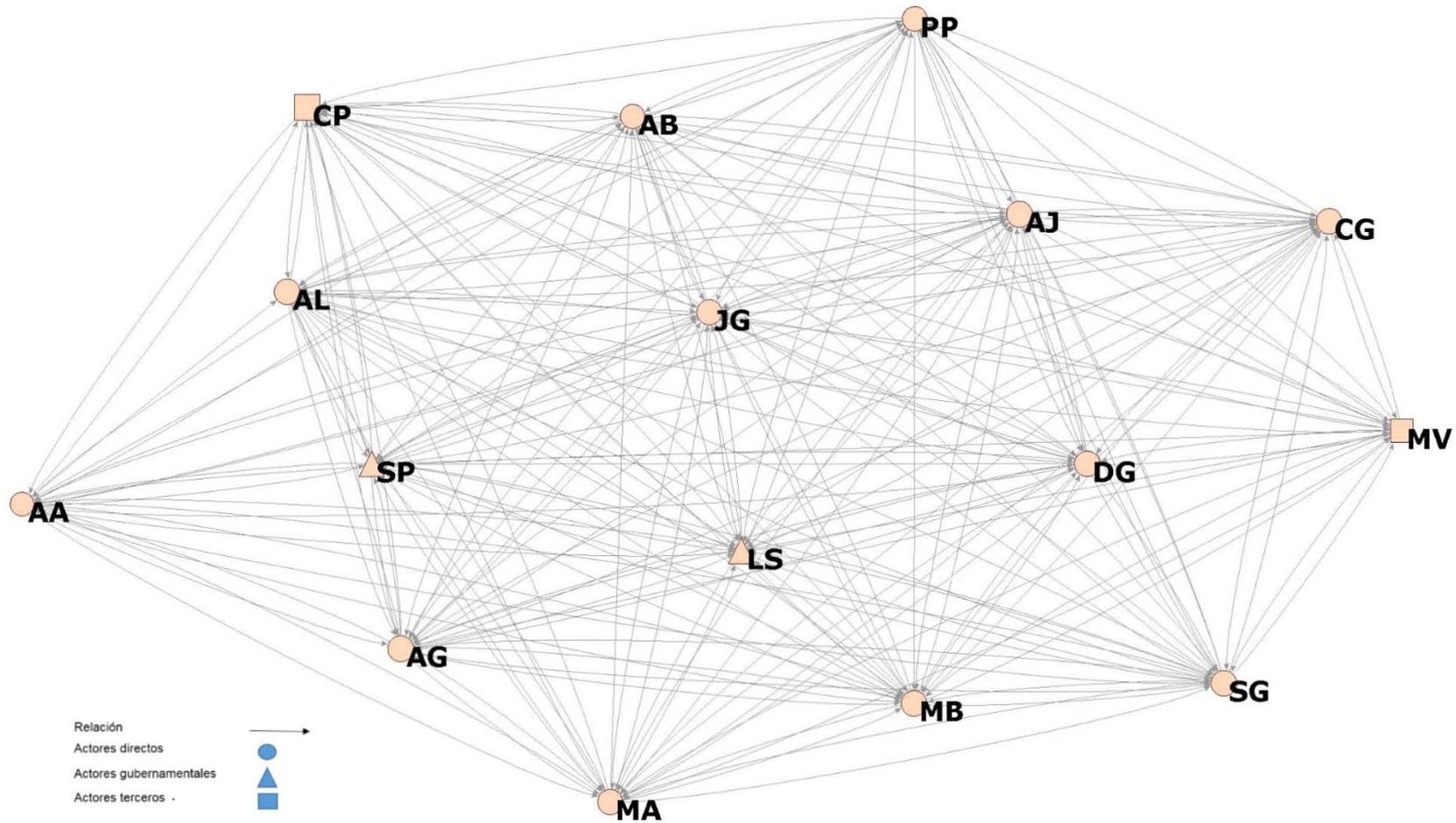
Fuente: Elaboración propia con base a Pajek

En la figura 5.19 se muestra la estructura reticular de los actores de la ciudad de Tecuala, donde se puede apreciar el grado de fortaleza de la red, medida a través del índice de densidad, la cual alcanza un 94%.

Asimismo, se observan los actores con una centralidad total normalizada mayor, identificándose en los actores 2AG, 7AJ y 14LS con un índice del 96.7%. También se señalan a los actores 4SG y 15CP como aquellos nodos con el grado de intermediación normalizado más alto de la red de 0.88%, seguido del actor 7AJ con el 0.83%.

El grado de cercanía de los actores de la estructura reticular de Tecuala es de valores muy altos, sobresaliendo los actores 1AL, 2AG, 5JG, 6DG, 7AJ, 12MB, 13SP, 14LS y 16AB con un grado normalizado del 100%, mismos que podrán revisarse en la tabla normalizada en el Anexo 11.

Figura 5.19 Grado de centralidad municipio de Tecuala, Nayarit



Fuente: Elaboración propia con base a Pajek

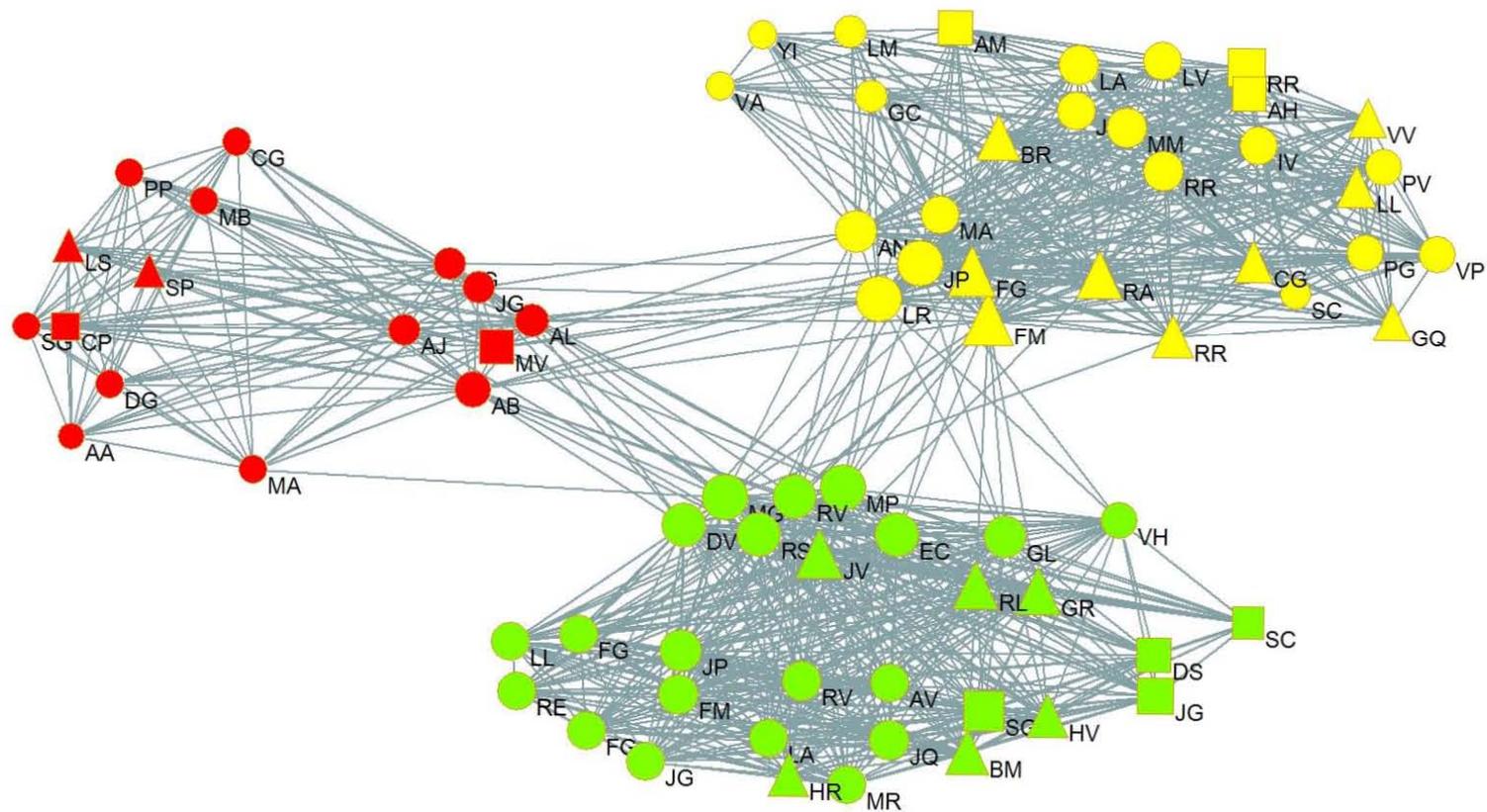
En la figura 5.20 se muestra la estructura reticular de la colaboración que presentan entre los tres municipios, exhibiendo la fortaleza en la ZCNN. Aquí se pueden apreciar a las redes de los tres municipios de diferente tono y las aristas de unión. Esta red maneja un índice de densidad total del 30%.

Asimismo, se observan los actores con una centralidad total normalizada mayor, identificándose en los actores 19MP con un índice del 47%; 16MG con un 46.6%; 18RS con un 45%, pertenecientes a la ciudad de San Blas. Continúan otros dos fuertes como el actor 20FM con un 44% de grado de centralidad total normalizada y el 27JP con otro 44%. Ambos pertenecen a la ciudad de Santiago Ixcuintla.

Con respecto al grado de intermediación normalizado más alto de la red sobresale los actores 20FM con un 9%; el 27JP con un 8%; el 1LR con un 7.8%. Estos coincidieron ser del municipio de Santiago Ixcuintla. Le siguió el actor 16MG con una intermediación de 7.2% del municipio de san Blas.

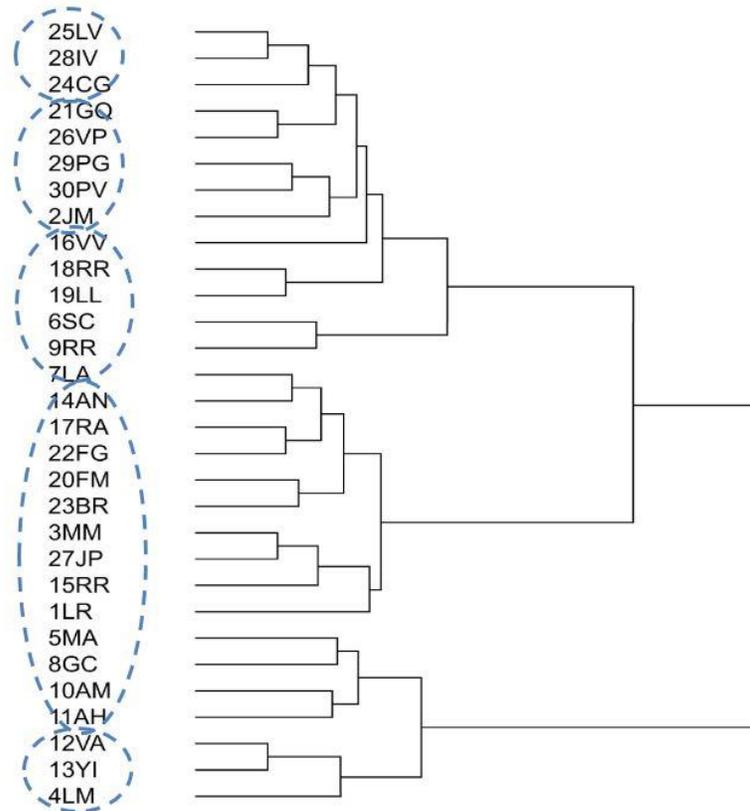
El grado de cercanía de los actores de la estructura reticular de la colaboración de los tres municipios se encuentra al actor 20FM con un 67% de grado de cercanía normalizada del municipio de Santiago Ixcuintla. Le sigue el actor de San Blas 16MG con un 66%. En un tercer sitio aparecen los actores del municipio de Santiago Ixcuintla 27JP y 1LR con un índice de cercanía del 65%.

Figura 5.20 Red de colaboración de los municipios de Santiago Ixcuintla, San Blas y Tecuala, Nayarit de la ZCNN



Fuente: Elaboración propia con base a Pajek.

Figura 5.21 Dendograma municipio de Santiago Ixcuintla, Nayarit



Fuente: Elaboración propia con base a Pajek

En la Figura 5.21 se muestra una estructura de agrupación por conglomerados para observar los actores líderes de la actividad turística de Santiago Ixcuintla, Nayarit. En la figura se puede apreciar a los actores con menor inclusión en el sistema y cuya agrupación resultará en débiles decisiones. Por ejemplo, los que se encuentran a un grado el 25LV con el 28IV; el 21GQ con el 25VP. Por otro lado, se encuentran aquellos grupos líderes como el 14AN, 17RA, 22FG, 20FM, 23BR, 27JP, 15RR, 1LR, 5MA, 8GC, 10AM y 11AH. Otra forma de observar el análisis por dendograma es identificando grupos que pueden considerarse que poseen una fortaleza similar, de lo cual se desprende la Tabla 5.1 vinculando grupos.

Tabla 5.1 Agrupación de actores por conglomerados de Santiago Ixcuintla, Nayarit

Grupo	Actores
Grupo 1	25LV, 28IV, 24CG
Grupo 2	21GG, 26VP, 29PG, 30PV, 2JM
Grupo 3	16VV, 18RR, 19LL, 6SC, 9RR, 7LA
Grupo 4	14AN, 17RA, 22FG, 20FM, 23BR, 3MM, 27JP, 15RR, 1LR, 5MA,8GC, 10AM, 11AH
Grupo 5	12VA, 13YI, 4LM

Fuente: elaboración propia

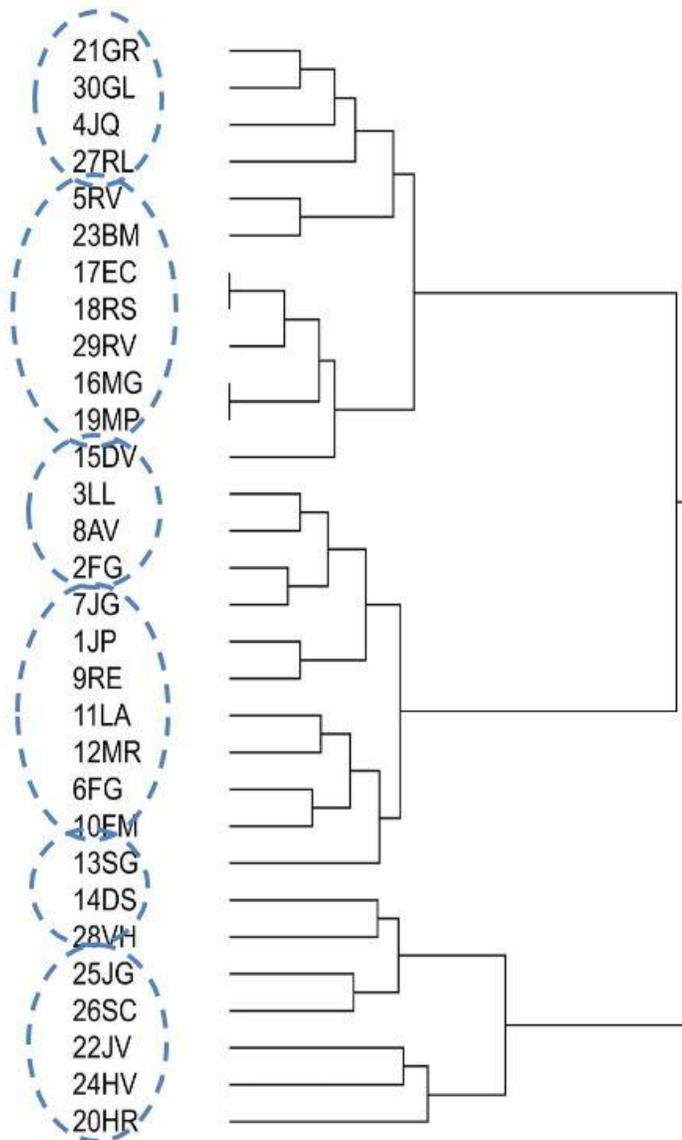
En la Figura 5.22 se muestra la estructura de liderazgo por grupo de actores. Los actores líderes para ejercer el cambio se ubican en el grupo 2, el cual se detalla en la Tabla 5.2

Tabla 5.2 Agrupación de actores por conglomerados de San Blas, Nayarit

Grupo	Actores
Grupo 1	21GR, 30GL, 4LQ, 27RL
Grupo 2	5RV, 23MB, 17EC, 18RS, 29RV, 16MG, 19MP
Grupo 3	15DV, 3LL,8AV,2FG
Grupo 4	7JG, 1JP, 9RE, 11LA, 12MR, 6FG, 10FM
Grupo 5	13SG, 14PS, 28VH
Grupo 6	25JG, 26SC, 22JV,24HV, 20HR

Fuente: elaboración propia

Figura 5.22 Dendograma municipio de San Blas, Nayarit



Fuente: Elaboración propia con base a Pajek

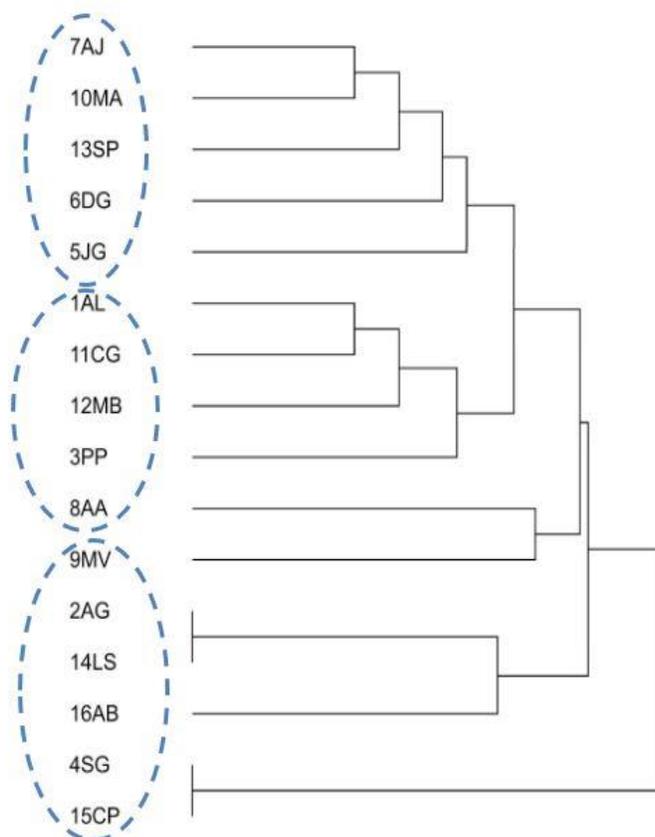
En la Figura 5.23 se muestra la estructura de liderazgo por grupo de actores de la ciudad de Tecuala, Nayarit, observándose una estructura clara de conglomerados equilibrados. Los actores líderes para ejercer el cambio se ubican en el grupo 3, el cual se detalla en la Tabla 5.3

Tabla 5.3 Agrupación de actores por conglomerados de Tecuala, Nayarit

Grupo	Actores
Grupo 1	7AG, 10MA, 13SP, 6DG, 5JG
Grupo 2	1AL, 11CG, 12MB, 3PP, 8AA
Grupo 3	9MV, 2AG, 14LS, 16AB, 4SG, 15CP

Fuente: elaboración propia

Figura 5.23 Dendograma municipio de San Blas, Nayarit



Fuente: elaboración propia con base a Pajek.

Capítulo VI

Discusión de Resultados

En el presente capítulo se expone el análisis de la información obtenida en el capítulo anterior en relación a los enfoques teóricos expuestos en el marco teórico, conceptual y contextual, con la intención de validar las hipótesis planteadas.

Para iniciar esta discusión se inicia planteando que a la luz de lo expuesto en el capítulo II en donde se exponen las condiciones particulares de la ZCNN en relación a los recursos, infraestructura y políticas de desarrollo oficiales enmarcadas en el Plan de Desarrollo de cada municipio, lo que supone la existencia de condiciones suficientes para desarrollar un TR eficiente. Sin embargo, ¿cuál es la percepción de los actores involucrados en relación al desarrollo de la actividad turística rural?; ¿existe una infraestructura sustentable y eficiente para dicho desarrollo?; ¿hay una superestructura de actores o *stakeholders* que se encuentre reticularmente conformada?; y ¿colaboran entre sí para ser gestores del desarrollo turístico en cada municipio? Bajo estas interrogantes se presenta la siguiente discusión.

6.1 Discusión de resultados cuantitativos

6.1.1 Discusión de las condiciones de la actividad turística rural en la ZCNN

Los destinos turísticos exitosos mantienen en común criterios o condiciones favorables para el desarrollo de la actividad. En el caso específico del TR, Brinkmann y Cebrián (2008), reflexiona sobre la necesidad de diversificar las

actividades económicas tradicionales de las comunidades locales ante la pérdida de competitividad y detrimento de las posibilidades de empleo en zonas desprotegidas. Así, el potencial de una región se debe a la capacidad que posee para sustentarse de manera autónoma con los agentes locales que contribuyen a su desarrollo. La multifuncionalidad de los recursos naturales permite la reactivación de los bienes provenientes del sector agropecuario y turístico. Otros estudiosos del mundo rural, como Toledo, Alarcón y Barón (2009), señalan que la apropiación de la naturaleza debe ser el eje de lo rural. Así serían los miembros de la comunidad quienes puedan aportar lo elemental en la toma de decisiones cuando se están desarrollando las estrategias de crecimiento en la zona. Adicionalmente a esto, los mismos autores indican que los productores agrarios o campesinos están comprometidos en un proceso de producción basado predominantemente en el trabajo de la familia y/o de la comunidad a la que pertenecen, sin embargo, este estudio contempla la posibilidad de alternar con la actividad turística para esta zona.

Condiciones de la actividad turística

En el presente trabajo, el crecimiento de la Costa Norte de Nayarit que integra los municipios de San Blas, Tecuala y Santiago Ixcuintla, a pesar de concentrar en su mayoría la actividad agrícola pecuaria y acuícola, se destaca en estos destinos el de sol y playa, sin embargo, se encuentra con un estancamiento económico y reducida inversión privada, como se ejemplifica en la encuesta, donde se cuestiona a los microempresarios si conciben un estancamiento en su

municipio. En Santiago Ixcuintla el 98% afirma que existe gran estancamiento, mientras que para San Blas el 89% y para Tecuala el 99%.

De esta forma, puede evidenciarse la aceptación de la hipótesis planteada, referente a que la identificación de las potencialidades de la ZCNN podría mejorar las políticas hacia un Turismo Rural y gastronómico. Esto a la luz de la información del estudio cualitativo en donde los encuestados expresan estar de acuerdo que el TR es una actividad que genera desarrollo. Sin embargo, las respuestas se polarizan entre el 52% de los encuestados que apoyan el advenimiento de nuevas formas de comercializar el destino a través de los recursos naturales regionales, el patrimonio histórico, cultural y gastronómico; y un 37% que se ciernen a las viejas prácticas de crecimiento, en donde las actividades tradicionales de cultivo de la tierra, la pesca y la explotación del turismo de sol y playa, les es suficiente para desarrollar a la localidad o consideran que el TR vendría en detrimento de las actividades agrícolas y pesqueras de la zona.

Las encuestas evidencian entonces, que el 100% están de acuerdo en que el Estado de Nayarit posee una variedad de atractivos, los cuales le brindan la oportunidad de diversificar su oferta turística, alternativa al estacionario de sol y playa, como el ecoturismo, de aventura, rural, científico, gastronómico, cultural, mismos que se convertirían en un medio para generar empleos mejor remunerados y por ende, un impulso al bienestar económico y social de los habitantes del destino.

En forma específica, se señala una opinión discrepante con respecto al desarrollo de la gastronomía como oferta turística. Por una parte el 90% esta de

acuerdo con que existe la posibilidad de colocar a la gastronomía como un producto turístico. Pero, casi en la misma proporción, reconocen que en la actualidad los platillos nayaritas no son reconocidos ni posicionados en la oferta nacional e internacional. Por tal motivo, existen posibilidades de incrementar la inversión en MyPEs que ofrezcan estos productos como paralelos al desarrollo de un TR, siempre y cuando, el emprendurismo sea reforzado con políticas públicas que promuevan y apoyen la organización, financiamiento y reducción de cargas fiscales a estas empresas.

Un factor rescatable en esta sección es evidenciar que la población encuestada se muestra positiva en la alternativa de TR y tienen la percepción que se encuentran preparados para recibir al turismo nacional e internacional, mas discrepan que la ZCNN posea una infraestructura suficiente para enfrentarse a la llegada de este nuevo turismo, que aunque existe, se promueva de una forma más articulada y eficiente.

Lo que es claro en todo sentido, es que para desarrollar la actividad del TR, en todas sus variantes, no es suficiente con las acciones del gobierno o el esfuerzo de las MyPEs en ofrecer sus productos y servicios a los visitantes. El 97% de los encuestados pone en relieve que la comunidad no es un elemento estático en el sistema turístico de un destino, sino un órgano vivo en el que recae el compromiso de participar en la toma de decisiones para resolver las problemáticas comunitarias y acceder a los beneficios que la actividad turística rural promueva.

Apreciación del turismo

Para Nayarit, fortalecer bases legales así como la oferta laboral, productiva y competitiva con proyectos estratégicos que beneficien al sector y contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población es una línea de acción en el Plan Estatal de Desarrollo Estatal lo que se vio reflejado en la investigación, ya que los visitantes son generalmente nacionales y se concentran en el turismo de sol y playa y lo que hacen es visitar estos municipios desde una óptica de bajo involucramiento con la comunidad misma, aspecto negativo, puesto que como señala Tchetchik, Fleischer y Finkelshtain (2006), el turismo es un agente que se inserta con el territorio y la comunidad local, debido a que los turistas no sólo se hospedan y se alimentan en espacios rurales, sino que también se involucran en actividades recreacionales, compran en tiendas, se informan y aprenden de la cultura viva de los locales. Este elemento es pues, condicional en el turismo alternativo rural.

Por otro lado, en forma preocupante, la comunidad encuestada pone de relieve (96%) que no existe una cultura sustentable en la actividad turística rural de la iniciativa privada y pública en el Estado de Nayarit. Combariza (2012), comenta que en un destino de TR sostenible es indispensable el respeto al patrimonio natural, histórico, cultural y social propio del medio rural. Pero, las encuestas mostraron una inconformidad en la cultura de la población local y la visitante con respecto a la sustentabilidad económica, social y ambiental, al no respetar la conservación de los espacios físicos, contaminar el ambiente natural, entre otros.

Lo expuesto permite aceptar la hipótesis de que las potencialidades de la ZCNN podrían mejorar las políticas hacia un turismo rural y gastronómico, al expresarse que el estudio cualitativo mostró que el patrimonio cultural y natural, ejes del turismo rural, concuerdan en que puede ser una alternativa de desarrollo que pudiera orientarse a la modalidad de TR o cultural.

También se reconoce la falta de conocimiento acerca de las implicaciones del turismo, de manera que no les ha permitido potencializar su patrimonio. Igualmente, es notoria la falta de cultura sustentable en la actividad turística de la iniciativa privada y pública en Nayarit manifestada por los participantes, al evidenciar, el poco apoyo a los microempresarios al iniciar un negocio. Estas revelaciones, aunque preocupante, no dejan de reconocer al TR como una actividad en desarrollo, pero de incorporación paulatina mediante el apoyo de los actores interesados en el turismo.

6.2 Discusión de resultados cualitativos

6.2.1 Discusión de la evaluación de la infraestructura de la actividad turística rural en la ZCNN

La actividad turística rural se discute bajo un enfoque sistémico, el cual tiene como propósito la satisfacción de los deseos y necesidades de la demanda turística y el mejoramiento del nivel de desarrollo de la población del sitio turístico. Como lo señala Varisco (2016), los elementos que se involucran en todo sistema turístico incluyen la descripción de la demanda, oferta, infraestructura, una superestructura, sin olvidar, la comunidad receptora.

Bajo esta perspectiva, se evalúan las condiciones de la actividad turística y las características de la infraestructura del TR en la ZCNN en apoyo a los resultados cualitativos revisados en la sección anterior, que permiten corroborar la hipótesis planteada: *la identificación de las potencialidades de la ZCNN podría mejorar las políticas hacia un turismo rural y gastronómico*. De esta forma, se evalúa la estructura sistémica del destino turístico de la ZCNN, que como indica Molina (2005), el turismo es una actividad compleja en la que interactúan un gran número de elementos, entre ellos la superestructura, la demanda, atractivos, equipamientos e instalaciones, la infraestructura y la comunidad.

Demanda

El eje de la demanda la define Román y Ciccolella (2009), como la motivación principal del viaje que implica conocer y tener contacto con el paisaje, la forma de vida y las tradiciones propias del territorio rural. Los comentarios realizados por los actores participantes a las mesas de discusión, reconocen que es importante, primero, fortalecer el turismo local, para luego hacer una promoción a nivel nacional e internacional, como puede observarse en la Figura 5.13.

“Entonces sería cuestión de involucrar a todo el pueblo, de brindarle algo, no nada más que busque por fuera, sino que primeramente dominar el mercado local y luego irse extendiendo a otros planos”. (Participante C-5)

Sin embargo, como lo indicaban en las mesas, para desarrollar una demanda fuera de los límites de la ZCNN se requiere trabajar en la mejora de la infraestructura, en capacitación turística, entre otras necesidades.

Oferta

La oferta turística se integra por los recursos turísticos y las actividades productivas que conforman el sistema. Los recursos o atractivos son los elementos de la naturaleza y de la cultura que motiva el desplazamiento. Las aportaciones de los actores invitados a las mesas de discusión despertaron gran interés en comprobar la riqueza natural, histórica, cultural y gastronómica de la zona. Se comentó a manera de inventario de recursos turísticos: las playas (playa de los Corchos, Boca de Cachimín, entre otros), con atractivos especiales como las marismas, manglares, ostioneras, cocodrileros.

“Por ejemplo, en Palo Blanco tenían Caracolite que es una especie en peligro de extinción, y es algo así en el manglar de agua dulce, en su ecosistema muy peculiar que es un manglar sin embargo tenemos 25 tipos de manglares con 4 especies de mangle y algunas especies de otros arboles entonces también hay un turismo digamos científico” (Participante C5).

Las condiciones fisiográficas le proporcionan a Nayarit riqueza en recursos naturales, atractivos visuales y climatológicos, adicionalmente a las costumbres y tradiciones que conservan la cultura y patrimonio, que lo hace mucho más interesante para ser considerado como un atractivo turístico, de acuerdo a algunos resultados obtenidos en la investigación.

Así también, la variada existencia de flora y fauna de la región la hacen una zona atractiva para el desarrollo un turismo ecológico, científico y hasta una variedad industrial, por el atractivo de actividades procesales como la industria del tacaco, cafetales y cañaverales, entre otras.

“En Santiago si hablamos de animales, hay Jaguar, hay cocodrilos y hay especies marinas, ¿cuáles son las especies marinas que pueden estar viendo?, no sé si lo vieron ayer, están a 28 km., 56 km. en viaje redondo, hay tiburón ballena, hay orcas y la claridad del agua es mucho mejor, las profundidades son perfectas para haber buceo y las corrientes son perfectas, el problema es que no tenemos infraestructura de buceo” (Participante E3).

En el mismo sentido, hicieron referencia a la variedad de fauna del municipio de Santiago y el interés de involucrar a la población destino en su difusión.

“Hay jaguares, hay puerco espín, hay venados, hay ardillas de varios tipos, tejones, mapaches, te encuentras hasta 100 mapaches al mismo tiempo y la gente no sabe, no sabe de la infinidad de animales y de la vegetación que tenemos, y en cuestión de vegetación también se pueden contar miles de arboles que tenemos, cedros amapas, caoba, palma de llano, palma de coco de aceite, bueno una infinidad, muchos, muchos, pero no lo hemos dado a conocer en el municipio. Hay que darlo a conocer en el mismo pueblo para que le tomen cariño y digan ahí en nuestro pueblo tenemos esto que mostrarle al mundo, al estado, al municipio”

(Participante E5).

El patrimonio histórico se ve reflejado en la existencia de vestigios arqueológicos, con montículos de la cultura Azteca, pero que desgraciadamente ha faltado el cuidado y las políticas públicas para convertirlos en un producto turístico.

“Si me voy a la zona del valle antes de llegar a la playa me encuentro con vestigios arqueológicos, en Amapa hay unos tabaqlanes, unos montículos terrestres, tumbas que fueron saqueadas en la década de los ochentas, hay un estudio hecho por la Universidad de Baja California y hay otra zona arqueológica en Coamiles aquí en Tuxpan y está una zona arqueológica en San Felipe en el cerro de la Chifora” (Participante C6).

En el mismo sentido, es importante el patrimonio cultural inmaterial, como un pilar fundamental, porque trasmite de manera privilegiada la identidad cultural de la ZCNN y hace posible la participación activa de los visitantes en las expresiones de música, danza, tradiciones, creencias, artesanías y cocina. Por eso es muy importante la participación de los diversos actores locales, ya que ellos pueden identificar aquellos sitios que son necesarios salvaguardar como elementos esenciales de la identidad y la memoria del lugar, ya sea por su imagen, sus usos y las tradiciones asociadas a ellos. De esta manera se desempeña un rol activo en la regulación y control de la actividad turística para evitar que se dañe el recurso cultural.

En forma particular, el patrimonio gastronómico se alinea a lo expresado por Expeitx (2004), que las muestras de activaciones turísticas centradas en los alimentos son abundantes y no hay propuesta de activación turística que no contemple, de manera más o menos central o complementaria, los productos y platos locales. Es así, que las apotaciones en las mesas de discusión hicieron mención a la rica variedad de platillos. Sin embargo, a pesar de la variedad o el sabor atractivo de estos, la industria restaurantera no se encuentra

posicionada a nivel de convertirse en el atractivo principal de una oferta turística. Este aspecto se evidenció en los cuestionarios aplicados, donde los entrevistados no percibían la existencia de un turismo gastronómico, pero sí consideraban la posibilidad de desarrollarlo a través del emprendurismo. Esto se debe a que el turismo es una actividad que permite diversificar las actividades primarias de localidades, en donde no existe un potencial para alcanzar un desarrollo pleno, al mismo tiempo es generador de empleos formales de una manera incluyente a los habitantes de las comunidades.

“...dentro del mismo programa de la licenciatura orientarlo, porque no, a ser pequeños empresarios, fomentar obviamente el emprendurismo y si desde aquí desde la institución se puede crear un programa en el que se solidifique el ámbito de la gastronomía regional pues todavía mejor, más aún, ustedes tendrían una seria participación en la comunidad” (Participante C4).

Cabe mencionar que dentro de su gastronomía se encuentra entre los platillos más destacados, el pescado zarandeado, el taxtihuill hecho a base de camarón y atole de maíz, tamales, albóndigas, empanadas de camarón y toda una gama de platillos con mariscos. Todo esto tiene la posibilidad de incorporar el valor agregado con la producción de camarón, ostión y pescado fresco, que tienen los tres municipios para que la actividad gastronómica sea un producto turístico relevante.

Otra parte de la oferta turística lo conforma el equipamiento, integrado por las organizaciones que brindan servicios básicos de alojamiento, restauración, transporte y servicios recreativos; pero en el caso de la ZCNN, según indicaron los

participantes a las mesas de discusión, son muy limitados y de baja calidad, con propuestas populares y mínimos servicios al turista que le agregan poco valor al producto turístico rural.

Infraestructura

El aspecto de infraestructura hace referencia a las obras y servicio que dan soporte a las actividades económicas y sociales de la actividad turística y a la población origen. En atención a Varisco (2016), indica que para el desarrollo de TR es fundamental una infraestructura de transporte, vías de acceso y terminales, y una infraestructura de telecomunicaciones. En este sentido, como se observa en la Figura 5.13, las condiciones de este elemento en la zona son incipientes.

Los comentarios giraron en hacer relevante la falta de servicios públicos, especialmente de agua potable y alcantarillado que ha decantado en problemas de higiene y salud en los turistas, principalmente. Alimentos contaminados que llegan del mar, falta de agua corriente en una proporción alta de la zona, falta de inocuidad en el manejo de alimentos, entre otras consecuencias que limitan la apertura de un TR masivo.

“Hay una situación que juega un papel muy importante en lo que es el turismo, la higiene, nosotros cuántos años hace que todavía se sacaba agua de un pozo ahí para lavar la loza y los baños estaban cerca y todo se trasminaba al pozo de donde sacaban agua, ¿cierto o no es cierto?” (Participante C3).

En el sentido estético de la ZCNN, que permita acceso y realce las bellezas naturales, se mencionó un deterioro en la infraestructura física, solicitando la inversión pública en adoquinamiento de las zonas de playas y las ciudades.

“Deberíamos de tener playitas dignas, como dije, son playas populares, pero deben ser playas dignas y para que sean playas dignas yo creo que también el gobierno debe de entrarle a ayudarnos a tener los servicios mínimos que se requieren y mejorar la imagen de nuestros lugares, no salimos de las palapas podridas de todo el tiempo como digo, un adoquín un arquito de bienvenidos cuando menos como en las islitas y todo eso bueno ya sería diferente”

(Participante E5).

Superestructura

Tomando en consideración lo que señala Singüenza (2014), en el desarrollo de un destino necesitan coadyuvar las organizaciones prestadoras de servicios turísticos colaborando entre sí en actividades como cuidar la calidad de los servicios turísticos, adquisición de equipamiento, preservar los valores de identidad del destino: ser responsables de la sustentabilidad social, cultural y ambiental del territorio. En este sentido, los participantes a las Mesas de discusión indicaban la necesidad de trabajo colaborativo entre las organizaciones privadas u operadores turísticos, identificados como MyPEs; las organizaciones públicas en los entes nacional, estatal y local; las instituciones de educación superior y; la comunidad local que es el origen y término del proceso turístico. Más aún, integrarse en redes colaborativas que generen alianzas estratégicas y desarrollo de productos turísticos.

“Realmente uno de los detalles que se presentan en toda la República Mexicana es la falta de creacion de redes, de redes empresariales es obviamente con la iniciativa publica y obviamente con la sociedad civil. En la medida de que existan redes va a haber colaboración, va a haber cooperación y va a haber alianzas estrategias, si se presentan las alianzas estrategias eso seria lo ultimo y lo más deseable. No es en el corto plazo, debe de haber una sensibilización de la comunidad, obviamente, del ámbito gubernamental y sobre todo de los empresarios, de alguna manera los empresarios tienen la capacidad economía para poder invertir, el gobierno para poder gestionar” (Participante C4).

Existe, por tanto, una necesidad de articulación de actores de trabajo asociativo para encaminar propuestas de satisfacción de las necesidades de la demanda, condiciones atractivas de oferta y mejora de las condiciones de vida de las personas que habitan la zona. Entendiendo que este trabajo coordinado constituye un proceso de aprendizaje colectivo. No obstante, la situación de asociatividad de los actores es rudimentaria y poco se ha hecho para implicar la toma de decisiones de la comunidad del destino para el desarrollo de prácticas turísticas.

Estrategias

Un análisis es trunco si no se es capaz de buscar soluciones alternativas a los problemas que aquejan al sector turístico rural. Las opiniones de los participantes fueron en concentrarse en políticas públicas que reenfocaría la actividad del turismo y el reforzamiento del patrimonio cultural con planeación estratégica del plan de desarrollo. Estas políticas de acuerdo a los hallazgos, darían calidad de

vidas a las comunidades estudiadas. Es así como el grafo de Santiago, San Blas y Tecuala muestra actores centrales, primero autoridades municipales y segundo un grupo de hoteles y en tercer lugar restaurantes de palapa frente a la playa, ahora bien, este fortalecimiento implica logros desde el ámbito del marco jurídico y su relación con la sociedad como ya se ha mencionado anteriormente.

Desde el ámbito del territorio el estudio ha implicado por una parte la condición de la ubicación de los diferentes atractivos, por otra, ha implicado la influencia e interés de los actores e interesados en la actividad del turismo, así es como el fenómeno se ha diferenciado en las tres comunidades estudiadas. Partiendo de la observación, se encuentran los cultivos de ostión en Santiago, tamales en Tecuala, granjas de camarón en San Blas, donde dichos productos no se han llevado al siguiente nivel para darles un valor agregado.

De esta misma manera como Fernández (2006) determina que la emprenduría local, para consolidar sus logros y disponer de sinergias con los agentes públicos, necesita de actores estables que la representen en la intermediación en la esfera de las políticas públicas. Es así que es importante retomar a la comunidad para que sean ellos mismos quienes tomen las decisiones de los proyectos que se lleven a cabo y sobre todo que sean partícipes de los beneficios que pudiera traer el desarrollo local.

“Yo lo que digo es que tiene que haber una forma de inculcarles a nuestros pobladores esa cultura, si bien no todos van a ser prestadores de servicios, no todos van a proveer o a ofrecer un producto, pero si todos necesitamos tener en nuestra conciencia que nuestros pueblos son pueblos turísticos” (Participante E5).

Por esta razón es muy importante considerar ciertos aspectos y singularidades propias de la comunidad para diversificar sus actividades en el área del Turismo Rural, como algunas que establecen Boullón y Boullón (2008): a) Las gestiones que se realizan deben ser por iniciativas de empresarios locales, b) Incorpora sus costumbres y formas de vida, c) Contribuye a revalorar las tradiciones locales, d) Utilización de productos originados en el mismo campo para preparar las comidas, e) No existe estandarización de los alojamientos en hoteles, f) Plantea al turista la práctica de actividades de esparcimiento para conocer las partes más pintorescas dentro del campo, g) Generalmente son emprendimientos de tipo familiar, i) Para comercializarlo se deberá trabajar de manera asociativa y j) la estacionalidad es muy marcada.

La supervivencia y desarrollo de las empresas, como afirman De Gortari y Santos (2010), dependen de la capacidad de los empresarios para transformar los conocimientos generales que tienen a su alcance en específicos que les permita mejorar sus prácticas cotidianas de trabajo. Esto con el objetivo de reducir sus costos; incrementar la calidad y variedad de sus productos, asimismo también se busca incorporar nuevos estándares y normas para adaptarse a mercados nacionales y globales.

“Es necesario trabajar desde abajo, no podemos llevar de fuera, si desde adentro no lo estamos asimilando, no lo estamos apreciando, no nos enamoramos del producto turístico que tenemos y mucho menos podemos crear una marca y darla a conocer si no tenemos ese mejoramiento propio, creo que de manera conjunta si podemos lograr grandes avances y a pesar de todos los puntos negativos que se

han tocado en este momento, pienso que sí podemos lograr muy buenas cosas, yo de mi parte mi mayor disposición” (Participante G1).

6.2.2 Discusión de las ventajas competitivas de las MyPEs y otros actores interesados en la actividad turística rural en la ZCNN

Si bien el turismo rural requiere de un sistema turístico articulado para desarrollar la actividad y al destino en general, de acuerdo a Freiría (2005), es a las MyPEs, por escala, que ejerzan el papel económico fundamental por el trabajo combinado de capital humano y recursos financieros y materiales, que suelen ser, en muchas ocasiones, insuficientes para el desarrollo de su actividad.

Así, MyPEs y otros actores como gobierno, academia y sociedad realizan alianzas estratégicas para el desarrollo económico local. Este tipo de alianzas van desde intercambiar y compartir recursos humanos, técnicos y financieros a fin de lograr mantener ventajas competitivas favorables

Ahora bien, el reflejo de la estructura de los tipos de actores en los tres municipios de la ZCNN es de precariedad en términos generales en cuanto su capacidad instalada de San Blas, Santiago Ixcuintla, y Tecuala, como se observa en las Figuras 15.14, 5.15 y 5.16. En ninguna de ellas se encuentra operando una Oficina de o Buro de Turismo que guíe la estrategia para la región, que funga como organismo articulador de las opiniones y decisiones de los actores involucrados

Luego entonces, de las ocho actividades relacionadas con la actividad turística (Ver Tabla 6.1) en ZCNN: dos de ellas son indirectas a la actividad, como

lo es el comercio en general que representa en promedio de las entrevistas realizadas en los municipios el 21%, mientras las Reservas Ecológicas el 1%. El ámbito gubernamental representado por el municipio constituye el 22% en promedio. En concordancia con el 56% de las entrevistas en actividades cercanas al turismo.

De acuerdo a Molina, Cuevas y Rodríguez, indican: “El análisis de redes se presenta como una herramienta de estudio que permite formular un replanteamiento del turismo [...] (2014:18)” Porque ofrece una perspectiva de estudio formal en las ciencias del comportamiento humano, como Faust (2002), indica: “La clave para conjeturar un modelo de red social a partir de una situación real, estriba en la conceptualización relacional de tal situación.”

Tabla 6.1 Promedio de participación en entrevistas en la CNN

Actividad	Santiago Ixcuintla	San Blas	Tecuala	Promedio
Agencias de Viajes	3%	0%	0%	1%
Comercio	27%	17%	19%	21%
Empresa con actividad turística	3%	13%	13%	10%
Hoteles	7%	13%	19%	13%
Municipio	27%	27%	13%	22%
Restaurantes	20%	20%	38%	26%
Reservas Ecológicas	13%	7%	0%	7%
Transporte	0%	3%	0%	1%
	100%	100%	100%	100%

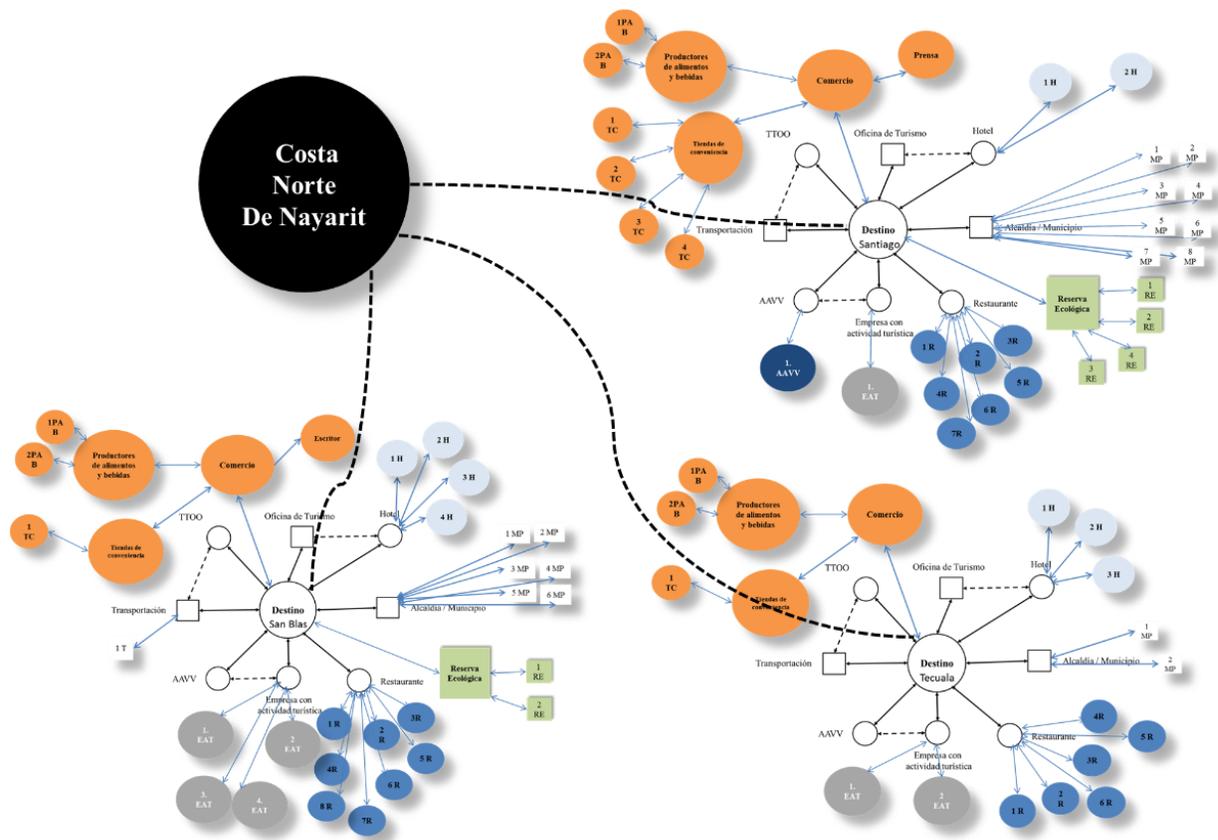
Fuente: Elaboración propia.

Contrariamente a las actividades propuestas por la SECTUR (2004) para el Turismo Rural sólo pudieran existir el agroturismo, senderismo, y en algún momento talleres artesanales y gastronómicos los demás no aplican dados las

precarias condiciones de desarrollo de infraestructura, servicios públicos y gestión de actores interesados. De la misma manera, como se observa en la Figura 5.13, las instalaciones hoteleras, considerada como una de las bases para el desarrollo turístico, presenta un gran rezago en la ZCNN y la existente se concentra únicamente en el municipio de San Blas.

Cierto que otros beneficios en el TR por ser de bajo impacto ambiental y la recuperación de las manifestaciones culturales de la región visitada, y todo esto se ve reflejado en el desarrollo comunitario. Sin embargo, cabe destacar que los atractivos de ZCNN actualmente están subutilizadas en la mayor parte del año. Aunque en la temporada de cuaresma concurre Turismo Doméstico el más significativo es primordialmente popular. Esta situación se ve reflejada en las Figura 6.1, específicamente en representación de las empresas con actividad turística. Estas empresas están relacionadas con paseos en lancha.

Figura 6.1 Redes de actores e interesados en el Estado de Nayarit ZCNN.



Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, se debería considerar la participación del gobierno local, como afirma Gauna (2014), para estar más cerca de los ciudadanos y sus problemas y así mayor capacidad de gestión. Particularmente importantes es contar con recursos financieros para la generación de acciones que beneficien a la comunidad. Los municipios y gobiernos locales que comprenden este desafío, responden articulando políticas y estimulando procesos participativos de desarrollo empresarial.

Dado lo anterior el destino de San Blas se destaca en la concentración de empresas contando con 345 empresas de servicio 234 comerciales, mientras Tecuala muestra 213 de servicio y 167 comerciales, Santiago Ixcuintla por su parte, muestra 427 de las primeras y 328 de las segundas. Por tal motivo, las concentraciones desde el ámbito de la red de actores la muestran en los micro y pequeños empresarios.

En este orden de ideas Cabral et al.: Consideran importante esbozar los diseños de redes así como la evaluación de su reticularidad, a través de el cálculo de la densidad de los vínculos entre los actores, centralidad, y su importancia relativa en su contexto, mismas que se presentan en el siguiente apartado:

Las redes son formas alternativas de mercado y la integración vertical para contener estructuras horizontales y verticales de intercambio, la interdependencia de recursos y líneas de comunicación recíproca. Sus características son la velocidad de la comunicación, la adopción, el desarrollo de producto o tecnología, así como tener en cuenta la credibilidad entre los actores involucrados, [...] (2012: 388)

En cuanto al Turismo Rural, sus características se destacan por ser una práctica consiente sobre el uso de los recursos naturales y culturales, el respeto al patrimonio del área, en muchos casos confiere autoridad a sus pobladores e impulsa la participación de las comunidades tratando de lograr un desarrollo sostenible. En la Figura 6.1 se destacan dos redes la de Santiago Ixc., y San Blas, las cuales cuentan con Reservas Naturales. Estas por su caracterización

podrán influir y sensibilizar a la comunidad y desplegar una cultura de sustentabilidad de los recursos en el TR.

6.2.3 Discusión de la reticularidad de las MyPEs y otros actores interesados en la actividad turística rural en la ZCNN

Los estudios tradicionales de competitividad apuntan en la primera parte de este proyecto, tomando en cuenta factores del tipo de localización geográfica, riqueza del patrimonio cultural, como aspectos indicativos de su nivel de desarrollo o de la potencialidad del destino. Sin embargo, observar el sistema turístico y sus condiciones quedaría trunca si no se evalúa la reticularidad y colaboración de los actores que participan en la actividad turística de cada una de las ciudades de la ZCNN

Con la aplicación del método de ARS se recabó información sobre las relaciones de los actores que más influencia tienen en el desarrollo de la actividad económica de los municipios de la Costa Norte de Nayarit. También se muestra la interacción que existe y con quiénes se está dispuesto a aliarse para el desarrollo de proyectos de la actividad turística, en concordancia con lo que señala Merinero y Zamora (2009), en que los actores turísticos de un territorio y sus relaciones son un elemento necesario para la articulación efectiva del espacio turístico, ya que cobran un valor especial en las estrategias y las acciones que tienen que emprenderse en dicho territorio para adaptarse a las nuevas condiciones del contexto. Por tanto, hay que prestar especial atención a las relaciones de los actores implicados aplicando novedosas metodologías de análisis en el desarrollo de TR, como lo es el ARS.

De esta forma, en la organización de las alianzas entre actores se reconoce la *red*, como un conjunto de nodos y vínculos entre los actores; los *nodos*, conformado por los individuos, organizaciones o servicios de la actividad turística; el *vínculo*, que determina la manera como diferentes nodos se relacionan e interactúan entre ellos, constituyendo las múltiples formas de organización, y; el *flujo*, definido como la circulación de elementos entre los nodos.

Para la discusión de los resultados se presentan cuatro tipos de indicadores: 1) la densidad de la red que permite medir la fortaleza de las relaciones, al cuantificar la proporción de las relaciones existentes sobre el total de relaciones posibles (Rodríguez y Mérida, 2005); 2) el grado de centralidad, que refleja las interacciones que mantiene un actor con otro, desde la perspectiva de los que se relacionan con éste (centralidad de entrada), los que cada actor nombra como sus relaciones (centralidad de salida), y la suma de ambas (centralidad total); 3) la capacidad de enlazar a diferentes partes de la red, denominado como *betweenness* o centralidad de intermediación (Kadushin, 2013), de este modo, se puede llegar a otros miembros de la red a través de estos actores gestores; y 4) la centralidad de cercanía o *closeness* que mide, fundamentalmente, la distancia que tiene un actor con respecto a todos los demás actores de la red. La idea es que un actor central puede interactuar rápidamente con todos los otros de un sistema. En el contexto de una relación de comunicación, tales actores no necesitan depender de otros actores para garantizar la fiabilidad de la información (Wasserman y Faust, 2013).

Reticularidad de Santiago Ixcuintla, Nayarit

Como puede observarse en la Figura 5.17 se comprueba la hipótesis planteada al mostrarse la reticularidad de los actores y su trabajo colaborativo, aunque precario aún en la conformación de estrategias conjuntas de desarrollo de TR.

La representación gráfica de la red muestra, como aspecto destacable, un grado alto de densidad del 75%. Este indicador es relevante al mostrar las múltiples relaciones de los actores que consideran la actividad turística rural como un producto potencial de ser desarrollado en el destino de Santiago Ixcuintla.

Otro aspecto a calcular corresponde al grado de centralidad, medida por el total de vínculos de entrada y salida; es decir, por el total de vínculos que se forman al nombrar a otros actores y los vínculos obtenidos de un actor al ser nominados por otros. Respecto a esto, en la Figura 5.17 se observan que los nodos más centrales se constituyen por un grupo identificable con las organizaciones gubernamentales y comercios de mediano tamaño como representantes de la iniciativa privada, estos son los actores 22FG, 14AN y 27JP.

Por otro lado, se observan los actores con más alto grado de intermediación, focalizadas principalmente en las oficinas de gobierno municipales de la ciudad de Santiago, ya que la ubicación en dicha red le permite convertirse en un articulador de las relaciones entre los demás actores del sistema, aunque por las mediciones bajas en este apartado, resultan aún de baja proactividad. Se destaca a los actores 22FG y 27JP, representantes de las MyPEs de Santiago,

como actores que pueden jugar un papel de vinculadores en las acciones turísticas.

La cercanía se manifiesta en actores clave de la iniciativa privada como el 27JP, pero los más significativos, vuelven a recaer en las organizaciones gubernamentales 20FM y 22FG, manteniéndose a un paso de relación de todos los actores de la red. La cercanía es una de las mediciones más importantes para identificar a los actores con mayor liderazgo para articular las estrategias de promoción y desarrollo del TR entre los actores de la red.

Como se observa en la Figura 5.20, el actor 14AN, identificado como el representante de las oficinas municipales de gobierno, como el actor de mayor centralidad, intermediación y cercanía en la red. Esta posición refleja el liderazgo en la creación, gestión y promoción del producto turístico, aunque no esté presente la acción de comercialización turística de la ciudad. En este último ámbito, son los operadores turísticos privados los que mantienen un segundo sitio en los grados de centralidad, intermediación y cercanía.

También es destacable, un grupo significativo de actores que se encuentran posicionados en la periferia de la red. Si bien es cierto, se relacionan con el resto de los actores, no participan activamente en el diseño de estrategias y toma de decisiones. Este grupo está conformado por organizaciones gubernamentales como el actor 18RR, 19LL y 21GQ; así como actores de la iniciativa privada como el actor 4ML, 12VA y 13YI. Estos actores periféricos son los que Granovetter (1973), menciona como lazos débiles en donde existe poco compromiso, involucramiento y confianza entre los actores. Afirma que cuanto más fuerte son

los lazos, más similares son los actores que los componen con información redundante al interior.

El poder es analizado en términos de centralidad, distinguiendo con ello a las actividades más fuertes de las más débiles para impactar los resultados del sistema, lo cual puede verse a través de números que se encuentran entre el 0 y el 1. Las actividades más cercanas a 1, implican una mayor centralidad y por ende mayor poder, mientras que las actividades más cercanas a 0, implican una menor fuerza en el sistema y por ende menos poder de impactar en general los resultados del mismo.

En la Figura 5.21 se observan a los actores o *stakeholders* líderes del sistema, afiliados en grupos de actuación similares. En la tabla 5.1 se destaca el grupo líder, recayendo en el no. 4 con los actores 14AN, 17RA, 22FG, 20FM, 23BR, 27JP, 15RR, 1LR, 5MA, 8GC, 10AM y 11AH, mismos que representan a las autoridades municipales, así como restaurantes que cuentan con más de 40 años de fundación.

Estos actores tienen una visión más holística del fenómeno turístico, ya que a mayor centralidad (número cercano a 1), implica que los actores ven una mayor vinculación entre las actividades, mientras que un indicador de poca centralidad (número cercano a 0), ve un número menor de actividades clave involucradas en lograr el exitoso desarrollo de la actividad turística, enfocándose por ello sólo a algunos rubros.

Reticularidad en San Blas, Nayarit

Destaca de manera importante la densidad total de la red del 84%. Este dato, junto con la imagen que proporciona el gráfico de la red de la Figura 5.18, pone de manifiesto que son muchos los actores que se encuentran inmersos en el interés de desarrollo del TR. No obstante, se observa un grupo condensado de interesados al centro y otras aristas de actores al exterior, que se relacionan con otros, pero que son nominados por pocos actores o *stakeholders*, manteniéndose a la periferia de la red. Aún este dato, se puede comprobar la reticularidad de los actores de TR y el gran número de estos con una conciencia clara en la colaboración para el desarrollo del destino.

El segundo aspecto que se destaca es el grado de centralidad de los actores, donde sobresalen los actores 16MG y 19MP que fueron nominados por todos los participantes, es decir, su grado de centralidad normalizado fue del 100%. Al contrario de la red de Santiago Ixcuintla, la centralidad recae en la iniciativa privada en lugar de las organizaciones gubernamentales. En este caso, lo conforma la muestra de empresarios hoteleros y de la actividad gastronómica, quienes concentran mayor colaboración comercial y de gestión entre el resto de los actores. Pero como se comenta arriba, los lazos débiles, que aún relacionados, aún no se comprometen con un papel más protagónico y de liderazgo. Se ubican en este grupo MyPEs, un actor del sector gobierno y otros actores denominados terceros, pues fungen más como organizaciones de agrupación empresarial y de trabajo que de actividad comercial. En este rubro de actores denominados débiles se citan a: 2FG, 9RE, 3LL, 7JG, 8AV, 4JQ, 14DS, 26SC y 20HR.

En cuanto al grado de intermediación entre los actores del sistema reticular de San Blas se puede apreciar que recae nuevamente en los actores 16MG y 19MP, donde hacen mancuerna actores representativos del ramo hotelero y gastronómico. Este índice, cobra especial atención, pues permite la capacidad de interconectar a otros actores e implicarlos en acciones de forma conjunta, especialmente, cuando existe un número alto de nodos débiles.

Continuando con la discusión, se destaca el grado de cercanía, en donde un grupo más alto de actores participa conectándose en forma cercana con el resto de los actores implicados. En este caso, vuelve a aparecer el liderazgo de los actores 16MG y 19MP; seguidos por otro grupo de actores importantes como el 17EC, 18RS, 21GR, 27RL y 29RV. Analizando la naturaleza de cada actor, puede observarse que el liderazgo se comparte entre las organizaciones gubernamentales y empresarios locales.

Si se resume el liderazgo de los actores, se pueden observar grupos con características similares en la Figura 5.18. Así, los actores líderes por sus altas puntuaciones de centralidad, intermediación y cercanía se ubican en el grupo 2, de acuerdo a la Tabla 5.2, donde un grupo de restauranteros, hoteleros y palaperos fungen como los de mayor influencia. Estos son los actores: 5RV, 23MB, 17EC, 18RS, 29RV, 16MG, 19MP.

Reticularidad de Tecuala, Nayarit

La red de actores del sistema turístico de Tecuala tiene una densidad del 94%, lo que indica que existe un muy alto grado de condensación de la red y de reticularidad entre los actores turísticos, por lo que se acepta la hipótesis

planteada en relación a la reticularidad de los actores y la colaboración entre ellos. En la Figura 5.19 se refleja la concentración de los nodos y su alto número de relaciones. La mayor parte de estos nodos corresponden a MyPEs como restaurantes, palaperos, hoteles, cafeterías, servicios turísticos, mercados de mariscos, autoridades locales, entre otros. La densidad del municipio de Tecuala, Nayarit, es significativa, porque los actores que la conforman mantienen relaciones constantes y de manera similar en cuanto a sus intervenciones en la actividad turística rural.

Respecto al grado de centralidad de los actores se sitúan en los actores 2AG, 7AJ y 14LS con un índice normalizado del 96.7%. Estos actores son representativos de restaurantes dentro de la playa y representantes del gobierno local. Le siguen otros 8 actores con una centralidad normalizada del 93.3%. Resulta así, un interesante caso de multiliderazgo en la configuración de la red y es el responsable en buena medida de la alta densidad de relaciones que se establecen entre el resto de los actores de la red. En el caso de Tecuala son pocos los nodos débiles que se identifican, recayendo en el 8AA y 9MV. El primero, un comerciante local y el segundo un denominado, tercero involucrado en la actividad turística.

Otro aspecto relevante para comprender las características de las relaciones del Sistema turístico de Tecula es el indicador de grado de intermediación que representa la red. En este sentido, se representan por los actores 4SG y 15CP como aquellos nodos con el grado de intermediación normalizado más alto de la red de 0.88%, seguido del actor 7AJ con el 0.83%. a

este respecto, el multiliderazgo antes señalado al identificar a actores que tienen una destacada potencialidad de intermediación, es decir, de convertirse en nodos que interconectan a otros actores y pueden implicarse en comunicarse en diferentes ámbitos del proceso de producción turística rural de la ciudad.

Por otro lado, el grado de cercanía de los actores en la red de Tecuala es muy variada y convergen varios actores con una cercanía del 100%, ellos son el 1AL, 2AG, 5JG, 6DG, 7AJ, 12MB, 13SP, 14LS y 16AB.

En vista de la interconexión más sobresaliente de la red de Tecuala con respecto a la red de Santiago y a la de excesivos nodos débiles de San Blas, en esta red el liderazgo es similar en la mayoría de los grupos encontrados (véase Figura 5.19), mostrándose grupos de conglomerados de fuerza similar, destacándose el grupo 3 con actores como el 9MV, 2AG, 14LS, 16AB, 4SG, 15CP, mismos que se pueden consultar en la Tabla 5.3.

Colaboración en los municipios de la ZCNN

Con la revisión de los resultados de la centralidad de las estructuras de agrupación de los municipios de Santiago Ixcuintla, San Blas y Tecuala, se puede inferir la aceptación de la hipótesis con respecto a la existencia de un esquema reticular de asociación entre los actores de la ZCNN. No obstante, existe una limitada evidencia de la colaboración entre los tres municipios, como puede evidenciarse con la Figura 5.20, al marcarse la diferencia de las redes de los tres municipios de forma desarticulada con sólo comunicación de limitados actores que funcionan como conectores de las redes.

La representación gráfica de la red muestra un bajo grado de densidad de tan sólo el 30% en comparación a la densidad interna en la reticularidad de los municipios que ascendió a un porcentaje mayor del 70%. Este grado de densidad demuestra como sólo algunos actores interactúan con otros fuera de sus municipios de origen. En otras palabras, la ZCNN es un destino en formación, poco consolidado y en donde las decisiones y planteamiento de estrategias se aplican al interior de las administraciones municipales, sin compartir visiones de crecimiento a largo plazo en toda la ZCNN.

Respecto al grado de centralidad total normalizada en la Figura 5.20 se observan que los nodos más centrales se constituyen principalmente por los actores del municipio de San Blas, identificables por organizaciones del orden privado que mantienen interrelación con otros grupos y MyPEs del resto de los municipios; como es el caso de la Asociación de Hoteles y Moteles, Tours Cooperativa, Agrupación de Palaperos y el Cocodrilaro. Por su parte, los actores más centrales de Santiago Ixcuintla se ubican en un segundo lugar con participación de organizaciones gubernamentales y agrupaciones privadas. En este caso, el liderazgo es tomado por el Presidente Municipal y la Tesorería seguidos de los particulares: Tours Ecológicos y un representante de los Restauranteros. En el caso de Tecuala, su participación es mucho menor y sólo sobresale la Organización Cooperativa de Camarón con una centralidad normalizada del 27%, en comparación al actor más fuerte con un índice del 47%.

Por otro lado, la intermediación, medida que permite identificar el grado de comunicación entre los actores en la red, se destacan, aunque a niveles bajos, el

trabajo de los actores más centrales del municipio de Santiago Ixcuintla, focalizados en la Presidencia Municipal, los Tours Ecológicos y la MyPE restaurantera.

La medición de cercanía se manifiesta en actores clave, colocando en posiciones estratégicas para fungir como promotores de acciones de desarrollo en toda la ZCNN. El actor 20FM, identificado como el representante de las oficinas municipales de gobierno de municipio de Santiago se mantiene a la cabeza con un 67% de cercanía, seguido por las organizaciones privadas: Tours Ecológicos, Restaurantes, y Hoteles.

También es destacable observar como el resto de los actores investigados se encuentran en la periferia de la red. Si bien es cierto, se relacionan con el resto de los actores, no participan activamente en el diseño de estrategias y toma de decisiones.

Ahora bien, el tipo de colaboración es aún poco identificable, señalándose que sus intervenciones son dirigidas a la intención de buscar organizarse como agrupaciones más fuertes, reclutando a otros actores fuera de su municipio de origen, como es el caso de la Asociación de Hoteles y Moteles, las Cooperativas de Tours y las de Camarón. Por otro lado, el papel de colaboración más importante es por el Presidente de Santiago Ixcuintla que busca la gestión de desarrollo de la zona a través de la propuesta de políticas públicas.

Conclusiones

El siguiente apartado expone las conclusiones derivadas del trabajo empírico, verificando las hipótesis planteadas; de tal forma que se determine el objetivo general definido como la evaluación de las condiciones de la actividad turística rural y las implicaciones de la Micro y Pequeña Empresa como detonadores del desarrollo local de la Costa Norte de Nayarit.

En vista de los estudios realizados desde un alcance exploratorio y descriptivo con un enfoque mixto, se buscó la comprobación de la hipótesis *H1: La identificación de las potencialidades de la ZCNN podría mejorar las políticas hacia un turismo rural y gastronómico*. En vista de lo cual se reconoce que la ZCNN existen condiciones favorables de recursos naturales, gastronomía, patrimonio histórico, entre otros atractivos que dilucen la posibilidad de desarrollo de un TR alternativo a la par de otros enfoques como el ecoturismo, científico, entre otros. Aunque ciertamente, el destino está en formación, dadas las limitaciones de una infraestructura y superestructura de soporte que permita el desarrollo sustentable, eficiente y armónico de la actividad turística y de los actores involucrados.

Es decir, el sistema turístico rural se encuentra en etapas básicas de desarrollo, en donde la existencia de una demanda y oferta turística centrada en los recursos naturales, patrimonio cultural y gastronómico, no necesariamente, suponen la consolidación de un territorio. Los mayores detrimentos a esta postura se encuentran en la pobre infraestructura de soporte y a una débil superestructura turística; en donde, los comentarios vertidos por los actores participantes en este estudio, argumentan la necesidad de una mayor colaboración entre las políticas

públicas del gobierno en sus tres niveles; la iniciativa privada, representadas por las MyPEs y; el bajo compromiso de la sociedad civil.

En forma especial, se denota un destino en formación dada la baja participación de la comunidad (y en tal medida, debía ser considerada en el análisis), dado que, para que se ejerza un real liderazgo en el TR, las antiguas formas de trabajo, basadas en iniciativas individuales e independientes, quedaron en desuso. En la actualidad, los actores turísticos, especialmente la comunidad del destino, participa activamente en la planificación y toma de decisiones de un territorio. Por lo que, el turismo resulta ser un agente de cambio en las sociedades locales en términos de mejoras en la calidad de vida de los ciudadanos, pero también, en efectos de destrucción de los recursos naturales y en los estilos de vida tradicionales.

Sin embargo, esto no se logra, como lo indica Castillo y Alfonso (2017), sino mediante aspectos como la identidad, el arraigo, la cotidianidad, la vida material, la salud y el empleo, para crear productos turísticos mercantilizables de los patrimonios, recursos y estilos de vida. De esta manera se entiende que mercantilizar un territorio a través de la actividad turística rural, de sus actores y actividades, provocarán un crecimiento económico y mejor nivel de vida de sus habitantes.

Ante esta retórica, la tesis de este proyecto sustenta que la comercialización de las condiciones de TR se convierte en herramienta viva para conseguir objetivos estratégicos que satisfagan los intereses de los turistas como de los actores en el territorio.

En otro orden de ideas, las aportaciones señalaron el replantear la gestión turística mediante políticas públicas articuladas con los actores del sistema turístico, así como fundamentar los proyectos a través de la participación de las organizaciones educativas que realicen investigaciones tanto básicas como aplicadas para diagnosticar la situación que guardan los recursos, necesidades, colaboración y políticas de desarrollo que permitan conocer los impactos y decidir en consecuencia. Dado que las políticas o proyectos no sustentados ponen en peligro las condiciones físicas de los recursos, patrimonio cultural y degradando la vida de la comunidad receptora.

Así también, la Teoría de los *Stakeholders* (Clarkson, 1995), sostiene la necesidad de que las relaciones entre los sectores públicos y privados a través de la colaboración pueden lograr avances en los procesos evolutivos de los destinos y sus actividades económicas. Con este interés se plantea la hipótesis *H2: el detonante del desarrollo turístico y su beneficio en las comunidades de ZCNN, apoyado en las capacidades de gestión de los actores, permitirán ampliar la ventaja en el ámbito rural y del patrimonio cultural en las empresas con actividad turística.*

Bajo esta premisa, se comprueba la hipótesis planteada, dado que el desarrollo del TR en un territorio se logra con el apoyo del Estado, instituciones educativas, aliados corporativos, empresariales y la comunidad, cuyas acciones fomentan dicho desarrollo. En este orden de ideas, la presente investigación se prestó especial atención a las dinámicas de colaboración y las relaciones, incorporándose la participación de las MyPEs como operadores del sistema; la

presencia de las organizaciones gubernamentales como los gestores de las políticas públicas; organizaciones empresariales y sindicales; el trabajo de la academia sustentados en proyectos de investigación y comunitarios de instituciones de educación superior y por supuesto; la comunidad civil, que labora en los sectores públicos y privados, que recibe a los visitantes y obtiene, en gran parte, los beneficios de la actividad turística local.

En este contexto, queda claro que la acción turística ya no recae solamente en las políticas del Plan de Desarrollo de un territorio, sino que la responsabilidad del proceso se traslada a todos los actores que intervienen en el espacio turístico concreto. Asimismo, el desarrollo territorial exige la existencia de un compromiso entre los agentes locales y un diálogo abierto entre los representantes gubernamentales y la iniciativa privada. El territorio tiene la necesidad de ser dotado de componentes necesarios, tangibles e intangibles, a fin de crear un entorno socioeconómico, institucional y cultural favorable a las actitudes innovadoras a escala local.

Dada esta perspectiva, se cita a Merinero y Zamora: “se considera al turismo como un fenómeno complejo en el que intervienen un gran número de actores públicos y privados, individuales y colectivos, entre los que se establecen interacciones derivadas de la segmentación y transversalidad características de la actividad turística” (2009:222). De aquí, que los recursos turísticos, los atractivos del destino, la infraestructura instalada, la colaboración de actores y el entorno, es lo que se ha dado en llamar como Sistema Turístico.

De este modo, para que los equipamientos turísticos, la promoción, la formación, la investigación, los espacios naturales, entre otras estrategias de desarrollo sean susceptibles de convertirlas en un producto turístico rural, patrimonial, cultural y gastronómico, susceptible de ser comercializado, se requiere que todos los componentes trabajen en conjunto.

Es importante reconocer que los cambios no pueden lograrse sin la inserción en los programas de desarrollo a la comunidad local o sociedad receptora. En esta perspectiva, surge el concepto de capital social, que se refiere a la capacidad de las personas para trabajar juntas por un objetivo común. Para lograr esto es necesario incluir una dinámica participativa, en la que la comunidad local deba ser la protagonista activa en el diseño del proceso de desarrollo.

Así también, resulta indispensable, la creación de MyPEs, cooperativas, empresas comunitarias, innovadoras y, especialmente, de entidades de la economía social, las cuales deban estar comandadas por empresarios locales que conozcan la realidad y características particulares del territorio. Además, se hace trascendental la creación de servicios de apoyo, financiamiento, asesorías, entre otros.

En otro orden de ideas, el ARS permitió corroborar la hipótesis planteada, *H3: los actores en el ámbito de la actividad turística de la ZCNN presentan condiciones de colaboración y cooperación entre los actores implicados.* La anterior, queda corroborada al mostrarse redes de alta densidad que denotan la interdependencia de los actores en la realización de sus actividades de gestión y empresariales, donde los agentes públicos, en su mayoría, funcionan como ejes

de distribución de información, potentándose como los actores más centrales y de mayor índice de intermediación, aunque esta última se reconoce débil aún, para convertirse en verdaderos agentes de cambio.

Es decir, se acepta la estructura reticular entre los actores internos en cada municipio, más no se generan innovaciones claras para alcanzar mayores índices de desarrollo. Además, la evolución reticular de toda la ZCNN es primitiva al ser aún muy limitados el número de actores o *stakeholders* que gestionan acciones entre municipios para un verdadero crecimiento del TR en la región.

No obstante, se reconoce que estos indicios de colaboración entre los actores ha favorecido el compromiso de desarrollo de una vocación turística en el TR de patrimonio cultural y gastronómico. Aunque se señala que las iniciativas son todavía poco planeadas y sin medidas estratégicas a largo plazo, sin mostrar una visión de colaboración conjunta que permita afrontar los retos del mercado contemporáneo altamente competitivo y globalizado.

El disponer de una dinámica relacional, con vínculos que se mantienen a lo largo del tiempo, como señala Merinero y Pulido (2009), es esencial en la gestión activa de cualquier destino turístico, más si se trata de destinos que se encuentran en las fases emergentes de la actividad turística. Esto permite una dinámica de mayor nivel de consenso, lo que favorece la toma de decisiones para la gestión del destino y los agentes implicados se involucren mayormente en el proceso de decisión en la medida en que se consideren parte activa del mismo.

Por otro lado, por el número de lazos y densidad de las redes, mayores del 70% al interior de los municipios, exhiben propiedades de auto-regulación que

produce una serie de comunidades informales basadas en las relaciones de identificación del resto del grupo de MyPEs y otros organismos vinculados por relaciones comerciales, de amistad, confianza, que pueda producir una verdadera sinergia de colaboración y compromiso futuro.

Es destacable la centralidad de actores gubernamentales como la Presidencia Municipal de Santiago y su tesorero; así como el liderazgo de organizaciones como Cooperativas de Tours, Asociación de Hoteles y Moteles, Organización de Palaperos y Cooperativas de Camarón; además de la presencia de las empresas más representativas: un Hotel de San Blas y un Restaurant en Santiago. Lo anterior, deja a la mayoría de las MyPEs como seguidores o como los llamó Granovetter (1973), lazos débiles con poco compromiso y confianza entre actores. Si bien esto podría observarse como una desventaja, es la oportunidad de alianzas estratégicas, de trabajar en la capacitación turística y de hacer el vínculo con la comunidad del destino, pues son estas mismas MyPEs quienes representan a la sociedad de la ZCNN.

Aún la cooperación entre empresas turísticas y el Gobierno del Estado es tímida y no atiende a las necesidades del sector. Los actores locales consideran fundamental la promoción de la actividad turística rural, cultural y gastronómica de la región, pero destacan que las acciones llevadas por el gobierno son incipientes o inexistentes.

Pese a lo anterior, se puede afirmar que el desarrollo de un destino no es un acto espontáneo a partir de las ventajas en atractivos naturales que ofrece el territorio, sino una serie de condiciones estructurales delineadas estratégicamente

por cada destino, a través de sus actores o *stakeholders* interesados, para que se produzca el TR en este caso en particular. Es así, que la competitividad no es producto sino de las estrategias de un grupo de interesados que participan en la actividad turística de cada territorio y de las redes que forman en su actuación.

Si bien se señalaba que los actores manifestaron un interés en participar en las actividades de TR como una alternativa de desarrollo, los actores involucrados muestran una escasa asociatividad, quienes no han cumplido con su labor de ser gestores del fomento e incentivo de las actividades turísticas, falta de conciencia de la población, visitantes y organizaciones respecto a esta actividad, poca preparación del recurso humano para atender a los visitantes, además de la escasa participación, organización y cohesión de la comunidad local, e inexistencia de una planificación turística del territorio a partir de las aportaciones de los locales y no necesariamente de la política a través del Plan de Desarrollo local y Estatal.

En relación a lo anterior, el involucramiento que la comunidad logre en la toma de decisiones y la valoración que haga de sí misma, atribuyéndose un valor agregado por su cultura local e identidad colectiva, debe ser revalorizada, lo que permitirá estructurarse como un verdadero capital social, capaz de alcanzar un desarrollo equilibrado y sustentable, a partir de la propia relación que establezca con su entorno.

Así también, es fundamental que las organizaciones gubernamentales impulsen nuevas áreas de desarrollo, donde las características particulares de cada territorio determinen los lineamientos de política que favorezcan las ventajas

competitivas, fortaleciendo aquellas áreas con mayores posibilidades de crecimiento. Para ello se debe impulsar la investigación a nivel local y regional.

Buscando fortalecer la cooperación en el sector es necesario estrategias que estimulen las prácticas colaborativas por parte de las instituciones públicas responsables del desarrollo del turismo. También se sugiere la creación de programas de apoyo que impulsen la participación de las empresas en redes de cooperación, concientizándolas acerca de los potenciales beneficios de la colaboración y cooperación entre los actores interesados.

Recomendaciones

Todo estudio es limitado en las propuestas, pues resultaría imposible revisar un fenómeno en todas sus posibles aristas, por lo que este trabajo no es la excepción y sufre de diversas restricciones, entre ellas: no han permitido conocer aún, por el alcance de los objetivos propuestos, la dinámica real de la colaboración que se produce entre los actores o *stakeholders* del sistema. Es decir, se acierta en corroborar la presencia de la colaboración, aunque resulta indispensable un estudio más profundo para explicar la naturaleza de las relaciones y cómo éstas interactúan en el desarrollo de actividades en el proceso productivo del TR en el territorio de la ZCNN.

Asimismo, en esta investigación se manejaron aspectos relacionados con las percepciones de los actores involucrados en la actividad turística sobre las condiciones del turismo rural en la ZCNN y sus posibilidades de generar un desarrollo de la localidad, pero se trata aún de un proyecto exploratorio y descriptivo que necesita afianzarse en estudios de alcance más profundo como investigaciones causales y explicativas del fenómeno. Incluso es interesante replicarlo a otros municipios alternos a la región investigada con el interés de establecer formatos de comparación con otras regiones del mismo estado de Nayarit.

Más aún, el estudio giró entorno a las condiciones de la oferta de servicios turísticos, por lo que resultaría interesante y complementario trabajar con enfoques desde el plano de la demanda turística y su percepción acerca de las condiciones

de la ZCNN y sus posibilidades de desarrollo de un turismo rural, de patrimonio cultural y gastronómico.

Así también, resulta apropiado involucrar la opinión de la comunidad en los estudios de desarrollo turístico, pues son al fin éstos los actores en los que recae la responsabilidad de búsqueda de mejores niveles de desarrollo de su territorio y de los beneficios obtenidos del mismo.

Se recomienda, continuar con investigaciones del orden mixto, que permita una visualización holística de los fenómenos, a través de la utilización de diversos mecanismos para la obtención de la información para explorar, describir y evaluar la situación de los entornos turísticos con el afán de contribuir a la competitividad de los territorios.

En este sentido, resulta altamente recomendable el uso de la metodología de Análisis de Redes Sociales en el ámbito turístico, pues se ha proporcionado evidencia empírica de resultados en esta área, como lo ha demostrado Aras, Hernández y López (2012), con el uso de redes de confianza en las microempresas rurales en Chihuahua; Baggio (2008), con los análisis de redes en los destinos turísticos; Burns (2004), un tercer camino para el análisis del turismo o; Cuevas y Zizaldrá (2009), con sus redes transfronterizas en turismo. Por lo tanto, el Análisis de Redes Sociales, es sin duda una alternativa metodológica que permite una mejor comprensión de los fenómenos turísticos a partir de los actores interesados, sus perfiles, formas de cooperación, colaboración, confianza, amistad, liderazgo, grupos de poder y otros enfoques necesarios para comprender las estructuras del capital social en un sistema turístico.

Referencias bibliográficas

- Amat, J. (Coord.) (2004). *La sucesión en la empresa familiar*, Colección del Instituto de Empresa Familiar. Bilbao, España: Deusto.
- Anaya, A. (2012). El proceso de la sucesión en la empresa familiar y su impacto en la organización. *TEC Empresarios*, 6(1), 29-39.
- Andreu, L. y Parra, E. (2007). Gestión de redes en empresas y destinos turísticos. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5(3), 399-402.
- Arras, A., Hernández, O. y López, J. (2012). Redes de confianza: dimensiones del capital social en las microempresas Rurales en Chihuahua, México. *Nueva Antropología*, 25(77), pp. 31-57.
- Astrachan, J. y Shanker, M. (2003). Family businesses' contribution to the U.S. economy: A closer look. *Family Business Review*, 16(3), 211-219.
- Badiru, A. (2010). The many languages of sustainability: IE's should push for better resource utilization across all. *Industrial Engineer*, 4(11), 30-37.
- Baggio, R. (2008). *Network analysis of a tourism destination*. Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy. University of Queensland, Australia.
- Barkin, D. (1998). *Riqueza, pobreza y desarrollo sustentable*. México: Editorial Jus y Centro de Ecología y Desarrollo.
- Barrón, K., Madera, J. y Pacheco, L. (2011). *Turismo y desarrollo regional: Nayarit y su rivierra en miras a su futuro*. A. Márquez. (Coord.) Nayarit. Economía y Sociedad. 375-398. Nayarit. Universidad Autónoma de Nayarit.
- Bertalanffy, L. (1976). *Teoría General de Sistemas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Borges, C. (2004). *Características e contribuições das redes para o desenvolvimento das pequenas e médias empresas*. Curitiba: Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.

- Boullón, R. y Boullón, D. (2008). *Turismo rural. Un enfoque global*. México: Trillas.
- Brinkmann, W. y Cebrián, F. (coord.). (2008). *Turismo Rural y desarrollo local*. Cuadernos de Turismo. España: Universidad de Murcia.
- Burin, D. y Heras, A. (2001). *Desarrollo local una respuesta a escala humana a la globalización*. Buenos Aires. CICCUS.
- Burns, P. (2004). Tourism planning: a third way?. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 24-43.
- Burt, R.S. (1982). *Toward a Structural Theory of Action*. Academic Press, USA.
- Cabral, A., Castro, A., Alves, J. y Tristão, A. (2012). Redes de empresas e seus efeitos sobre o turismo. *RAE. Revista de Administração de Empresas*. 52 (4) 386-406.
- Carrasco, A. (2005). La micro y pequeña empresa Mexicana. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. 45
- Castillo, M. (2004). *Guía para la formulación de proyectos de investigación*. Bogotá, Colombia: Magisterio.
- Castillo, M. y Tamayo, A. (2011). *Entorno del turismo. Turismo, una visión multidimensional. Volúmen 4*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Castillo, M. y Alfonso, N. (2017). *Patrimonio cultural y turismo: un estudio comparado entre México y Colombia*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Castillo, R. (s.f.) *Empresarialidad de PYMES en México: Marco histórico hacia su nuevo escenario*. Universidad del Valle de México. Recuperado el 19 de noviembre de 2015 en: <http://www.colpamex.org/Revista/Art11/55.htm>
- César, A. y Arnaíz, S. (2002). *Globalización, turismo y sustentabilidad*. México: Universidad de Guadalajara.
- Chua, J., Chrisman, J. y Sharma, P. (2003). Succession and Nonsuccession
Clarkson, M. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating

- corporate social performance. *The Academy of Management Review*, 20(1), 92-117.
- Combariza, J. (2012). *El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de la Mesa (Cundinamarca)*. Tesis de maestría. Universidad Nacional de Colombia.
- Chumacero, A. (2012). *Situación y perspectivas de la economía en Nayarit*. En Barrón, K., Madera, J. y Pacheco, L. (Coord) Nayarit, Economía y Sociedad. México: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Churchill, N. y Hatten, K. (1987). Non-market based transfers of wealth and power: A research framework for family businesses. *American Journal of Small Business*, 11(3), 51-64.
- Condesso, F. (2011). Desenvolvimiento rural, patrimonio e turismo. *Cuadernos de desarrollo rural*, 8(66), 195-220.
- Contreras, M. (2011). *Historia breve de Nayarit*. México: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Coraggio, J. (2002). *La Economía Social como vía para otro desarrollo social*. Recuperado el 12 de noviembre de 2013 del documento de lanzamiento del debate sobre "Distintas propuestas de Economía Social" en Urbared, Red de Políticas Sociales, 2002. www.urbared.ungs.edu.ar.
- Creswell, J. (2014). *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. Los Angeles, Estados Unidos: Sage.
- Cross, R., Borgatti, S. y Parker, A. (2014). *Making invisible work visible: Using social network analysis to support strategic collaboration*. USA: The network roundtable at the University of Virginia.
- Cuevas-Contreras, T. (2011). *Competitividad del destino turístico: Examen reticular del consorcio fronterizo México-Estados Unidos*. Ponencia en Extenso, VII Foro Nacional y III Internacional sobre turismo en Colima Lic. Guillermo Díaz Zamorano en Universidad de Colima en Colima, Colima del 29 al 30 de septiembre.

- Cuevas, T. y Zizaldrá, I. (2009). Red transfronteriza en turismo. Formación gestora caso Ciudad Juárez, Chihuahua y El Paso, Texas, Estados Unidos de Norteamérica. *Análisis Turístico*, (7).
- Cruz, G., Cadena, C. y Serrano, N. (2012). La transición de una comunidad agrícola a turística: Ixtapan de la Sal, México. *Rosa dos Ventos*. 4(II) 222-234.
- De Gortari, R. y Santos, M. Coord. (2010). *Aprendizaje e innovación en microempresas rurales*. Instituto de Investigaciones Sociales. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- De León, V., Agüeros, F. y Mora, V. (2011). Turismo sustentable en Cuatro Ciénegas de Carranza, Coahuila, México una alternativa de desarrollo. *Global conference on business & finance proceedings*. 6 (2)1008-1012.
- De Nooy, W., Mrvar, A. y Batageli, V. (2005). *Exploratory Social Network Analysis with Pajek*. Gran Bretaña: University of Ljubljana / ESNA.
- Diéguez, M., Sinde, A. y Gueimonde, A. (2014). Actividad empresarial y resultados percibidos más allá de la racionalidad económica: el caso del turismo rural. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 12(1) 79-93
- Dosal, A. (2014). ¿Cómo pueden funcionar la cultura y el patrimonio como mecanismos de exclusión? *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 12(1) 137-143.
- Duréndez, A. y García, D. (2005). Diferencias económico-financieras entre las empresas familiares y las no familiares. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 2: 241-265.
- Elías, L. (2009). *Otras formas de Turismo*. Universidad Latina de América. México. Trillas
- Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. Estado de Nayarit. Recuperado el 7 de abril de 2013 <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM18nayarit/municipios/18016a.html>

- Erkuş-Öztürk, H. y Eraydın, A. (2010). Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative networks and organisation building in the Antalya tourism region. *Tourism Management*, 31(1), 113-124.
- Esmoris, M. (2009) Cultura: artes, patrimonio y tradiciones. Gestión cultural: una profesión de servicio. *CLAEH*. 32 (98) 37-54
- Expeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 193-213.
- Faust, K. (2002). *Las redes sociales en las ciencias sociales y del comportamiento*. Cap. 1, pp. 1-14 en Jorge Gil-Mendieta y Samuel Schmidt. Análisis de Redes: Aplicaciones en Ciencias Sociales. Ciudad de México: Universidad Autónoma de México.
- Fernández, E. (2006). De Tesoro ilustrado a recurso turístico: el cambiante significado del patrimonio cultural. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(1), 1-12.
- Freeman, R. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Freiría, G. (2005). *El turismo rural en la alternativa agraria iberoamericana*. En: Dachary, A., Orozco, J. y Arnaiz, E. (coord.). México: Universidad de Guadalajara.
- Gauna, C. (2014). La problemática de los gobiernos locales en México, un reto para el desarrollo local en zonas turísticas. *DELOS: Desarrollo local sostenible*, 7(19).
- Garduño, M., Guzmán, C. y Zizumbo, L. (2009). Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *El Periplo Sustentable*. (17) 5-30.
- Giovannini, R. (2010). Corporate Governance, Family Ownership and Performance. *Journal of Managerial Governance*, 14, 145-166.
- Gobierno del Estado de Nayarit, *Plan Estatal de Desarrollo 1994-1999*.

- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), pp. 1360-1380.
- Gutiérrez, L. (2007). Potencial de desarrollo y gestión de la política regional. *Frontera norte*. 19(38) 7-35
- Gutierrez, M. y Gerritsen, P. (2011). *Turismo rural sustentable. Estudio de caso de la Costa Sur de Jalisco*. Puerto Vallarta, Jalisco: Centro Universitario de la Costa.
- Habbershon, T., Williams, M. y MacMillan, I. (2003). A unified systems perspective of family firm performance, *Journal of Business Venturing*, 18, 451-465.
- Hamui-Suton, A. (2015). Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación en educación médica. *Investigación en Educación Médica*, 2(8), 211-216.
- Handler, W. (1989). *Managing the family firm succession process: The next generation family member's experience*. (Unpublished Doctoral Dissertation). Boston, U.S.A.: Boston University.
- Hanneman, R. (2000). *Introducción a los métodos del análisis de redes sociales*. Departamento de Sociología, Universidad de California en Riverside [en línea]: <http://wizard.ucr.edu/~rhannema/networks/textindex.html>. Consultada: en octubre de 2000.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Perú: Mc Graw Hill.
- INEGI (2009). *Anuario Estadístico de Nayarit 2009b*, México.
- INEGI (2010). *Marco geostadístico municipal*. México: Secretaría de Planeación.
- INEGI (2010). *Información de México para niños*. México. Consultado el 16 de febrero de 2016: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/nay/poblacion/>
- Kadushin, C. (2013). *Comprender las redes sociales. Teorías, conceptos y hallazgos*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Klein, S., Astrachan, J. y Smyrniotis, K. (2005). The F-Pec scale of family influence: construction, validation, and further implication for theory. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 29(3), 321-339.
- Lafuente, C. y Egoscóabal, A. (2008). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: fases, fuentes y selección de técnicas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, Septiembre-diciembre (64), 5-18.
- Lemmettyinen, A. (2009). The Coordination of Cooperation in Strategic Business Networks – the Cruise Baltic Case. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(4), 366-386.
- Lotero, J., Arcila, M. y Gómez, A. (2009) Políticas públicas y turismo en las regiones rurales de Antioquía, Colombia: aproximaciones desde el enfoque de sistemas productivos territoriales y redes institucionales. *Cuadernos Des. Rural*, Bogotá (Colombia). 5(61) 169-193
- Luna, P. (2004). *Nayarit tres recorridos gastronómicos y algunos secretos del fogón*. México: Universidad Autónoma de Nayarit
- Martín, F. (2010) Patrimonio y turismo en la construcción de nuevos territorios. *Huellas*. (14) 117-149.
- Martínez, A. y Hernández, M. (2013). La red de desarrollo local como estructura de relacionamiento social y funcionamiento de la ciencia, la innovación y las estructuras de los gobiernos locales. El caso de la Universidad de Oriente. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Recuperado el 10 de noviembre de 2013 de <http://xn--caribea-9za.eumed.net/relacionamiento-social/>
- Merinero, R. y Pulido, J. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de los destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*. 23, 173-193.
- Merinero, R. y Zamora, E. (2009). La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS*, 7(2), 219-238.
- Meyer, J. (2008). Breve historia de Nayarit. México: Fondo de Cultura Económica.

- Miguel, A., Maldonado, P. y Torres, J. (2007). Desigualdad del desarrollo regional en México. *Problemas del desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*. 38 (151), 87-102.
- Molina, S. (2005). *Planificación integral del turismo*. México: Trillas.
- Molina, S., Cuevas-Contreras, T. y Rodríguez-Herrera, I. (2014). *Desarrollo socioeconómico entre turismo y redes*. (ed. Palafox, A. y Cuevas, T) en: Complejidad del turismo en la frontera.
- Monsó, L. (2005). Empresas familiares y sucesión: ¡Una bomba de tiempo! ¡En cuenta regresiva! Un enfoque psico-económico. *Revista electrónica de veterinaria*. 6(12), 1-8.
- Morales, G. y Hernández, J. (2011). Los stakeholders del turismo. *International Conference on Tourism & Management Studies*. 1(1), 894-903.
- Monteferrante, P. (2012). Entre la familia y el negocio. El desafío de gobernar una empresa familiar. *Debates IESA*, 17(3), 57-62.
- Moreno, O., Andrade, J. y Romero, M. (2010). Oferta y Competitividad turística del poblado de Popotla y su impacto en el desarrollo local. *Revista Internacional Administración y Finanzas*. 3(2), 91-102.
- Murray S. y Larry S. (2009). *Estadística*. 4ta edición. México, D.F: Mc Graw-Hill.
- Nault, S. y Stapleton, P. (2011). The community participation process in ecotourism development: a case study of the community of Sogoog, Bayan-Ulgii, Mongolia. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(6), 695-712.
- Newman, M. (2004). *The Structure and Function of Complex Networks*. Escuela de Física de la Universidad de Michigan, citado en Beirute, L. y Barahona, J.C., (2004) "Los mapas conceptuales en el contexto de las redes sociales: un nuevo escenario de aplicación". *Concepts Maps: Theory, Methodology, Technology*. Proc. of the First Conference on Concept Mapping, Pamplona.
- Núñez, L. y Salazar, V. (2009). La producción y comercialización de bacanora como estrategia de desarrollo regional en la sierra sonorenses. Estudios sociales: *Revista de Investigación científica*, 205-219.

- Organización Mundial del Turismo (2008). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Organización Mundial del Turismo-OMT (1998). *Manual de introducción al turismo*. Madrid: Egraf.
- Organización Mundial de Turismo (2007). *Understanding Tourism: Basic Glossary*.
- Orozco, J. y Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *Revista Intersedes*. XIV(27), 143-167.
- Pérez, V., Blancas, F., González, M., Guerrero, F., Lozano, M., Pérez, F. y Caballero, R. (2009). Evaluación de la sostenibilidad del turismo rural mediante indicadores sintéticos. *Investigaciones operacionales*, 30(3), 40-51.
- Plan de desarrollo municipal de Tecuala, Nayarit 2011-2014. Sección Octava Periódico Oficial Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit.
- Plan de desarrollo municipal de San Blas, Nayarit 2011-2014. Vigésima Octava Sección Periódico Oficial Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit.
- Plan de desarrollo municipal SanitagoIxcuintla, (2011-2014) Periódico Oficial Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit.
- Plan estatal de desarrollo Nayarit 2005-2011 Periódico Oficial Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit.
- Plan estatal de desarrollo Nayarit (2005-2011). *Evaluación 2010 de avances del plan estatal de desarrollo 2005-2011 por eje rector y eje estratégico*. Recuperado el 29 de marzo de 2013 de: http://www.nayarit.gob.mx/transparenciafiscal/evaluacion/ped_2010.pdf
- Plan estatal de desarrollo Nayarit (2005-2011). *Regionalización turística de Nayarit*. Recuperado el 29 de marzo de 2013 de: http://www.nayarit.gob.mx/transparenciafiscal/rendiciondecuentas/programas/2008/programa_desarrollo_turistico.pdf

- Plan estatal de desarrollo Nayarit (2011-2017). *Programación y Presupuesto*. Recuperado el 29 de marzo de 2013 de:http://www.seplan.gob.mx/des/ped/ped_nay.pdf
- Presas, P. (2013). *Familines in tourism firms* (Tesis Doctoral). España: Universitat de Girona.
- Prokkola, E. (2011). Regionalization, Tourism Development and Partnership: The European Union's North Calotte Sub-programme of INTERREG III A North. *Tourism Geographies*, 13(4), 507-530.
- Quintero, J. (2008). *Turismo y desarrollo local en México. El caso del municipio de Cabo Corrientes en Jalisco*. Madrid, España: Universidad Computense de Madrid.
- Ramírez, J. (2011). ¿Qué alternativas para el desarrollo regional? fronteras, potencialidades y vocacionamientos territoriales. *Revista Líder*. 18(13), 139-154.
- Riveros, H. y Blanco M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para valorizar la agroindustria como mecanismo de desarrollo local, documento técnico*, Lima: IICA/Prodar, 18.
- Rodríguez, J. (2005). *Análisis estructural de redes*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rodríguez, J. y Mérida, F. (2005). *Guía práctica de redes sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Rodríguez, M. y Orozco, J. (2009). *Política pública y agenda municipal. El caso de Cabo Corrientes*. Universidad de Guadalajara. México.
- Román, F. y Ciccolella, M. (2009). *Turismo rural en Argentina*. Argentina: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Salcedo, M. y San Martín, F. (2012). Turismo y sustentabilidad: Paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alternativo. *Gestión y Estrategia*, (41), 71-86.

- Sánchez, G. (2007). *Perspectivas de las micro y pequeña empresa como factores del desarrollo económico en México*. México. CEDEN.
- Schlüter, R. (2006). *Turismo y patrimonio gastronómico. Una perspectiva*. CIET. Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 15 de julio de 2013 de: http://www.cieturisticos.com.ar/Pdf/L-Turismo_y_patrimonio.pdf
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural y Pesca SAGARPA (2011). *Monitor agroeconómico. Secretaría de fomento a los agronegocios*. Recuperado el 26 de febrero de 2014 de: <http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/Documents/pablo/Documentos/monitor%20estados/Nayarit.pdf>.
- Secretaría de Economía, (2016). *Primer reporte del Observatorio PyME*. CIPI. México.
- Shleifer, A. y Vishny, R. W. (1997). A survey of corporate governance. *Journal of Finance*, 52(2), 737-783.
- Singüenza, L. (2014). *Indicadores de vocación turística para empresas y destinos. 2do. Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios Turísticos para Empresas y Destinos*. Expertos en Turismo y Cultura. Consultado el 23 de febrero de 2019 en: http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/1e167ENIOT4_LuisFSiguenza_IndicadoresVocaci--nTur_27jun.pdf
- Simão, O. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El Turismo Gastronómico en Mealhada – Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 20(5), 738-752.
- Sonfield, M. y Lussier, R. (2009). Family-member and non-family-member managers in family businesses, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16 (2): 196-209.
- Steckerl, V. (2006). Modelo explicativo de una empresa familiar que relaciona valores del fundador, cultura organizacional y orientación al mercado. *Pensamiento y Gestión*, 20, 194-215.

- Stoner, J. y Freeman, R. (1995). *Administración*. Río de Janeiro: Prentice Hall.
- Strobl, A., y Peters, M. (2013). Entrepreneurial reputation in destination networks. *Annals of Tourism Research*, 40, 59-82.
- Su, M., y Wall, G. (2012). Global–local relationships and governance issues at the Great Wall World Heritage Site, China. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(8), 1067-1086.
- Tchetchik, A., Fleischer, A. y Finkelshtain, I. (2006). *Rural Tourism: Development, public intervention and lessons from the Israeli experience: review Literature and Arts of Americas*. Consultado el 15 de marzo de 2019 en: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/7148/2/dp060012.pdf>
- Toledo, V., Alarcón, P. y Barón, L. (2009). Revisualizar lo rural desde una perspectiva multidisciplinaria. *Revista de la Universidad Bolivariana*, 8(22), 328-345.
- Upton, N., Teal, E. y Felan, J. (2001). Strategic and Business Planning Practices of Fast Growth Family Firms, *Journal of Small Business Management*, 39 (1): 60-72.
- Vallarta, A. (1997). *Nayarit hoy*. En Sandoval, M. (Coord) Pág. 112-121. México: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Vargas, A. (1995). *Estadística descriptiva e inferencial*. (2º Ed.) Murcia, España: Universidad de Castilla-La Mancha.
- Varisco, C. (2016). Turismo rural: propuesta metodológica para un enfoque sistémico. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 14(1), 153-167.
- Ward, J. (1997). Growing the family business: Special challenges and best practices. *Family Business Review*, 10(4), 76-88.
- Wasserman, S. y Faust, K. (2013). *Análisis de redes sociales. Métodos y aplicaciones*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Wellman, B. y Berrowitz, S. (1988). *Social structures: A network approach*. Nueva York: Cambridge University Press.

Whyte, M. (1996). The Chinese family and economic development: obstacle or engine? *Economic Development and Cultural Change*, 44, 1-30.

Yang, J., Ryan, C y Zhang, L. (2013). Social conflict in communities impacted by tourism. *Tourism Management*, 35, 82-93.

Anexos

Anexo 1. Guía de Cuestionario Cuantitativo



Cuestionario

Análisis de las condiciones de la actividad turística rural y la implicación de las MyPEs en la Costa Norte del Estado de Nayarit (ZCNN)

Objetivo: Evaluar las condiciones de la actividad turística rural como detonadores de desarrollo local en la Zona Costa Norte de Nayarit.

Datos de identificación

Día: L M Mi J V S D Fecha: ____/____/____/ Hora Inicio: ____ Hora término: ____

Clave entrevistador: _____

Dirección:

Municipio _____

DATOS GENERALES

1. Género:
 - a) Femenino
 - b) Masculino
2. Edad:
 - 1. 15-24 años
 - 2. 25-44 años
 - 3. 45-64 años
 - 4. 65 años o más
3. Estado civil:
 - a) Soltero
 - b) Casado
 - c) Divorciado
 - d) Unión libre
4. Nivel de estudios:
 - a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Medio superior
 - d) Profesional
 - e) Posgrado
5. Ocupación:
 - a) Estudiante
 - b) Empleado
 - c) Dueño o socio de empresa
 - d) Labores del hogar
 - e) Otro: _____

A.- CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

No	Pregunta	Respuesta	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
A1	¿Está de acuerdo que el turismo rural es una actividad de desarrollo local?					
A2	¿Considera que el Estado de Nayarit tiene recursos naturales, culturales e históricos que pueden desarrollarse en el área del turismo rural?					
A3	¿Es la gastronomía del Estado de Nayarit ampliamente reconocida nacional e internacionalmente?					

A4	¿Las comunidades rurales en la ZCNN cuentan con patrimonio histórico y cultural de interés para los visitantes?				
A5	¿Existen emprendedores del turismo rural en la ZCNN?				
A6	¿Puede el turismo rural ser una alternativa de desarrollo?				
A7	¿Considera que además de Sol y playa existen otros atractivos para el turismo?				
A8	¿Considera que la gastronomía local es un atractivo para los visitantes?				
A9	¿El turismo rural podría convertirse en un generador de empleos mejor remunerados?				
A10	¿Consideras que el turismo podría causar daños a los recursos naturales?				
A11	¿Considera que la comunidad se encuentra preparada para recibir a los turistas de diferentes culturas?				
A12	¿Considera que todos deben participar en la toma de decisiones para resolver los problemas de la comunidad?				
A13	¿Considera que el turismo rural reemplazaría las actividades primarias, agrícolas y pesqueras, a lo largo de la zona?				
A14	¿Considera que existe una infraestructura para que se desarrolle el turismo rural en la zona?				
A15	¿Considera que debe existir desarrollo del emprendedurismo?				

B.- APRECIACIÓN DEL TURISMO

N o	Pregunta	Respuesta	
		SÍ	NO
B1	Los visitantes únicamente pasean por las calles, visitan monumentos, bares y restaurantes		
B2	Nayarit cuenta con más visitantes nacionales que visitantes internacionales		
B3	Las actividades turísticas de Nayarit se centran en el turismo de sol y playa		
B4	Existe una cultura sustentable en la actividad turística de la iniciativa privada y pública de Nayarit.		
B5	El turismo rural es una alternativa de desarrollo socioeconómico de patrimonio y gastronómico.		

Anexo 2. Guía de entrevista Foros de Discusión



Primer Foro de análisis de la actividad turística rural y patrimonial y la implicación de las MyPEs en la Zona Costa Norte del Estado de Nayarit

Guía de Entrevista Foro de Discusión

Mesa I: Actores empresariales MyPEs

1. ¿Será conveniente establecer una red empresarial a través de una fundación para que se pueda llevar una investigación aplicada respecto al Turismo rural?
2. ¿Cómo contemplan el desarrollo Rural? En algún producto turístico?
3. ¿Es importante la promoción para que se conozca la zona?
4. ¿Existen los servicios básicos en la zona?

Mesa II: Investigadores y catedráticos

1. ¿Cómo puede la academia aportar para el crecimiento de la zona, respecto al Turismo rural?
2. ¿Es importante crear una identidad para esta zona?
3. ¿Es importante el trabajo colaborativo para la promoción del turismo rural en la ZCNN?

Mesa III: Actores Gubernamentales (políticas públicas)

1. Es importante la sensibilización a la comunidad respecto al desarrollo Turístico?
2. Existen programas con diversas instituciones para apoyar el desarrollo turístico? CONAPESCA, CONANP, FONATUR, etc.

Anexo 3. Entrevista semiestructurada para actores de la ZCNN



Guía de Entrevista Organismos Privados

1. Datos generales

Nombre de la empresa: _____ Fecha de visita: __/__/__

Actividad primordial: _____ Antigüedad: _____

2. Objetivo

Evaluar las políticas públicas y del sector empresarial como estrategias de desarrollo regional en el sector turístico de la región.

1. Mencione brevemente la historia de su negocio.
2. ¿Cuáles serían las condiciones actuales en las que se encuentra?
3. ¿Cuál ha sido la ventaja empresarial de pertenecer a este giro? ¿Cuál ha sido su valor agregado?
4. ¿Cuáles considera que son los factores por los que no se ve un progreso en la localidad?
5. ¿Considera que las políticas públicas actuales contribuyen al crecimiento de su empresa?
6. ¿Considera que existen los suficientes elementos para seguir impulsando su negocio?
7. ¿Pertenece a alguna asociación de acuerdo a su giro?
8. Cuando las autoridades han puesto en marcha algún programa, ¿Cómo reaccionan las empresas del giro?

9. Los programas que ha establecido el gobierno, ¿Tienen continuidad?
10. ¿El desarrollarse en el área de Turismo Rural? Pudiera ser una alternativa de desarrollo local?
11. ¿Cuáles ventajas y desventajas habría de darle un impulso al turismo rural?
12. ¿Qué mecanismos pudieran implementarse para desarrollar un turismo alternativo que genere beneficios a la comunidad?



Guía de Entrevista para organismos Públicos

1. Datos generales

Nombre de la organización: _____ Fecha de visita: __/__/__

Actividad primordial: _____

2. Objetivo

Evaluar las políticas públicas y del sector empresarial como estrategias de desarrollo regional en el sector turístico de la región.

1. ¿Actualmente existen políticas públicas pertinentes al área de Turismo Rural?
2. ¿Cuáles considera que son los factores por los que se ve un lento progreso en la localidad?
3. ¿Recuerda que a esta zona le llamaban “La Costa de Oro”? ¿Cuáles considera que serían los factores que pudieran ayudara a recobrar la economía de los años 50’s?
4. ¿Existen los suficientes servicios para que se lleve a cabo el turismo como alternativa de desarrollo?

5. ¿Considera que existen algunos esquemas que pudieran impulsar a los empresarios para invertir en el área del Turismo Rural?
6. ¿Considera que falta interés por parte de las autoridades gubernamentales para darle un impulso a la cultura de Nayarit? ¿De qué nivel estaríamos hablando, municipal, estatal o federal?
7. ¿Cuáles ventajas y desventajas habría de darle un impulso al turismo rural?
8. ¿Existen estudios previos sobre el impacto ambiental que pudiera darse al detonarse el turismo como alternativa de desarrollo?
9. ¿Está contemplado en las políticas públicas el impacto social que generaría el desarrollo turístico en la zona?
10. ¿Quiénes considera que sean los principales actores en el movimiento turístico de la zona?
11. Mencione algunas características o requisitos que debiera tener la zona para poder desarrollar el turismo.
12. ¿Existen mecanismos para apoyar para que se asocien algunos comerciantes?

Anexo 4. Entrevista semiestructurada para evaluar la reticularidad de actores de la ZCNN



Guía de Entrevista a actores de la actividad turística de la ZCNN

I. Datos generales

Nombre de la empresa: _____ Fecha de visita: __/__/__

Actividad primordial: _____ Antigüedad: _____

II. Objetivo

Evaluar la reticularidad y tipo de colaboración de los actores de la actividad turística rural de la ZCNN.

III. **Instrucciones** (señale todos los actores con los cuales se relaciona, dentro o fuera de su municipio de trabajo.

IV. Cuestionamientos

1. ¿Mantiene relación pública o comercial con otros empresarios o agentes del municipio?

2. Indique con cuáles:

Nombre	Tipo

Anexo 5. Listado de participantes a los Foros de Discusión



Listado de participantes a las Mesas de Discusión del Primer Foro de la actividad turística rural y la implicación de las MyPEs en la Zona Costa Norte de Nayarit

Mesa I: Actores Empresariales (MyPEs) Abril 27 de 2015 de 8:45 a 11:00

Clave	Nombre	Puesto
E1	Ignacio Vallarta Chan	Gerente de la Papalota
E2	Roberto Mata Rentería	ECONOMATA
E3	Julio Villafuentes	Dirigente de la Tovara
E4	Roberto Virgen Ceja	Amigos del Jaguar
E5	Nelson Cibrián González	Presidente de la Asociación de Ramaderos
C4	Dr. Tomás Cuevas Contreras	Investigador (UACJ)
C5	Ing. Manuel Ignacio Quintero Borrego	Rector UTC y empresario
C6	Ing. Edgar Santiago Hernández Barragán	Secretario Académico UTC y empresario
C7	Mtro. Frasin García Guzmán	Profesor de Tiempo Completo UTC
C8	Gabriela Socorro Navarro Medina	Profesor de Tiempo Completo UTC

Mesa II: Investigadores y catedráticos Abril 27 de 2015 de 10:45 a 13:00

Clave	Nombre	Puesto
C1	Dr. Margarito Ortiz Catón	Profesor Investigador (UAN)
C2	M.L.A. María del Carmen Hernández Cueto	Profesor Investigador (UAN)
C3	Dr. Manuel Blanco y Correa Magallanes	Profesor Investigador (UAN)
C4	Dr. Tomás Cuevas Contreras	Investigador (UACJ)
C5	Ing. Manuel Ignacio Quintero Borrego	Rector UTC y empresario
C6	Ing. Edgar Santiago Hernández Barragán	Secretario Académico UTC y empresario
C7	Mtro. Frasin García Guzmán	Profesor de Tiempo Completo UTC

C8	Gabriela Socorro Navarro Medina	Profesor de Tiempo Completo UTC
----	---------------------------------	---------------------------------

Mesa III: Actores Gubernamentales
Abril 28 de 2015 de 9:45 a 12:00

Clave	Nombre	Puesto
G1	Lic. Rebeca Aguiar Delgado	Coordinador de Turismo de Santiago
G2	Janeth Orozco	Coordinación de Museo y Artesanías de Santiago
G3	Biol. Jorge Castrejón Pineda	CONANP
G4	Alfredo Zepeda García	Comisariado Ejidal de SENTISPAC
G5	Dr, Gerardo Torres García	CIAD
G6	Mateo Cortez Hernández	Representante Estatal de PRONATURA
C4	Dr. Tomás Cuevas Contreras	Investigador (UACJ)
C5	Ing. Manuel Ignacio Quintero Borrego	Rector UTC y empresario
C6	Ing. Edgar Santiago Hernández Barragán	Secretario Académico UTC y empresario
C7	Mtro. Frasin García Guzmán	Profesor de Tiempo Completo UTC
C8	Gabriela Socorro Navarro Medina	Profesor de Tiempo Completo UTC

Anexo 6. Listado de Actores de Santiago Ixcuintla



Listado de Actores participantes en metodología de redes de Santiago Ixcuintla



Actores directos-empresariales (MyPEs)



Actores Terceros



Actores Gubernamentales

CLAVE	TIPO
1LR	Restaurant
2JM	Palapero
3MM	Agencia viajes
4LM	Campamento tortugas
5MA	Campamento jaguar
6SC	Palapero
7LA	Restaurant
8GC	Palapero
9RR	Productor de mango
10AM	Pooperativa camarón
11AH	Cooperativa de ostión
12VA	Agencia de viajes
13YI	Palapero
14AN	Hotelero
15RR	Restaurant
16VV	Comisariado ejidal
17RA	Dirección de turismo
18RR	Coplademun
19LL	Síndico
20FM	Presidente municipal
21GQ	Arte y cultura
22FG	Tesorero
23BR	Narrador oficial
24CG	Casa de la cultura
25LV	hotelero

26VP	Palapero
27JP	Tours ecológicos
28IV	Palapero
29PG	Palapero
30PV	Hotelero

Anexo 7. Listado de Actores de San Blas



Listado de Actores participantes en metodología de redes de San Blas



Actores directos-empresariales (MyPEs)



Actores Terceros



Actores Gubernamentales

CLAVE	TIPO
1JP	Palapero
2FG	Artesanías
3LL	Restaurant
4JQ	Trailer park
5RV	Paseos en lancha
6FG	Palapero
7JG	Hotelero
8AV	Hotelero
9RE	Hotelero
10FM	Palapero
11LA	Pan de plátano
12MR	Paseos
13SG	Productor de plátano
14DS	Granja de camarón
15DV	Palapero
16MG	Hotelero
17EC	Cocodrilaro
18RS	Cooperativa tours
19MP	Asoc hoteles y moteles
20HR	Presidente municipal
21GR	Tesorería
22JV	Dirección de turismo
23BM	Casa de la cultura
24HV	Narrador oficial
25JG	Cooperativa de ostión

26SC	Cooperativa de pescado
27RL	Relator
28VH	Restaurant
29RV	Artesanías
30GL	Pan de plátano

Anexo 8. Listado de Actores de Tecuala



Listado de Actores participantes en metodología de redes de Tecuala



Actores directos-empresariales (MyPEs)



Actores Terceros



Actores Gubernamentales

CLAVE	TIPO
1AL	Hotelero
2AG	Palapero
3PP	Artesanías
4SG	Agencia viajes
5JG	Palapero
6DG	Palapero
7AJ	Botanero
8AA	Botanero
9MV	Productor de mango
10MA	Palapero
11CG	Cocadas
12MB	Palapero
13SP	Tesorero
14LS	Presidente municipal
15CP	Artesanías
16AB	Cooperativa de camarón

Anexo 9. Grado de centralidad normalizado de la red de Santiago Ixcuintla

	Densidad de entrada ponderada	Densidad de salida ponderada	Densidad total ponderada	Betweenness (intermediación)	Closeness (cercanía)
1LR	0,6896552	0,862068966	0,775862069	0,010163	0,878788
2JM	0,7241379	0,896551724	0,810344828	0,010922	0,90625
3MM	0,7586207	0,931034483	0,844827586	0,013235	0,966667
4LM	0,4137931	0,586206897	0,5	0,00196	0,725
5MA	0,7586207	0,827586207	0,793103448	0,011872	0,852941
6SC	0,5862069	0,551724138	0,568965517	0,004061	0,707217
7LA	0,8275862	0,931034483	0,879310345	0,016682	0,966667
8GC	0,6551724	0,620689655	0,637931034	0,007261	0,74259
9RR	0,6896552	0,75862069	0,724137931	0,006562	0,852941
10AM	0,6896552	0,655172414	0,672413793	0,005794	0,763158
11AH	0,6896552	0,586206897	0,637931034	0,004677	0,763158
12VA	0,5172414	0,517241379	0,517241379	0,002302	0,674419
13YI	0,5172414	0,517241379	0,517241379	0,003038	0,674419
14AN	0,9310345	0,931034483	0,931034483	0,019756	0,935484
15RR	0,6896552	0,931034483	0,810344828	0,011583	0,935484
16VV	0,6896552	0,689655172	0,689655172	0,007536	0,763158
17RA	0,9655172	0,862068966	0,913793103	0,015422	0,966667
18RR	0,8275862	0,620689655	0,724137931	0,00549	0,852941
19LL	0,7586207	0,551724138	0,655172414	0,003004	0,805556
20FM	1	0,724137931	0,862068966	0,014834	1
21GQ	0,6896552	0,689655172	0,689655172	0,003272	0,763158
22FG	1	0,896551724	0,948275862	0,020092	1
23BR	0,9310345	0,724137931	0,827586207	0,015088	0,935484
24CG	0,7931034	0,068965517	0,431034483	0,007256	0,828271
25LV	0,8275862	0,827586207	0,827586207	0,007818	0,852941
26VP	0,7586207	0,724137931	0,74137931	0,005054	0,805556
27JP	0,8965517	0,965517241	0,931034483	0,018093	1
28IV	0,8275862	0,827586207	0,827586207	0,008802	0,878788
29PG	0,6551724	0,724137931	0,689655172	0,003816	0,828571
30PV	0,6896552	0,724137931	0,706896552	0,004258	0,805556

Fuente: elaboración propia con base a PAJEK.

Anexo 10. Grado de centralidad normalizado de la red de San Blas

	Densidad de entrada ponderada	Densidad de salida ponderada	Densidad total ponderada	Betweenness (intermediación)	Closeness (cercanía)
1JP	0,793103	0,862069	0,827586	0,002329	0,878788
2FG	0,896552	0,862069	0,87931	0,002598	0,878788
3LL	0,896552	0,862069	0,87931	0,002567	0,878788
4JQ	0,862069	0,896552	0,87931	0,006639	0,935484
5RV	0,758621	0,931034	0,844828	0,00785	0,935484
6FG	0,793103	0,862069	0,827586	0,003441	0,878788
7JG	0,758621	0,862069	0,810345	0,002069	0,878788
8AV	0,793103	0,827586	0,810345	0,002686	0,878788
9RE	0,758621	0,793103	0,775862	0,001064	0,852941
10FM	0,931034	0,931034	0,931034	0,007309	0,935484
11LA	0,896552	0,896552	0,896552	0,006353	0,90625
12MR	0,862069	0,896552	0,87931	0,006445	0,90625
13SG	0,758621	0,862069	0,810345	0,00364	0,935484
14DS	0,551724	0,655172	0,603448	0,001657	0,763158
15DV	0,965517	0,896552	0,931034	0,007653	0,966667
16MG	1	1	1	0,015646	1
17EC	0,965517	1	0,982759	0,009758	1
18RS	0,965517	1	0,982759	0,009758	1
19MP	1	1	1	0,011646	1
20HR	0,724138	0,448276	0,586207	0,001854	0,852941
21GR	1	0,931034	0,965517	0,009762	1
22JV	0,965517	0,551724	0,758621	0,004293	1
23BM	0,896552	0,965517	0,931034	0,009562	0,966667
24HV	0,827586	0,827586	0,827586	0,007773	0,852941
25JG	0,551724	0,689655	0,62069	0,002069	0,783784
26SC	0,517241	0,62069	0,568966	0,001924	0,725
27RL	1	0,724138	0,862069	0,00643	1
28VH	0,655172	0,724138	0,689655	0,003057	0,783784
29RV	0,931034	1	0,965517	0,008543	1
30GL	0,931034	0,896552	0,913793	0,006646	0,966667

Fuente: elaboración propia con base a PAJEK.

Anexo 11. Grado de centralidad normalizado de la red de Tecuala

	Densidad de entrada ponderada	Densidad de salida ponderada	Densidad total ponderada	Betweenness (intermediación)	Closeness (cercanía)
1AL	0,933333	0,933333	0,933333	0,006343	1
2AG	0,933333	1	0,966667	0,007613	1
3PP	0,866667	1	0,933333	0,00605	0,9375
4SG	0,933333	0,933333	0,933333	0,00887	0,9375
5JG	1	0,8	0,9	0,007414	1
6DG	0,933333	0,933333	0,933333	0,007908	1
7AJ	0,933333	1	0,966667	0,008323	1
8AA	0,733333	0,866667	0,8	0,004166	0,882353
9MV	0,8	0,733333	0,766667	0,003036	0,9375
10MA	0,866667	0,933333	0,9	0,006718	0,9375
11CG	0,933333	0,933333	0,933333	0,006814	0,9375
12MB	0,933333	0,933333	0,933333	0,007548	1
13SP	0,933333	0,866667	0,9	0,006615	1
14LS	0,933333	1	0,966667	0,007613	1
15CP	0,933333	0,933333	0,933333	0,00887	0,9375
16AB	0,866667	0,8	0,833333	0,005623	1

Fuente: elaboración propia con apoyo de PAJEK