



Vol 5, Nº 13 (Diciembre/Dezembro 2012)

DESARROLLO LOCAL ENDÓGENO Y PRODUCTOS TURÍSTICOS. CASO SUBREGIÓN OCCIDENTAL DE JALISCO, MÉXICO.

Rodrigo Espinoza Sánchez¹

rodrigoe@cuc.udg.mx

Edmundo Andrade Romo²

edmundoa@cuc.udg.mx

Rosa Ma. Chávez Dagostino

rosac@cuc.udg.mx

Alfonso Zepeda Arce

azepeda@cuc.udg.mx

Resumen

El desarrollo de una región requiere del entendimiento de todos y cada uno de los actores que ahí se encuentran para encontrar los mecanismos propicios que coadyuven al beneficio del colectivo. La subregión de San Sebastián del Oeste, Mascota y Talpa de Allende contiene recursos naturales y culturales con potencialidad turística pero en la actualidad su estado ocioso los convierte en factores sujetos a la

¹ Profesor e investigador de la Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa.

² Profesores e investigadores de la Universidad de Guadalajara, Centro universitario de la Costa.

depredación por actividades convencionales del sector primario como la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la minería entre otras.

La presente investigación se desarrollo dentro del paradigma cualitativo, a través del método descriptivo interpretativo con apoyo en: bibliografía temática, entrevistas a los funcionarios de turismo de cada municipio que integra la subregión en cuestión y, con trabajo en *situ* mediante visitas guiadas a la subregión de la sierra occidental con el objeto de obtener la mayor información posible para la creación de un producto turístico (PT) para los municipios de Mascota, San Sebastián del Oeste y Talpa de Allende. Los principales elementos o componentes del PT de esta subregión fueron identificados a través de: la historia, la minería, la naturaleza y su construcción arquitectónica, aspectos estos que posibilitan la atraktividad del PT regional.

Los principales resultados encontrados del análisis investigativo refiere a que es posible y factible integrar un producto turístico que contenga a la subregión de la Sierra Occidental ya que se encontraron elementos distintivos para dicho producto entre ellos: sitios naturales, manifestaciones culturales, Folklore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas, y acontecimientos programados.

Palabras clave: producto turístico, región, turismo rural, desarrollo local endógeno.

1. Introducción

Los municipios rurales de México en las últimas décadas del siglo pasado y lo que va desde este siglo se han visto involucrados en un continuo de búsqueda que les permita encontrar mecanismos que impulsen el desarrollo de las comunidades asentadas en su territorio, esto debido principalmente a que el modelo económico sustentado en lo agropecuario, en este modelo económico de libre mercado ha quedado desprotegido por la inexistencia de una política pública adecuada para este sector de la sociedad, lo que a la postre, éste en el estado de la práctica actual en el mundo rural ha dejado de ser el idóneo para generar las oportunidades que requieren los diferentes actores y sectores locales para alimentar de manera congruente sus aspiraciones como seres humanos con una identidad cuyo patrón cultural es único.

El mundo rural constituido por una diversidad de ideas, pero con un común denominador inherente al elemento tierra ha venido transitando por diferentes estadios o escenarios que en algunos momentos fungieron éstos como el ejercicio del derecho natural y, la conquista de los recursos naturales para beneficio exclusivo del ente

humano, se ha incrustado en un entramado de situaciones problemáticas y complejas de resolver, esto como consecuencia del desenvolvimiento aún más numeroso de las familias nucleares, es decir, con el aumento poblacional de los entes jurídicos representados en ejidos³ o comunidades indígenas que ostentan los núcleos poblacionales que residen en este espacio rural, que *a posteriori* el sector oficial para su administración pública se integran en municipios o demarcaciones regionales.

El desarrollo local endógeno de una región o subregión parte del supuesto de que los locatarios deben asumir el rol de participantes activos, y que estos deben de ser los generadores de las ideas que, posteriormente se convertirán en los medios de producción comunitaria, así como promotores de las políticas públicas que habrán de sustentar las acciones o prácticas de dicha planeación.

El turismo rural puede servir como estrategia de desarrollo en el espacio rural, en donde se concentran recursos naturales y culturales que posibilitan integrar un producto turístico, mismo que puede ser aprovechado por varias actividades de esta naturaleza, o a través de la constitución de una ruta o circuito turístico viable para el desarrollo rural comunitario que los actores locales han considerado como propicio para su esfera específica. Por tanto el turismo en este mundo rural, representa para las economías en desarrollo una opción más para poder enfrentar las situaciones que el libre mercado les ha impuesto, de ahí entonces, que la elaboración de un producto turístico acorde a las características de los diferentes territorios o regiones sea un factor a considerar.

Lo anterior implica, determinar que es un producto turístico y esto puede definirse como aquel conjunto de elementos tangibles e intangibles caracterizados en una actividad específica, en un determinado espacio. Por lo que para su concretización necesita varios elementos como: accesibilidad, atractivos, facilidad y herencia cultural de un determinado lugar. En relación a lo expuesto en los párrafos anteriores, el presente trabajo trata de hacer un acercamiento a lo que es un producto turístico de la región 10 de la Sierra Occidental de Jalisco subregión: San Sebastián del Oeste, Mascota y Talpa de Allende.

2. Desarrollo de la Investigación

2.1. Área de estudio

³ Ejido es una figura jurídica que alude a la dotación de tierras a un grupo de personas para la manutención de su familia, dicha dotación le compete a la federación o al gobierno federal.

La república mexicana está dividida políticamente en 31 estados y un distrito federal (ver Figura: I). Cada uno de estos estados o entidades federativas se integra a la vez por un conjunto de municipios que funcionan como el eslabón periférico del estado, para el ejercicio de la autoridad responsabilidad de la política pública, dentro de estos municipios están contenidos entes jurídicos que poseen la propiedad del aprovechamiento del recurso tierra para la manutención de colectivos agrupados en núcleos poblacionales que le dan vida al espacio rural y urbano de esta sociedad. El territorio del estado de Jalisco está dividido en 12 regiones (ver Figura II) que le dan vida a la función público administrativa, es decir, son 12 regiones políticas que contienen a los 125 municipios (ver Figura III), mismos que tienen una diversidad tanto natural como cultural, aspectos éstos que implican ser conscientes del diseño de la política pública, ya que su población es abundante y, entre la cual todavía existen etnias nativas del territorio jalisciense que le dan ese sentido de pertenencia e identidad propia de una cultura original y auténtica.



Figura 1: mapa de la República Mexicana

Fuente: [http:// www. maps.google.com.mx/](http://www.maps.google.com.mx/)

Figura II: Mapa que muestra la regionalización de Jalisco.



Fuente: <http://www.google.com.mx/imgres?imgurl=http://portalsej.jalisco.gob.mx/>
 Figura

III: Mapa que muestra los municipios de



Jalisco

Fuente:

http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/jal/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=14

La región 10 Sierra occidental está integrada por ocho municipios, para el objeto de este estudio sólo se consideran los municipios de San Sebastián, Mascota y Talpa de Allende, mismo que en forma integral constituirían una subregión. Las principales actividades económicas son la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la minería y los servicios. Por otra parte, este modelo de explotación del sector primario a través de lo agropecuario, la minería y la silvicultura han conducido a la erosión de los suelos y, destrucción de los ecosistemas boscosos, y la irrupción de la comunicación entres dichos ecosistemas de la sierra occidental. En cuanto a la población de esta subregión, existen 386 localidades o comunidades de asentamientos humanos en los tres municipios ya referenciados de la subregión en cuestión (INEGI, 2005).

En el mismo sentido de lo expuesto en las líneas anteriores, el sector servicios se ha venido desarrollando debido a que estos tres municipios ya aludidos, tienen una climatología fría y templada en la mayor parte del año, lo que propicia la atracción para el descanso de visitantes entre los que se encuentran los excursionistas y los turistas, que además de descansar hacen el viaje para visitar a la virgen de Talpa, patrona del municipio del mismo nombre.

2.2. Discusión teórica

El turismo y el desarrollo se han venido integrando como un binomio codependiente en los territorios o demarcaciones municipales donde la pobreza de la población local se ha agudizado, y es a través de esta estrategia de desarrollo económico sustentada en el turismo como los gobiernos locales pretenden paliar esta situación, sin embargo no han logrado que la actividad se propague como se tenía previsto, esto por una parte, debido a la falta de visión de los elementos que deben considerarse para integrar un producto turístico (PT) y, por otra, al modelo de desarrollo económico tradicional que sigue deteriorando el ambiente. Lo anterior, conlleva a que se consideren nuevos modelos de desarrollo que integran los diferentes sectores y factores requeridos para que se ejerciten las actividades turísticas que representen una nueva opción complementaria en esta región (Espinoza, et., al., 2010).

Lo anterior implica entonces que el planeamiento de una estrategia que impulse el desarrollo debe de estar bien fundamentada, por lo que, si se considera que el

desarrollo endógeno debe de ser propuesto a partir de un producto turístico (PT), este debe de ser bien estudiado y estructurado, con el objeto de que pueda tener cubiertos los aspectos de *facto* y de *jure*, y pueda ser operacionalizado dentro de este espacio territorial.

Los PT en sus diferentes representaciones o tipologías tienen elementos que insolubles que deben ser estudiados bajo la óptica de un sistema turístico, compuesto por la oferta, la demanda con sus desagregados.

Al respecto Ballesteros (1996) en su trabajo sobre mercados turísticos menciona que: "...El producto turístico está conformado por los atractivos, las facilidades y el acceso. Los atractivos generan el interés por visitar el lugar y se clasifican de acuerdo al Plan Nacional de Turismo 1976-1982 en: 1. Sitios naturales, 2. Manifestaciones culturales, 3. Folklore, 4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas, y 5. Acontecimientos programados..."

En el mismo sentido del párrafo anterior, cuando se pretende integrar un PT se requiere del conocimiento de los elementos que este tiene, para tal efecto es importante traer a colación las palabras textuales de Chávez, et. al., (2005) quienes mencionan: "...que los elementos tangibles e intangibles de un producto pueden ser: pueblos (testimonios), petroglifos, cascos de haciendas, casonas rurales, iglesias, gastronomía, mercados, artesanías, agroindustrias tradicionales, fiestas: religiosas y populares, cotidianidad del mundo rural, leyendas, historias regionales y locales..."

En relación a las líneas anteriores, la integración de un producto turístico requiere según Palafox y Frausto (2008) "...la interpretación, un elemento clave para el PT, ya que el visitante no se da cuenta de si un área es natural o cultural, menciona que esta forma parte de la gestión, cuya razón de ser son los visitantes..."

Con referencia a lo anterior Martínez, (2011) menciona en su artículo Marketing turístico institucional en España, el caso de Turespaña y Turismo Tenerife "...la importancia de la creación de políticas públicas dentro de la elaboración de un producto turístico..."

En relación a lo anterior Martínez y Méndez, (2004) elaboran un trabajo que intitulan: Desarrollo de capacidades gerenciales, propuesta para el manejo administrativo y operativo en actividades de aventura "...los elementos administrativos de un producto turístico requiere de la creación de un programa de actividades estratégicas, un

programa de capacitación, una guía normativa, una mejora organizacional y el diseño de manuales de organización y capacitación...”

Lo explicitado en los párrafos anteriores conducen a entender que elaborar un PT en la subregión de estudio compuesta por los municipios de San Sebastián, Mascota y Talpa de Allende, es entender que se requiere de la existencia de una oferta que soporte la actividad, así como una demanda determinada para dicho producto, con los referentes necesarios que se correspondan.

En congruencia con lo aludido en el párrafo anterior, es importante el análisis de los elementos que componen a un producto dentro de un territorio. La elaboración de un PT en esta subregión de la sierra occidental requiere de un completo conocimiento de dichos elementos, así como entender la dialéctica del territorio, ya que es a través de esto como se asocian o corresponden dichos elementos para poder integrar o conformar una región o zona turística a través de un producto. Los tres municipios serranos de San Sebastián, Mascota y Talpa de Allende necesitan ser analizados bajo la óptica turística y, de esta forma se pueda hacer un acercamiento al desarrollo de este espacio intermunicipal. La relevancia de crear un PT en esta subregión es lo que dará la pauta para que estos se conecten entre sí y, se posibilite el desplazamiento de turistas que generen efectos multiplicadores dentro de las comunidades establecidas a nivel local. Identificar y evaluar la oferta intramunicipal, establece los cimientos de la oferta turística que ha de adherirse al plano regional. Aunado a lo anterior, la elaboración del PT posibilita que la población local pueda involucrarse en la dinámica económica y por ende obtener beneficios tanto de sus actividades tradicionales como de las nuevas en las cuales puedan estos inmiscuirse (de Jong, 2001; Blauert y Sidek, 1999; Boullón, 2006).

2.3. Método y materiales

La presente investigación se hizo dentro del paradigma cualitativo, con el método descriptivo interpretativo, utilizando las técnicas de: entrevistas guiadas a actores clave: funcionarios representantes del sector turismo de los tres municipios, elegidos estos por el rol que juegan en la toma de decisiones para el desarrollo turístico del municipio, además de investigación bibliográfica relacionada al tema.

3. Resultados

Acorde al guión de entrevista estructurada con cuatro preguntas generales relacionadas a: A) ¿Qué atractivos tienen para conquistar el desplazamiento de turistas a la región?; B) ¿Cuál es la situación actual en la que se encuentran sus atractivos?; C) En base a los atractivos turísticos con los que cuenta su municipio, ¿Qué tipo de turismo creen que se pueda desarrollar en la región? Y D) ¿Cuentan con un plan ó programa para desarrollar el PT de la región?

En orden de prelación el director y subdirector de turismo del municipio de San Sebastián del Oeste respondió a los cuatro cuestionamientos diciendo que este municipio tiene diferentes recursos turísticos culturales y de aventura para el desarrollo del turismo, unos en buenas condiciones y otros en malas condiciones, en los cuales se puede desarrollar turismo de aventura y cultural. En relación a si se tienen programas de desarrollo turístico se esta trabajando en eso.

Con respecto al municipio de mascota, se entrevistó únicamente al director de turismo el cual respondió a dichos cuestionamientos de la siguiente manera: existen atractivos focales entre los que destacan la presa Corinchis, la Laguna de Juanacatlán, templo de la preciosa sangre, museo de arqueología y el núcleo poblacional de la cabecera municipal de Mascota, atractivos que cuentan con la mejor promoción ya que poseen la mejor infraestructura para el desarrollo de la actividad turística, pero también existen atractivos que complementarios como: Navidad, Hierbabuena, Mirantilla, Cañón el Ocotillo y volcán el Molcajete, éstos se ofertan por estar dentro de la región. Con respecto al segundo cuestionamiento comentó que todos los atractivos están en muy buenas condiciones, sin embargo existe el problema de la infraestructura y la deficiente señalética de turismo y la falta de servicios de soporte turístico en los lugares más alejados de la cabecera municipal. Además agrego se cuenta con un inventario de recursos turísticos que determinan que tipo de turismo se puede desarrollar como: turismo de aventura, ecoturismo y turismo cultural, para finalizar dice: se cuenta con el plan de desarrollo municipal como el elemento principal para el desarrollo del turismo.

En alusión al municipio de Talpa de Allende la responsable del departamento de turismo respondió a los cuestionamientos diciendo: como se sabe Talpa de Allende tiene un segmento de turismo religioso y otro de aventura, por lo que sus principales atractivos son los templos religiosos y el bosque de Maple, y están en perfectas condiciones para su aprovechamiento. Acorde a esto, como ya se mencionó, los atractivos se enfocan al turismo de aventura, religioso y el ecoturismo. En congruencia con el último cuestionamiento de que si cuentan con programas de desarrollo turístico,

comenta que existe el plan de desarrollo municipal, pero específicamente de desarrollo turístico no se tiene.

4. Conclusiones y sugerencias

Acorde a los objetivos planteados consistentes en el análisis de los elementos de un producto turístico se pueden generar las siguientes conclusiones.

- A) Primeramente, se entiende que la intermunicipal de estas tres jurisdicciones pueden ser una región turística, ya que contiene elementos que la identifican como tal.
- B) Los tres municipios analizados contienen elementos importantes para integrar un producto turístico regional que incluya las bondades de los tres municipios.
- C) Aunque existen atractivos turísticos dentro de la región de estudio, éstos deben de ser estudiados y valorados para ver su viabilidad y factibilidad como productos turísticos, ya que su dispersión dentro del territorio genera desventajas competitivas para ciertos segmentos turísticos.
- D) El atractivo cultural se presenta como un común denominador en las tres municipalidades, por lo que se debería fortalecer las acciones para su aprovechamiento.
- E) El turismo religioso, puede ser un producto que abandere el dinamismo de esta actividad dentro de toda esta región turística.
- F) Debe de generarse convenios y programas que apoyen el desarrollo de esta actividad, ya que el sólo hecho de ser municipios autónomos, esto imposibilita la toma de decisiones.
- G) Acorde a lo anterior, debe de gestarse un organismo que haga posible de *facto* y de *jure* que este producto sea viable.
- H) El desarrollo local endógeno de la región de estudio a través del turismo, puede ser viable si se involucra a los actores locales dueños de los recursos.
- I) La diversificación de la oferta turística requiere ante todo encontrar los nichos de mercado para los diferentes actividades turísticas que arrojan los resultados.
- J) Se requiere dar seguimiento a las acciones e ideas de los residentes locales con el objeto de encontrar mecanismos que los motive a integrar sus *modus vivendis* una nueva actividad que vendría a complementar su cotidianidad.
- K) El turismo a través del diseño de productos turísticos puede encontrar en subregiones, que le permitan desarrollar clubes de productos turísticos, expresados en rutas y circuitos, con los estudios de mercado

En relación a las sugerencias,

- a) Plasmar que como toda otra investigación, esta puede ser útil para futuras investigaciones relacionadas a un producto turístico regional.
- b) La elaboración de un producto turístico, requiere el análisis del sistema turístico, es decir de la oferta, la demanda y sus intermediarios para poder encadenar las variables de mercadeo, de ahí entonces, que en este caso se requiere profundizar en el estudio de mercado, y no sólo ver el producto desde el lado de la oferta.
- c) Los encargados del desarrollo del turismo en el sector oficial, antes de considerar que tienen un producto sustentado en la oferta, deben de analizar su mercado, ya que la comercialización en la *praxis* es la etapa más difícil de un producto turístico y, esto ya se ha experimentado en todos los municipios de México, con el *boom* del turismo, por tanto se debe de analizar otras experiencias, por ejemplo el programa L.E.A.D.E.R. en la Unión Europea.

Bibliografía

- Ballesteros, R. 1996. Mercados turísticos. Planeta. Com. México. consultado: 04/07/2010
<http://www.planeta.com/ecotravel/mexico/oaxaca/ballesteros/oaxaca2.html>
- Blauert, J. y S. Zedek. 1999. *Mediación para la sustentabilidad: construyendo políticas desde las bases*. Institute of Development Studies, Universidad de Sussex, Reino Unido, CIESAS, Consejo Británico, Plaza Valdés, Editores, S.A. de C.V. México.
- Boullón, R. 2006. *Planificación del Espacio Turístico*. Trillas. México.
- Boullón, R. 2006. *Planificación del Espacio Turístico*. Trillas. México.
- Chávez, R., E. Andrade, R. Espinoza y L. Guevara. 2005. *Cabo Corrientes: patrimonio Natural y Cultural*. Universidad de Guadalajara. México.
- de Jong, G. 2001. *Introducción al método regional*. Laboratorio patagónico de investigación para el ordenamiento ambiental y territorial, Universidad Nacional del Comahe. Argentina.
- Espinoza, R., E. Andrade y R. Chávez. 2009. El imaginario del desarrollo sustentado en el turismo comunitario. Caso Techos de México en Chacala Nayarit, México. *TURyDES*, Vol. 2, No. 5.

- Espinoza, R., R. Ma. Chávez, E. Andrade, T. Gómez y M. Ramírez. 2010. Un “Trinomio Perfecto” basado en: Turismo, Desarrollo Sustentable y Calidad de Vida para el Desarrollo Comunitario de Chacala, Nayarit, México. *TURyDES*, Vol 3, No 8 septiembre.
- http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/jal/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=14
- <http://www.google.com.mx/imgres?imgurl=http://portalsej.jalisco.gob.mx/> Figura III: Mapa de los municipios de Jalisco.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Información. 2005. *Conteo de Población y Vivienda*. Sistema de Información del Agua (CEA) de Jalisco. México.
- Martínez, J.A. 2011. Marketing Turístico Institucional en España. Caso de TURESPAÑA Y TURISMO DE TENERIFE, *TURyDES*, Vol. 4, No 9, febrero.
- Martínez, L.A. y L.M. Méndez. 2011. Propuestas para el manejo administrativo y operativo en actividades de aventura. Caso “Eco Alberto”. *TURyDES*, Vol. 4, No 9, febrero.
- Palafox, A. y O. Frausto. 2008. *Turismo: desastres naturales y medio ambiente*. Universidad Quintana Roo. México.