Estudios y proyectos regionales comunitarios para el desarrollo turístico sostenible en México.

COORDINADORES

Lenin Martínez Pérez • Jorge Rebollo Meza

Rosario del Carmen Suárez Jiménez

SEP SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA | TABASCO | UTyP DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES TECNOLÓGICAS Y POLITÉCNICAS

Estudios y proyectos regionales comunitarios para el desarrollo turístico sostenible en México

Lenin Martínez Pérez
Jorge Rebollo Meza
Rosario del Carmen Suárez Jiménez

Estudios y proyectos regionales comunitarios para el desarrollo turístico sostenible en México.
Coordinadores, Lenin Martínez Pérez, Jorge Rebollo Meza, Rosario del Carmen Suárez Jiménez. --Primera edición. -- Villahermosa, Centro, Tabasco: Universidad Tecnológica de Tabasco, 2021.
280 páginas:

Incluye referencias bibliográficas al final de cada capítulo. ISBN DIGITAL: 978-607-99317-2-8
Primera edición, 2021
D. R. © Universidad Tecnológica de Tabasco
Carretera, Villahermosa-Teapa
Km. 14.6, Parrilla II, Tab. C.P. 86288
Villahermosa, Centro, Tabasco.
www.uttab.mx

Las opiniones expresadas en el presente libro son de exclusiva responsabilidad de cada uno de los autores que participaron y no necesariamente representan la opinión de la UTTAB. Queda prohibida su reproducción total sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito del titular, en términos de la Ley Federal de Derechos de Autor. Se autoriza su reproducción parcial siempre y cuando se cite a la fuente.

Esta obra fue dictaminada mediante el sistema de pares ciegos, por un Comité Científico Interinstitucional que contó con el apoyo de evaluadores de diferentes Instituciones, así como por el Consejo Editorial instaurado para tal fin. Las denominaciones empleadas y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de la UTTAB, juicio alguno sobre la delimitación de fronteras o límites y la mención de empresas o productos de fabricantes en particular, estén o no patentados, no implica que la UTTAB los apruebe o recomiende de preferencia a otros de naturaleza similar que no se mencionan. Aunque la UTTAB fomenta la reproducción y difusión parcial o total del material contenido, queda prohibida su reproducción total sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito del titular, en términos de la Ley Federal de Derechos de Autor. Su uso para fines no comerciales se autorizará de forma gratuita previa solicitud. La reproducción para la reventa u otros fines comerciales, incluidos fines educativos, podría estar sujeta a pago de derecho o tarifas.

Coordinadores: Lenin Martínez Pérez, Jorge Rebollo Meza, Rosario del Carmen Suárez Jiménez.

Revisión de la edición: Lenin Martínez Pérez, Jorge Rebollo Meza, Rosario del Carmen Suárez Jiménez, Domingo Román Guillén, Laura González González.

Apoyo editorial: Departamento de Diseño e Imagen de la UTTAB.

Responsable de la edición: Universidad Tecnológica de Tabasco. Hecho en Villahermosa, Tabasco, México.

Comité Científico

Estudios y proyectos regionales comunitarios para el desarrollo turístico sostenible en México es una obra colectiva creada por un equipo de profesionales, quienes cuidaron el nivel y la pertinencia de los contenidos, lineamientos y estructuras establecidas por la Editorial Universidad Tecnológica de Tabasco.

Fue dictaminada con arbitraje a doble ciego por un Comité Científico Inter-Institucional México-Colombia-Brasil, integrado por especialistas en el tema.

Su contenido es responsabilidad exclusiva de los autores.

Dr. Emigdio Larios Gómez
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP).
Coordinador

Dr. José Aurelio Cruz de los Ángeles
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP).

Dra. Manuela Camacho Gómez
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT).

Dra. Aida Dinorah García Álvarez
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT).

Dr. Domingo Román Guillén
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT).

Dr. Salvador Neme Calacich
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT).

Dra. Clara Luz Lamoyi Bocanegra
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT).

Dra. Mónica Isabel Mejía Rocha
Universidad de Guanajuato (UG).

Dictaminador Colombia
Dr. Erick Jassir Ufre
Universidad Libre. Seccional Barranquilla, Colombia.

Dictaminador Brasil
Dr. Thel Augusto Monteiro
Universidad Metodista de Piracicaba, Brasil.

Prólogo

El presente libro representa el esfuerzo de académicos, investigadores y especialistas en el área del turismo y la sostenibilidad que, buscando comprender el fenómeno turístico y su relación con el desarrollo sostenible en sus trabajos; realizan propuestas para mejorar las condiciones actuales del turismo en la región sur-sureste de México y el País. Vivimos en una época donde las realidades se constituyen a través de escuchar o leer a los otros, en este sentido, este texto expresa modos de pensar y solucionar problemas relacionados con el turismo y el desarrollo sostenible, quien lo lea tiene en sus manos una visión diversa y de gran valía para comprender cómo las comunidades están generando respuestas particulares a los grandes problemas ambientales y sociales. Este tomo contempla 23 capítulos divididos en cuatro apartados. El primero, que consta de siete capítulos que analizan el desarrollo comunitario, a las comunidades locales y su relación con el turismo sostenible, donde resalta a la vista la necesidad de una mayor integración social y también reconocer los casos de éxitos que han llevado a las colectividades, a fortalecer los centros turísticos. El segundo, se integra de cuatro trabajos donde se enuncian experiencias en el sector hotelero y restaurantero haciendo énfasis en áreas de oportunidad del crecimiento turístico sostenible, el desarrollo local y la manera en la que dicho sector ha enfrentado a la pandemia Covid-19. El tercero, lo constituyen cuatro capítulos considerados como proyectos que aportan espacios de innovación y creatividad para el desarrollo sostenible dentro de los que encontramos la elaboración de materiales a partir del reciclaje y la producción o industrialización de materias primas. El cuarto, se conforma por ocho trabajos que consisten en el análisis o estudios de variables temas algunos transversales para la sostenibilidad como el uso de tecnologías de la información y comunicación para el turismo o el desarrollo local. Asimismo, la aplicación de la contabilidad para la sostenibilidad, el análisis jurídico en proyectos como el Tren Maya y la refinería Dos Bocas, y finalmente, el estudio del análisis climático en América Latina.

En suma, la fortaleza de esta obra radica en la diversidad de trabajos que nacen por una preocupación actual y mantienen de manera singular un abordaje metodológico enunciando los hallazgos encontrados en una realidad próxima o inmediata, mencionando propuestas y áreas de oportunidad para el turismo y el desarrollo sostenible.

CAPITULOS

COMUNIDAD, DESARROLLO Y TURISMO SOSTENIBLE

CAPÍTULO 1. USO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA. CASO: FERIA VILLA MACULTEPEC.

Venilde Herrera Roldán, Juana Guerrero González, Elsy Janeth Alejandro Pantoja, Ramón Ramón Castillo. **10**

CAPÍTULO 2. EL TURISMO COMO DETONANTE DEL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL EN TEOTIHUACÁN.

Verónica Ramírez Cortés, Sendy Janet Sandoval Trujillo, Blanca Estela Hernández Bonilla. **22**

CAPÍTULO 3. VISIÓN DOCENTE DE BIENESTAR COMUNITARIO DE PESCADORES DESPLAZADOS CASO: REFINERÍA DOS BOCAS.

Daniel Gutiérrez Ramos, Eduardo Torres Aguilar. **32**

CAPÍTULO 4. PERCEPCIONES QUE TIENEN LOS HABITANTES DEL EJIDO EUREKA Y BELÉN, ACERCA DEL TURISMO GENERADO EN EL CENTRO ECOTURÍSTICO GRUTAS DEL COCONÁ.

Carlos Martín Jiménez Arano, Karina Sánchez Domínguez. **41**

CAPÍTULO 5. EL COMERCIO INFORMAL EN LA ZONA TURÍSTICA DE TEOTIHUACÁN.

Blanca Estela Hernández Bonilla, Verónica Ramírez Cortés, Sendy Janet Sandoval Trujillo. **65**

CAPÍTULO 6. EL CACAO Y LAS INDUSTRIAS CHOCOLATERAS, PROMOTORES DEL DESARROLLO SUSTENTABLE EN TABASCO. *Norma Angélica Hernández Gómez, Rosa María Martínez Jiménez.* **71**

CAPÍTULO 7. PARAÍSO SUSTENTABLE.

Lucía Sandoval Núñez, Fabiola Lizama Pérez, Susana Mandujano Contreras. **81**

TURISMO SOSTENIBLE, HOTELERÍA Y SECTOR RESTAURANTERO

CAPÍTULO 8. DESAFÍOS DE LAS MIPYMES TURÍSTICAS DEL SECTOR RESTAURANTERO ANTE EL COVID-19 EN TEAPA, TABASCO.

Samuel de La Cruz May, Erika Guadalupe May Guillermo, Yazmin Denisse Salvador García. **92**

CAPÍTULO 9. LA RESILIENCIA EN EMPRESAS HOTELERAS EN CRISIS DE COVID-19.

Soemi Arely García García, Susana Mandujano Contreras, Fabiola Lizama Pérez. **101**

CAPÍTULO 10. EL TURISMO DEPORTIVO. UNA ÁREA DE OPORTUNIDAD PARA REACTIVAR LA ECONOMÍA POST-COVID-19.

Aída Dinorah García Álvarez, Débora Domínguez Pérez, Gladys Elena Mateos Gutiérrez, Jorge Rebollo Meza. **115**

CAPÍTULO 11. ECOTURISMO PARA EL DESARROLLO LOCAL DE BALANCÁN, TABASCO.

Mayra de los Ángeles Mendoza González, Luis Ángel Guzmán Jiménez, Reyna Luz Castro Constantino. **123**

PROYECTOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

CAPÍTULO 12. BANDERAS DEL MUNDO.

Gerardo Enrique Gutiérrez Romero, Octavio Elías Sánchez Aquino, Librado Jiménez Maceda. **132**

CAPÍTULO 13. APROVECHAMIENTO DE LOS DESECHOS AGROINDUSTRIALES DE MUSA SPP. EN LA OBTENCIÓN DE FIBRAS PARA PRODUCTOS DE USO COTIDIANO.

André Medel Sánchez Lara, Sergio Alberto Gómez Cornelio. **140**

CAPÍTULO 14. LA INDUSTRIA RECICLADORA DE PLÁSTICOS EN UNA ECONOMÍA CIRCULAR PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

Rosa María Martínez Jiménez, Deisy María Jerónimo Jiménez, Priscila Nayeli Ramos Martínez. **147**

CAPÍTULO 15. AGROINSDUSTRIA OSTRÍCOLA COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO ECONOMICO LOCAL DEL MUNICIPIO DE PARAÍSO, TABASCO.

Brigitte Florence Zamudio Chimal, José Félix García Rodríguez, Lenin Martínez Pérez, Fabián Baldemar Hernández Pérez. 156

ANÁLISIS Y ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

CAPÍTULO 16. LA MERCADOTECNIA DIGITAL COMO HERRAMIENTA DE CONECTIVIDAD EN LAS HACIENDAS CACAOTERAS DE TABASCO.

Claudia Fabiola Ávila Guzmán, María Ydolina Rosales Pérez, Sara Trejo González. **192**

CAPÍTULO 17. BUENAS PRÁCTICAS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE, MEDIANTE EL USO Y APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS.

Rosario del Carmen Suárez Jiménez, Domingo Román Guillén, Manuela Camacho Gómez, Jorge Rebollo Meza. **212**

CAPÍTULO 18. IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

Sara Villegas de la Cruz, Rosa María Martínez Jiménez. **223**

CAPÍTULO 19. ANÁLISIS JURÍDICO DE LOS PROYECTOS TREN MAYA, REFINERÍA DOS BOCAS Y SU RELACIÓN CON EL MEDIO AMBIENTE.

José Armando Flores Sánchez, Ricardo Maglioni Montalvo. **229**

CAPÍTULO 20. PERCEPCIÓN DEL PARQUE ECOTURÍSTICO "K'AAX KILI'ÍCH" EN TULUM, QUINTANA ROO.

Clara Carlson Morales, Luis G. Maas Tun. **236**

CAPÍTULO 21. DISTRIBUCIÓN POTENCIAL DE LIGUSTRUM LUCIDUM Y KOELREUTERIA PANICULATA EN EL PARQUE ECOLÓGICO CHIPINQUE, NUEVO LEÓN.

Ricardo Guevara Herrera, Yuridia León Velazquez, María del Carmen Samaniego Baldivia. **248**

CAPÍTULO 22. ESTUDIO DE INCIDENCIA DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN AMÉRICA LATINA.

Magda Gabriela Sánchez Trujillo, Marisol Resendiz Vega, Juan Luis Reyes Cruz. **258**

CAPÍTULO 23. TURISMO CREATIVO EN EL CONTEXTO DE LA ECONOMÍA NARANJA.

Manuela Camacho Gómez, Rosario del Carmen Suárez Jiménez. **268**

Comunidad, Desarrollo y Turismo Sostenible

USO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA. CASO: FERIA VILLA MACULTEPEC

Venilde Herrera Roldán, Juana Guerrero González,
Elsy Janeth Alejandro Pantoja, Ramón Ramón Castillo.

I. RESUMEN

La presente ponencia presenta el resultado del análisis de un caso actividad comunitaria exitosa en relación con el impacto económico que alcanza y al encuentro de voluntades y trabajo colaborativo que se logra, para extraer de ahí propuestas alternativas para provocar desarrollo económico local a través de la aplicación de conceptos de economía social y solidaria. Para la realización de este análisis se aplicaron técnicas de investigación bajo un enfoque exploratorio como la documental, la observación directa y las entrevistas personales, los cuales abastecieran de información sobre el objeto de estudio. Dentro de los resultados encontrados se visualizaron bases de económica social y solidaria dentro de la comunidad de Villa Macultepec en la organización su feria anual, en donde se detectó el ensamble colaborativo de diferentes actores de la comunidad que participan como organizadores, gestores, promotores y auditores del evento para lograr entre todos beneficios de carácter social, pero también económicos para la comunidad. Este análisis generó propuestas para aprovechar esquemas de economía social solidaria en este evento como: la formalización de una asociación civil comunitaria, la realización de festivales que impulsen a los productores comunitarios como el concurso del tamal y la colocación de un tianguis local de productos comunitarios.

Palabras Clave: *Turismo, Economía social, Macultepec*

II. INTRODUCCIÓN

La Economía social y solidaria propone el uso de prácticas económicas alternativas mediante la aplicación de valores universales, como la equidad, la justicia, la fraternidad económica, la solidaridad social, el compromiso con el entorno y la democracia directa. El turismo por su parte genera empleos que empoderan también a las personas y les brindan una oportunidad de encontrar su lugar en sus propias sociedades, a menudo por vez primera. En palabras del secretario general de la Organización Mundial de Turismo, Zurab Pololikashvili, este sector les da a las personas la oportunidad de ganarse la vida. Y de ganar no solo un salario, sino también dignidad e igualdad (Pololikashvili, 2018).

En los últimos años se han realizado estudios a nivel internacional que demuestran que la realización de muchas actividades económicas a nivel comunitario se basa en el aprovechamiento de factores culturales que cuentan con un potencial de aprovechamiento turístico elevado y que tienen implícitos rasgos que caracterizan a la economía solidaria como la cooperación, el mutualismo, la solidaridad y la autogestión dentro de los integrantes de las comunidades (Peña, 2018).

Dentro de nuestro estado y en nuestro municipio, encontramos actividades comunitarias arraigadas a partir del aprovechamiento de rasgos culturales, como por ejemplo la celebración de festividades, que contribuyen a la generación de productos y servicios que se producen de forma colectiva y que han sido aprovechados como impulso detonador de actividades turísticas a nivel local. Los principios de la Economía solidaria tienen condiciones políticas para ser aplicados desde el turismo en el estado de Tabasco y en el municipio de Centro. Ejemplo de esto es que dentro del Plan de Desarrollo Municipal 2018-2021 se reconoce que el turismo debe ser un eje detonador de nuevas inversiones y que las bondades geográfico-naturales, así como la riqueza histórico-cultural no han sido suficientemente aprovechadas para potenciar el crecimiento económico del Centro, en parte, por la ausencia de una política pública en materia de promoción turística y la gestión para mejorar la infraestructura del sector (H. Ayuntamiento de Centro, 2018).

Sin embargo, tanto el desconocimiento general en este tipo de teorías como la falta de investigación en el tema dificultan el proceso aplicación y ejecución e impiden aprovechar de una manera amplia sus beneficios de forma comunitaria. Dentro de las villas y poblados del municipio existe el desarrollo de actividades colectivas donde se pudiera elevar el

impacto económico a través de aprovechar los rasgos culturales y el valor turístico que éstos tienen, pero estas comunidades no tienen las condiciones para aplicar la economía solidaria debida a diversos factores como son: la falta de personal de turismo, problemas de comunicación entre los diferentes ámbitos, problemas socioculturales y el hecho de que existes esfuerzos aislados sin una adecuada conjugación de actores. Estas situaciones se interrelacionan creando una problemática que está indicando la carencia de una estrategia que permita aplicar la economía solidaria a la actividad turística en la comunidad.

Por lo anterior, la presente ponencia expone el resultado del análisis de un caso de actividad comunitaria exitosa en relación con el impacto económico que alcanza y al encuentro de voluntades y trabajo colaborativo que se logra, a partir del evento de la Feria de la Villa Macultepec para extraer de ahí propuestas alternativas para incidir en el desarrollo económico local a través de la aplicación de conceptos de economía social y solidaria.

III. OBJETIVOS Y METAS

En función de la problemática planteada anteriormente se establecen los objetivos que se persiguen en este estudio:

- Analizar un caso de aplicación de actividades turísticas como motor para el desarrollo de actividades económicas, Caso Feria Villa Macultepec.
- Identificar alternativas de propuesta para generar desarrollo económico a partir de actividades de turismo local en el estado de Tabasco.

IV. MATERIALES Y METODOS

Para la realización de este análisis se consideró la aplicación de técnicas de investigación que nos abastecieran de información sobre el objeto de estudio, en este caso la Feria de la Villa Macultepec y en este sentido se decidió que el análisis alcanzará las últimas tres ediciones de este evento, es decir; sus versiones 2018, 2019 y 2020.

Para la construcción del marco teórico de base se realizó investigación documental desde la perspectiva de varios autores especialistas en la materia, así como de datos de referencia en diferentes medios oficiales y de comunicación dentro del contexto del evento analizado. Bajo

un enfoque exploratorio del fenómeno de estudio se decide la aplicación de técnicas como la observación Directa, sobre todo de las actividades comunitarias realizadas durante las tres ediciones analizadas, así como la aplicación de entrevistas personales a miembros de la comunidad que participaron como agentes de organización, promoción y de gestoría o como beneficiarios económicos o sociales del evento (Sampieri, 2014).

V. RESULTADOS

La Villa Macultepec es una de las localidades que conforma parte de las siete Villas principales del municipio de Centro, Tabasco; es una población de 6,624 habitantes (según INEGI 2015). El nombre otorgado a la Villa proviene del Chontal "Macuiltepeque" que significa "lugar de las cinco lomas".

De acuerdo con la urbanización, la población se conforma por viviendas conectadas al sistema de agua y drenaje público, servicio de energía eléctrica, las calles en su mayoría se encuentran pavimentadas, a excepción de la periferia integrada por terrenos pantanosos o utilizados para actividades agropecuarias, cuenta con recolección de basura por parte del ayuntamiento. En relación con el servicio educativo posee escuelas del nivel básico (preescolar, primaria y secundaria), así como del nivel medio superior. Para acceder a la educación superior, los pobladores tienen la alternativa de movilizarse fácilmente a la Villa vecina de Ocuiltzapotlán, donde se cuenta con el Instituto Tecnológico Superior Agropecuario o a la diversidad de instituciones que se encuentran en la ciudad de Villahermosa a 18 km y una cercanía de 20 minutos en autobús a través de la carretera federal Villahermosa-Frontera.

El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del estado de Tabasco (DENUE), describe que la población posee 311 organizaciones, entre su mayoría de tamaño micro y pequeñas empresas, 5 que otorgan el servicio de energía eléctrica y agua, 3 de construcción, 50 industrias manufactureras, 3 de comercio mayor, 105 de comercio menor, 2 de transporte y almacenamiento, 1 información masivo, 10 de servicios inmobiliarios, 1 de servicio profesionales y técnicos, 11 servicios educativos, 11 servicios de salud, 3 de servicios culturales y deportivos, 56 de preparación de alimentos y bebidas y 71 contando servicios tanto de gobierno como particulares.

De acuerdo con la definición de economía social y sostenible que puede explicarnos cualquier manual de economía básica, se entiende como parte de la ciencia sociales que estudia los recursos, la creación de riqueza y la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas, colocando como elemento principal el bienestar de las personas, situando los recursos, la riqueza, la producción y el consumo como medios para alcanzarlo. El turismo comunitario es un modelo de gestión basado en la propiedad y la autogestión de los recursos naturales y culturales de los pueblos, así como el motor de la generación de ingresos que beneficia a un grupo social, desde la práctica se observa que las festividades religiosas son el parteaguas para organizar a los individuos logrando impactos en actos de fe, pero también económicos de una población.

Los resultados del análisis realizado a través de la aplicación de las técnicas de investigación a la población objeto de estudio, muestra que, para la realización de la Feria Villa Macultepec, evento que se realiza cada año en la comunidad, el detonante inicial es la festividad católica mayor de la Villa en honor a la Virgen del Carmen, que se realiza del 1 al 18 de julio de cada año, teniendo como día especial de la conmemoración el 16 de julio. Para esta festividad, la comunidad requiere de una gestión organizativa previa de tres meses, iniciando con una coordinación entre la autoridad local representada por el delegado y el líder religioso de la iglesia de la comunidad, ambas autoridades designan un comité de 12 personas seleccionando a integrantes de la Villa que cuenten con prestigio de responsabilidad y honestidad ante la comunidad, siendo diferente la conformación del mismo año con año.

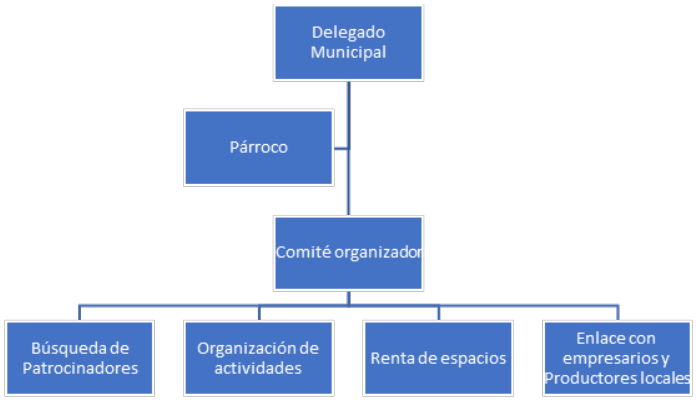


Figura 1.- Estructura organizacional del evento

Dentro de esta estructura organizativa se integran como representantes de las actividades en la Villa ante la comunidad, al delegado y el subdelegado municipal, un

secretario y un tesorero, quienes en conjunto tienen como parte de las responsabilidades generar recursos para cubrir un porcentaje de las necesidades de los servicios públicos de la población con la realización de bailes, kermeses o eventos deportivos con previa autorización de la autoridad competente. El comité de la feria se distribuye y realiza las siguientes actividades:

- Organización de sectores y actividades para eventos religiosos de las ermitas que conforman el sector de la iglesia de Macultepec como son los novenarios, misas, procesiones o chorotadas (compartir bebidas y dulces típicos del estado).
- Buscar patrocinadores para obtener fondos económicos haciendo posible la realización de las festividades entre la población, en personas dedicadas al comercio, servicios de transporte, actividades agrícolas, ganaderos y profesionistas asignando días para la recolección.
- Distribución y mantenimientos de los espacios físicos para los locales de comercio, alimentos, juegos de azar y mecánicos, considerando dentro de ello la organización de bailes como parte de las atracciones.
- Organización de las tradicionales corridas de toros comúnmente conocidas entre sus habitantes como toreadas, buscando lugares adecuados con terrenos amplios junto con la consigna de invitar a las escuadras charras de lugares vecinos para realizar las cabalgatas que rinden honores a la patrona religiosa.
- Organización de un certamen de belleza denominado Elección de la flor Macultepec elaborando la convocatoria invitando a jovencitas de entre de dieciséis y veintidós años para representar los sectores de la Villa, presentación ante los medios de comunicación, modelaje para el momento de la elección y la coordinación del desfile de carros alegóricos para la presentación de las damas ante la comunidad.
- Invitar a los productores locales de servicios y comerciantes para exponer sus productos estableciendo los roles de los días de ventas, si es el caso de lugares limitados para el área de comercio.
- Recepción de las primicias de la enrama, actividad dedicada a recolectar ofrendas de los fieles, que consiste en las mejores frutas, despensas, animales de granja hasta ganado vacuno, así como posteriormente, comercializar las recepciones otorgando los ingresos a la iglesia.

- Eventos artísticos de danza folclórica, bailes populares y torneos deportivos como parte de la recreación en los días de la feria.

Tabla 1.- Actividades Feria Macultepec edición 2019

Evento	Actividades	Fecha
1. Actividades de pre-feria	Recorrido carros alegóricos.	7 de julio
2. Elección de la flor Macultepec	3 aspirantes originarias de la Villa. El evento se realiza en el casino de la comunidad.	12 de julio
3. Inauguración de la feria	Autoridades del municipio de Centro inauguran el evento.	13 de julio
4. Enrama a la Virgen	Entrega de ofrendas de los habitantes de la comunidad en el templo parroquial.	14 de julio
5. Toreada	Evento nocturno en el que se habilita un espacio para corrida y monta de toros, venta y comercialización de bebidas y alimentos.	15 de julio
6. Día de la Virgen	Actividades religiosas en el templo de la comunidad.	16 de julio
7. Paseo de Macultepec	Recorrido de carros de familias representativas y prestadores de servicios de la comunidad por las calles de la Villa Macultepec. Venta y comercialización de diversos productos y servicios de la comunidad.	18 de julio
8. Clausura de la Feria	Autoridades municipales clausuran el evento.	18 de julio
9. Rendición de informe	El comité organizador rinde cuentas en asamblea a la comunidad	25 de julio

Como líder del comité, el delegado se encarga de invitar a los productores locales para la comercialización de sus productos y contactar a los ambulantes que proporcionan los servicios de juegos mecánicos para la festividad religiosa. Los beneficios económicos para la comunidad se reflejan al divulgarse un reporte económico a los 30 días de haber concluido la feria exponiendo los ingresos obtenidos por recaudación de fondos renta de espacios, gastos por mantenimiento, ingresos de bailes y donaciones a la iglesia.

Es importante mencionar que los productores locales han mencionado que la participación en la feria religiosa del mes de julio contribuye a dinamizar la economía local, permitiéndoles generar ingresos significativos para acrecentar su capital de trabajo o bien para el sostenimiento de la familia, también comentan que la comunicación estrecha entre el delegado y ellos le ha permitido a todos beneficiarse cuando los espacios son limitados como el de establecer roles en los días de ventas de tal manera que todos participen en el comercio,

o bien si algún productor local por problemas económicos o de salud no puede participar, entre ellos se apoyan para vender los productos de los compañeros afectados, la comunidad está conformada por una población donde las familias se conocen de muchos años y eso hace que exista apoyo mutuo.

El actual delegado considera tener como prioridad cuidar y fomentar el emprendimiento, así como generar organizaciones para el fortalecimiento comunitario como el de crear una asociación de Villa Macultepec, con el lema de apoyar a los productores de la Villa beneficiando la economía familiar para la prosperidad a la población (Ramírez, 2019).

Este evento logra la asistencia de turistas que visitan esta localidad durante los días en la que esta festividad se realiza, tanto provenientes de la ciudad de Villahermosa como de otros municipios del estado y que en las entrevistas realizadas manifiestan haber hecho uso de servicios de traslado y de alimentación en el lugar, así como la adquisición de productos como artesanías y agroalimentos en su visita a la Villa.

VI. DISCUSIÓN

Sin duda este análisis permite visualizar bases de económica social y solidaria dentro de la comunidad de Villa Macultepec en la organización de este evento inicialmente religioso, pero que sin lugar a duda logra el ensamble colaborativo de diferentes actores de la comunidad que participan como organizadores, gestores, promotores y asistentes del evento para lograr entre todos beneficios de carácter social pero también económicos para la comunidad. Tal vez la comunidad no comprenda lo que significa en forma teórica la economía solidaria, pero sí expresaron en sus participaciones que para este evento realizan tareas de comercio familiar orientadas a la producción para satisfacer necesidades como la alimentación y el vestido de la familia o del grupo social.

VII. CONCLUSIONES

Considerando los hallazgos del caso de análisis con los aspectos teóricos planteados, se logró cumplir con los objetivos de investigación como el de analizar actividades turísticas locales como motor para el desarrollo de actividades económicas, así como, el de identificar alternativas de propuesta para generar desarrollo económico a partir de actividades de turismo local en el estado de Tabasco.

Partiendo de los resultados obtenidos, se comprueba que las relaciones personales se fortalecen con la vivencia de valores y creencias compartidas entre los miembros de una organización, la economía social posibilita establecer alianzas estratégicas, como lo plantea Corraggio (2011), también se propone el uso de prácticas económicas alternativas mediante la aplicación de valores universales, como equidad, justicia, fraternidad económica, y solidaridad social, esta teoría es evidenciada con la práctica del turismo local al contribuir a la economía comunitaria impulsada por festividades religiosas de la población de Villa Macultepec con la creación y organización de comités entre autoridades de la comunidad y los pobladores.

El apoyo comercial entre personas, permite el desarrollo económico colectivo para preverse de lo necesario para vivir o bien aumentar sus recursos financieros abonando a sus micronegocios las posibilidades de crecimiento y prosperidad, como los enfatiza la economía social y solidaria, la feria es una manera de generar ganancias a la comunidad anfitriona, además de darles oportunidades de crecimiento al apreciar que la unión de los pobladores puede impulsar el crecimiento del ingreso familia, por otra parte la riqueza cultural de sus costumbres es una posibilidad de explotar la gastronomía o el comercio generando ganancias a la comunidad; en base a lo expuesto se puede determinar que gracias a la colaboración entre personas se impulsa el emprendimiento solidario, como sistema alternativo de producción social y se requiere fortalecer una estructura de gestión propia para que este tipo de organizaciones familiares o comunitarias tengan el acceso a beneficios económicos, por lo que es conveniente analizar su proceso asociativo y de organización.

VIII. PROPUESTAS

Como parte del análisis realizado en la presente investigación, se presentan las siguientes propuestas para aprovechar esquemas de economía social solidaria en este evento.

- Conformación de la asociación civil de la población para poder gestionar recursos a través de proyectos con apoyo de instituciones de educación superior como la Universidad Tecnológica de Tabasco.
- Realizar sinergias entre el delegado del poblado, ayuntamiento municipal y pobladores para la realización de festivales que impulsen a los productores comunitarios como los famosos pastelitos de Macultepec, concursos del mejor tamal.
- El tianguis local de productos comunitarios tanto en el poblado como su gestión para llevarlos a otros lugares del municipio con los permisos necesarios de la autoridad correspondiente.

IX. REFERENCIAS

Boris, M. P. *(2013). La economía solidaria en México. Coyoacán, Ciudad de México, México: UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas, Ciudad Universitaria. Recuperado el 10 de octubre de 2020*

Corraggio, L. J. *(2011). Economía social y solidaria, El trabajo antes que el capital. Quito, Ecuador: Fundación Rosa Luxemburg, Quito.*

H. Ayuntamiento de Centro. *(2018). Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021. H. Ayuntamiento de Centro. Recuperado el 10 de octubre de 2020, de https://villahermosa.gob.mx/doctos/2019/agosto/PMD_2019.pdf*

Peña, V. M. *(2018). La Economía solidaria para el desarrollo del Turismo Comunitario. Universidad y Sociedad, 10(1). Recuperado el 10 de octubre de 2020, de http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus*

Pololikashvili, M. Z. *(1 de Enero de 2018). Organización Mundial de Turismo. Recuperado el 10 de octubre de 2020, de Sitio Oficial: https://www.unwto.org/es/zurab-pololikashvili*

Ramírez, S. M. *(10 de julio de 2019). Feria Macultepec 2019. (P. E. Corat TVT, Entrevistador)*

Sampieri, R. H. *(2014). Metodología de la Investigación (6ta. Edición ed.). México D.F, México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 10 de octubre de 2020*

EL TURISMO COMO DETONANTE DEL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL EN TEOTIHUACÁN

Verónica Ramírez Cortés, Sendy Janet Sandoval Trujillo,

Blanca Estela Hernández Bonilla.

I. RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es analizar la importancia de la actividad económica del turismo detonada por la zona Arqueológica de Teotihuacán ubicada al noroeste del estado de México. El estudio se realiza desde un enfoque del desarrollo económico local sustentable bajo un alcance descriptivo que enmarca los cambios en sus actores destacando al territorio, las comunidades y el encadenamiento de la estructura productiva de la región. El trabajo es relevante porque la zona arqueológica de Teotihuacán registra en los últimos años el mayor número de visitas nacionales e internacionales del total de los sitios históricos de México y, por ende, la actividad económica más importante para la región, se priorizan las características de los actores involucrados, el efecto por las transferencias y de las economías de escala ante las nuevas tendencias del turismo derivadas por los cambios estructurales en el modelo económico globalizador en el que impera la competitividad.

Palabras Clave: Actividad turística, desarrollo local, Teotihuacán.

II. INTRODUCCIÓN

La actividad turística representa una de las principales fuentes de ingresos para México, según datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI 1993-2018), la participación de la actividad turística en México ha sido significativa en el Producto Interno Bruto; según este organismo desde 1993 su participación porcentual fue superior al 8 por ciento, excepto en 1997 y 1998 que representó el 7.8 y 7.9, respectivamente. El PIB de México en 2018 correspondió a 20’688,448.1 millones de pesos corrientes

mexicanos, el sector turístico aportó 1’797,374.0 representando el 8.68 por ciento. Sin embargo, a pesar de que incrementa el número de turistas internacionales, el ingreso de divisas no tiene el mismo comportamiento, esto se debe básicamente al ingreso de visitantes de Estados Unidos sin que se hospeden (IMCO, 2013).

El turismo bien aprovechado permite obtener beneficios en las regiones a través de la derrama económica que dejan los visitantes, lo cual se ve reflejado en la generación de empleos, mayor inversión pública en infraestructura y servicios públicos, encadenamientos productivos, inclusive detona el desarrollo de las sociedades, sin embargo, un turismo mal planeado puede generar deterioro económico, explotación de recursos y problemas ambientales que perjudiquen severamente las condiciones de la población local.

Particularmente, la zona arqueológica de Teotihuacán ha sido uno de los principales destinos turísticos culturales visitados en México tanto por nacionales como extranjeros, sin embargo, un problema fundamental es que el visitante no permanece más de un día. Como una alternativa de generación de recursos financieros, la población local ha puesto en marcha servicios bajo una perspectiva microempresarial algunos servicios recreativos, culturales y de naturaleza. No obstante, se percibe falta de regulación que permita dar confianza y certeza a los visitantes para adquirir determinados servicios, además, carencia de infraestructura adecuada, de difusión, del dominio del idioma inglés, escasez de hospedaje, así como de servicios bancarios y de emergencias hospitalarias infiriendo un bajo nivel competitivo de los servicios ofrecidos.

Desde un enfoque de las teorías de desarrollo local y bajo un estudio descriptivo el objetivo este trabajo es describir las condiciones socioeconómicas que predominan en los municipios Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, zona en que se localiza la zona arqueológica de Teotihuacan considerados en el programa de pueblos con encanto en 2015, programa implementado en 2006 en el estado de México con el objetivo de dar la oportunidad a un mayor número de municipios con vocación y atributos turísticos, de recibir apoyo estatal para difundir, estimular y fortalecer su actividad para detonar mayor derrama económica en beneficio de sus habitantes (Gaceta del gobierno del estado de México, 2014).

III. DESARROLLO

El tema de desarrollo económico bajo un enfoque local o regional hace énfasis a un territorio enmarcado por un mejor nivel de crecimiento y bienestar en general, su importancia radica a la respuesta efectiva de las regiones que no había sido previamente analizado a través de modelos económicos como el Keynesiano que estudia el comportamiento de variables macroeconómicas o modelos neoclásicos considerando como supuestos básicos una competencia perfecta, funciones de producción iguales y rendimientos a escala constantes desde una visión microeconómica.

Según Díaz y Ascoli (2006) mencionan que el desarrollo regional se localiza en un ámbito geográfico denominado región y combina tres dimensiones: la espacial, la social y la individual, pretende una transformación sistemática del territorio a través del progreso de una comunidad; el fortalecimiento de la sociedad civil; el sentimiento de identidad regional hasta el progreso de cada individuo para su realización como ser humano y miembro de una sociedad. Según Boissier (1999) el crecimiento puede ser promovido desde arriba, no obstante, desde abajo es posible, para que el desarrollo sea efectivo debe mostrarse como un proceso local, endógeno, descentralizado, continuo o discontinuo sobre el territorio.

El desarrollo económico local es aquel proceso reactivador y dinamizador de la economía local que, mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes de una determinada zona, es capaz de estimular el crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida (ILPES,1998). Al respecto Vásquez (2000) lo define como un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o una región.

La reactivación económica a través de microrregiones tiene como prioridad superar las desigualdades existentes, mediante la apertura de oportunidades de vinculación al mercado regional, nacional y global, con el cambio de las tendencias centralizadoras y excluyentes que han predominado en los enfoques tradicionales del desarrollo, sin embargo, se debe cuidar la explotación y uso de recursos naturales, culturales y tradiciones de tal forma que se preserven. Es importante identificar la vinculación que deben tener con el contexto macroeconómico para involucrar a todo el sistema regional al modelo económico denominado globalización, con ello, las microrregiones podrán estar preparadas para participar de forma exitosas en las diferentes operaciones económicos. Las políticas

competitivas diseñadas a escala de micronivel, así como, las políticas de descentralización son factores esenciales para promover con éxito el desarrollo efectivo de las regiones, de lo contrario, los resultados serán divergencias entre las regiones o en los componentes de dicho microsistema.

Al respecto, Ábalos (2000) argumenta que se requiere una concertación institucionalizada tanto de actores públicos como privados locales más relevantes con una estrategia de desarrollo común ya que detonaran las actividades y generaran los encadenamientos productivos, de capacitación y la elaboración de instrumentos necesarios para un trabajo sinérgico efectivo. La oferta territorial de servicios de desarrollo empresarial debe incluir la capacitación de recursos humanos según las necesidades de los sistemas productivos locales, tanto para modernizar las actividades productivas existentes como para incorporar otras actividades que ofrecen posibilidades viables en el futuro inmediato, el monitoreo de las necesidades reales y potenciales de las empresas locales es esencial para que responda a las características de la demanda y de igual manera se adecuen las características del mercado de trabajo (Bernales, 2000).

Alburquerque (2004) menciona que la búsqueda del desarrollo local no debe considerarse como un proyecto exitoso únicamente, se requiere de una preparación y consolidación de competencias estratégicas de las regiones y su capacidad para reconocer la realidad económica, social y cultural del territorio, la capacidad de diálogo con la comunidad, la destreza para planificar acciones de fomento, la capacidad de coordinación y articulación de acciones de desarrollo con otros agentes económicos, sociales y políticos, así como la incapacidad de propuesta y negociación con instancias en los diferentes niveles de gobierno, consideró ocho elementos básicos de las iniciativas de desarrollo económico local, véase figura 1.

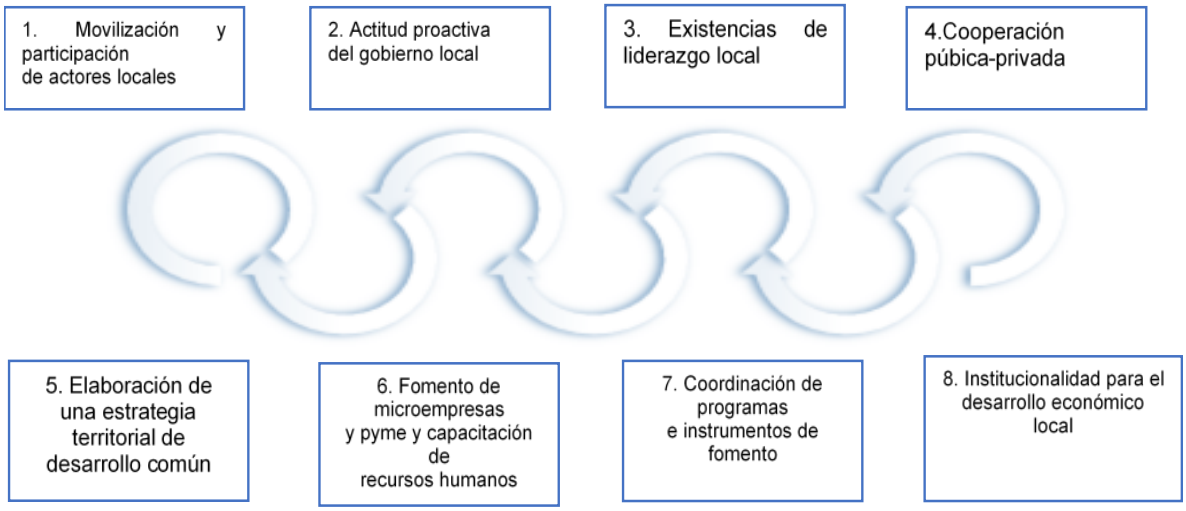


Figura 1.- Elementos básicos de las iniciativas de desarrollo económico local.

Elaboración propia basada en Alburquerque (2004)

Es relevante insistir en que el desarrollo económico local es un enfoque prioritario de las políticas públicas existentes para mejorar las condiciones laborales de superación de la pobreza, y que busca incidir en la generación de empleo e ingresos mediante la mejora de la productividad y competitividad de los diferentes sistemas productivos locales.

El desarrollo local impulsado a través de las actividades turísticas es una estrategia y alternativa que se ha visualizado desde años, sin embargo, en la región de estudio ha sido poco abordada.

IV. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

- Analizar la importancia de la actividad económica del turismo detonada por la zona Arqueológica de Teotihuacán ubicada al noroeste del estado de México.

V. MATERIALES Y METODOS

La presente investigación de acuerdo con Hernández (2010), busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier objeto de estudio que se aborda. El alcance de este estudio es descriptivo ya que busca describir las condiciones socioeconómicas. Esta investigación es de tipo descriptiva porque busca evidenciar las

condiciones socioeconómicas de la región, como resultado de la actividad turística promovida en los dos municipios en que se localiza la zona arqueológica de Teotihuacan. El abordaje metodológico se realiza desde técnicas cualitativas y cuantitativas, ya que los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemático, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. Se hace uso de información estadística publicada por organismos nacionales y estatales sobre el turismo cultural que deriva a otras actividades de esparcimiento, religiosas y actividades enfocadas al turismo de naturaleza, rural y actividades extremas.

VI. RESULTADOS

La presente investigación se desarrolló en la zona turística de Teotihuacan ubicada a 55 km del centro de la Ciudad de México y a 140 km de Toluca de Lerdo, capital del Estado de México. Se ubica en el nororiente del Estado de México en los municipios de Teotihuacan y San Martín de las Pirámides, rodeados por los municipios mexiquenses de Axapusco, Temascalapa, Tepetlaoxtoc, Otumba y Temascalapa.

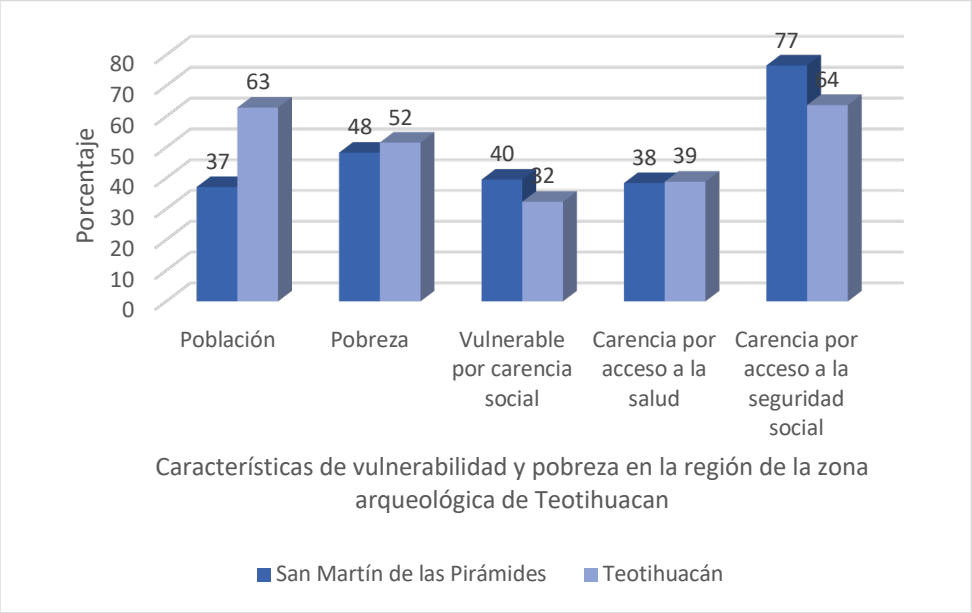


Figura 2.- Proporción de población en condiciones de pobreza y vulnerabilidad. Fuente: Elaboración propia con base a CONEVAL (2010).

Se aprecia que Teotihuacán es un municipio más poblado que San Martín de las Pirámides, no obstante, de cada 100 personas que viven que cualquier de las dos localidades cerca de 50 de ellos caen en el rubro de pobreza, carencia de social, cercad de 40 de ellos no cuenta con acceso a la salud y más de 65 personas no tienen acceso a la seguridad social. Son indicadores que permiten diagnósticas a la región para implementar acciones y estrategias económicas turísticas para reducir estos problemas de acceso a una vida estable.

En relación con la participación de la población económicamente activa ocupada, en promedio se integra por 66 hombres de cada 100 personas ocupadas y el resto por mujeres en la región de estudio. Los atractivos turísticos sobre los cuales se debe trabajar una propuesta de desarrollo local incluyente son: zona Arqueológica de Teotihuacan, el parque Estatal Sierra de Tlapachique, cerros Maninal y colorado, río Barranquilla del Águila y San Juan, puente de Carlota o Emperador, mansión del Alemán, iglesia de San Francisco Mazapa, parroquia de San Juan Bautista, capilla de Puxtla, iglesia de Santa María Maquixco, así como, los Arcos del Tenerife, un aspecto que debe reconocerse es que más del cerca del sesenta por ciento de los viajeros interesados en el turismo cultural-religioso, los jóvenes entre 19 y 35 años buscan actividades de esparcimiento, diversión y extremas, las cuales las ha ido promoviendo la región poco a poco, aunque con carencias de calidad en el servicio.

Si bien es una región que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, magia que emana en cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico nacional y extranjero. Por lo anterior, es necesario mantener una infraestructura básica, atendiendo las microempresas que en un gran porcentaje ofrecen diferentes servicios dentro del sector informal buscando su sobrevivencia y no como una idea derivada del emprendedurismo.

Si bien el gobierno ha impulsado el desarrollo, sólo el centro se ha beneficiado de infraestructura básica, pero la población local ha vendido su casa habitación a un sector exclusivo de empresarios y elevándose con esto el costo de vida de la población local. Los servicios bancarios son aún escasos y un problema complejo que se vive actualmente es la inseguridad a nivel municipal, son muy pocos los servicios del cuerpo policiaco. Derivado del alto grado de especialización en las actividades del sector turístico, el tema de pandemia

ha provocado un colapso fuerte en las economías de ambas localidades, aunque se ha reabierto la zona arqueológica y se han implementado acciones de seguridad de salud, haciéndose necesaria una cultura de prevención para toda la población sean o no trabajadores de este sector.

El tema de sustentabilidad debe retomar importancia para cualquier población, sobre todo considerando la actividad económica del turismo puesto que, de los recursos naturales se pueden servir para generar diversas actividades bajo una política de preservación, responsabilidad y concientización hacia la naturaleza.

Actualmente se observa, que no existe un programa que incentive a los empresarios a promover diferentes actividades turísticas en las que se deben concientizar a los turistas y a la población local respecto al cuidado del medio ambiente, lo cual favorecerá también el ahorro de sus recursos.

VII. CONCLUSIONES

Siendo el sector turismo una de las principales actividades económicas no solo en el país sino en la zona de San Martín de las Pirámides y Teotihuacán resulta necesario garantizar condiciones que permitan a las MIPyMES mantener un determinado nivel competitivo en los servicios turísticos que ofrecen, lo cual asegurará que la economía en términos de empleo, sueldos y salarios genere mejores condiciones en el nivel de vida de la población, esto es posible a través de políticas de enfoque de desarrollo local, donde realmente se identifiquen acciones básicas y prioritarias para la población de la región y en la que trabajen sinérgicamente el gobierno local, estatal y nacional en conjunto con el sector empresarial y la sociedad. Es importante, generar una cultura laboral de desarrollo local en donde la población se interese por participar en acciones que promuevan un mejor servicio turístico y que de forma indirecta será beneficiado.

VIII. PROPUESTAS

La actividad turística promovida a partir de la zona turística de Teotihuacán en los municipios de Teotihuacán y San Martín de la Pirámides puede generar un desarrollo efectivo bajo un enfoque local, una vez identificadas sus necesidades y fortalezas, el siguiente paso es establecer un programa o proyecto incluyente para toda la sociedad bajo un trabajo sinérgico coordinado el cual sea monitoreado frecuentemente por los líderes locales, es cierto que una limitante es el recurso financiero, no obstante, se pueden promover acciones que modifiquen patrones culturales que inhiben a los visitantes o turísticas a realizar más actividades en la región.

IX. REFERENCIAS

Alburquerque, F. *(2000): Las agencias de desarrollo regional y la promoción del desarrollo local en el Estado español, LC/R.1973, Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPAL.*

Bernales, O. *(2000): El Programa Red de Equipos Municipales de Gestión Estratégica (EMGES): una experiencia de asociatividad para el desarrollo de las comunas de Angol,*

Renaico, Collipulli y Ercilla. IX Región de la Araucanía, Chile, LC/R.1945, Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

***Boisier, S.** (1999). El desarrollo territorial a partir de la construcción de capital sinergético. En: Estudios Sociales, # 99, Santiago de Chile: C.P.U.*

***Díaz, A.J.C. y Ascoli A.J.F.** (2006) Reflexiones sobre el desarrollo local y regional. Colección: Formación Estratégica para docentes en Sedes Regionales. Universidad Rafael Landivar. Recuperado en http://biblio3.url.edu.gt/PROFASR/Modulo-Formacion/05.pdf*

***Gaceta del gobierno del estado de México** (2014) Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México. Recuperado en http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/2014/oct072.PDF*

***ILPES. Manual de Desarrollo Local.** 1998. Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional. Recuperado en http://www.ilpes.org.*

***Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C.** (2013) Nueva política turística para recuperar la competitividad del sector y detonar el desarrollo regional. Impresos Villatorito. Recuperado en https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2013/10/Turismo2013_Completo.pdf*

***Vásquez, A.** (2002). Desarrollo Endógeno. Londres, Inglaterra.*

VISIÓN DOCENTE DE BIENESTAR COMUNITARIO DE PESCADORES DESPLAZADOS CASO: REFINERÍA DOS BOCAS

Daniel Gutiérrez Ramos, Eduardo Torres Aguilar.

I. RESUMEN

Se emprendió esta reflexión con el fin de valorar el impacto social, derivados de las actividades de la habilitación y construcción de la refinería en Dos Bocas, Paraíso. Tabasco. Se enmarca la dinámica social comunitaria derivada de las acciones emprendidas de la construcción de la refinería con la finalidad de señalar la percepción de los habitantes comunales y ejidales con Petróleos Mexicanos (PEMEX) o con los gobiernos locales. Partimos de la hipótesis de que el deterioro ambiental y económico, históricamente asociado con la transformación del tejido social (Gudnas, 2016), por actividades petroleras (García 2004), tiene que analizarse en un contexto educativo, considerando las transformaciones que la política económica neoliberal generó en el país, y en especial en el ámbito local, a partir de los años ochenta del siglo XX (Jaimes, 2012). La metodología utilizada en el desarrollo de este ensayo es de tipo cuantitativa y consiste en identificar la problemática mediante un modelo deductivo, partiendo de lo general a lo particular. Infiriendo la literatura relacionada con la reforma energética promovida por el Ejecutivo Federal en la administración 2012-2018, la consulta de libros, estadísticas y datos históricos de la actividad petrolera en México. Se utilizaron técnicas de recolección de información desde la revisión documental, libros de texto, hasta medios electrónicos.

Palabras Clave: Petróleo, pesca, responsabilidad social

II. INTRODUCCIÓN

Este documento, es resultado del intercambio de opiniones efectuadas entre pares académicos sobre el impacto social, económico y energético que generan los retos de los proyectos estratégicos del gobierno federal en el sector petrolero en el estado de Tabasco, que buscan crear las condiciones que impulse el desarrollo de los servicios como fuente de productividad. En este contexto, la reactivación de las actividades económicas entorno a Petróleos Mexicanos es uno de los ejes temáticos de la actual administración federal y ciertamente ha habido numerosos esfuerzos de diversos actores que para el éxito de estas metas, redefinieron políticas tanto públicas como privadas, sin embargo; nos encontramos inmersos en un ambiente de incertidumbre económica incentivada por diferentes factores, donde la reducción de puestos de trabajo entorno al sector petrolero derivados de las reforma energética (Vargas, 2014) y los conflictos pasados (Mateus, 2010) provocados por afectaciones al patrimonio de los lugareños (Ramos- Muños 2018), han mermado el interés de cierto fragmento de la población por comprender que nos encontramos en una etapa de desarrollo social y energético, donde ver hacia atrás no es una opción; que los viejos hábitos no aplican a esta nueva realidad.

III. MATERIALES Y METODOS

El método de estudio utilizado en la revisión de la literatura es descriptiva y analítica, identificando la problemática planteada que se origina con las implicaciones estratégicas de la construcción, equipamiento y funcionamiento de la refinería en esta entidad. Se presentan las ideas a través del modelo deductivo en un contexto de lo general a lo particular, definiendo primero el problema que genera la industria petrolera en Tabasco y finalizando en la incertidumbre de los pobladores de Dos Bocas, ante la falta de oportunidades debido a su desplazamiento por la instalación de la refinería entorno a su actividad económica. El procedimiento aplicado consiste en recabar información relacionada con las acciones del gobierno federal y estatal entorno al proyecto estratégico de la refinería en Paraíso. Además, de la consulta de boletines noticiosos en los medios electrónicos, sobre análisis del impacto social, que se hace manifiesto por los agricultores, pescadores y pobladores de las localidades que están en las inmediaciones de la infraestructura industrial construida en la superficie del puerto Dos bocas.

IV. DESARROLLO

Petróleos Mexicanos en un momento, llegó a ser la primera empresa de la nación al representar el 44% de los ingresos tributarios del país (Colmenares 2008), fenómeno fiscal, que petrolizó las finanzas públicas, al mismo tiempo que se presentaba una tendencia a la disminución de actividades económicas primarias incrementando los servicios alrededor de la industria petrolera en Tabasco (Priego, 2007), acompañado de una serie de desequilibrios de tipo ambiental, político, económico y sobre todo social (González, 2016) siendo precisamente este último, el origen de la reflexión entre mis pares docentes de la UTTAB. El estado enfrenta una problemática sui generis como consecuencia de la actividad petrolera desarrollada en los últimos años sin la responsabilidad social de involucrar la educación de la población que se encontraba alrededor del proceso productivo (Herculano, 2012). Los programas federales, las estrategias de expansión productiva que se daba en el sector petrolero, incluían capacitaciones y preparación de profesionales en labores de especialidad industrial, creación de programas universitarios que ayudarían a enfrentar los retos de la industria, dejando sin preparación social tanto a integrantes comunales como ejidales que integran el núcleo de la población económicamente activa de actividades primarias y secundarias de la entidad.

En el proyecto “Conversando con Goliat señala que las evaluaciones de impacto social que el gobierno federal realiza son instrumentos que carecen de las voces, preocupaciones o reclamos de la comunidad, que al final terminan siendo informes de actividades de escritorio, que es inexistente un trabajo de campo que se preocupe por llegar realmente a la población afectada. (FLACSO, 2018). Desde nuestro punto de vista la carencia de responsabilidad social ha estado impulsando horizontes como las que señala Gisela Zaremberg, profesora investigadora de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, donde destaca que en Tabasco a diferencia de otros estados del país, los habitantes optan por manifestar en las calles los resarcimientos de los daños que sufren sus cultivos, ganado, viviendas y el medio ambiente sin emitir ninguna solicitud de amparo o demanda, en su análisis redacta que una de las principales causas de esta situación es que las negociaciones con las autoridades se dan "mayormente en la informalidad" tan sólo en reuniones con los líderes de los movimientos. Además, se destaca que en los últimos 14 años se detectaron en

Tabasco 64 hechos conflictivos de importancia que derivaron en constantes protestas por parte de los habitantes. Esta situación de informalidad propicia la corrupción y el beneficio económico de unos cuantos, teniendo un impacto en el gasto social de este país.

A pesar de todas las promesas de beneficios económicos que presenta el mito desarrollista de una industria petrolera (Consejo Editorial, 2009) en los países latinoamericanos esa supuesta riqueza no resuelve la pobreza, sino que puede empeorarlo (Gudynas, 2016). Tan solo en Tabasco, en los problemas sociales entorno a las actividades de perforación, extracción y transporte de hidrocarburos no han disminuido. Es más, a partir de las reformas energéticas se ha endurecido el acceso a empleo, seguridad y condiciones prevalecientes en el ambiente natural, este último marcado por un significativo deterioro de la fauna y flora nativa, además de restricciones en el acceso de los pobladores originarios a los recursos naturales cercanos a las instalaciones petroleras (Pinkus, 2012). Un ejemplo particular de estos casos, son los trabajos de habilitación que se realizaron para la construcción de la refinería en las limitaciones del mar en el poblado de Dos Bocas con fines de desarrollo industrial, creando inconformidades a ciudadanos dedicados a la pesca desplazando a los lugareños de sus áreas nativas de trabajo y modificando el entorno ambiental.

Si bien, los esfuerzos y constancia de la Secretaría para el Desarrollo Económico y la Competitividad (SEDEC), en la promoción de la reactivación económica del estado de la mano con el sector empresarial formal, ponen al alcance capacitación, financiamiento, entrega de equipos de tecnología, apoyo con tablas nutrimentales y marcas registradas gratuitas, entre otros, son acciones positivas que contribuyen a obtener activos fijos de los emprendedores, y por ende mejorar la competitividad y la formalidad de las empresas del estado. (Gurria, 2019); estos no inciden en poblaciones que siguen marginadas y que forman una parte del problema social y económico que tiene origen por desplazamientos de las zonas de trabajo de los lugareños, estos eventos son temas en los análisis de mesa de trabajos como los efectuados por Oil and Gas en Retos y Oportunidades de Petróleos Mexicanos. (Monroy, 2019) Un caso particular reciente, son las manifestaciones de pescadores no pertenecientes a cooperativas en Paraíso, Tabasco, solicitando sean considerados en el programa Bienpesca (Sánchez, 2019), como es mostrado en la Figura 1.

Figura 1. Manifestaciones de pescadores no pertenecientes a cooperativas en Paraíso, Tabasco

¿Podemos mejorar el bienestar de los lugareños, disminuyendo el hábito de esperar que el gobierno los ayude?, ¿Cómo podemos contribuir a formar parte del cambio, aunque solo sea pequeño? ¿Puede la comunidad universitaria ayudar a romper los paradigmas que por muchos años hemos visto modificar negativamente el desarrollo humano de habitantes de localidades con baja percepción salarial? ¿Podemos quitar la imagen que tenemos en el exterior los tabasqueños ser improductivos?

V. RESULTADOS

En el razonamiento se plantearon algunas propuestas orientadas a resarcir los daños colaterales que en particular la refinería produce en él entorno ambiental que modificó parcialmente en Paraíso, y por otro la generación de fuentes alternativas de ingresos que suplan los que ahora producirá la refinación del petróleo. La idea es simple, pero de gran reto, incluye la participación de la comunidad universitaria, políticas sociales, iniciativa privada, PEMEX y la población nativa del área afectada. Algo que no es nuevo, la OCDE a través de su estudio económico de México, que fue presentado en mayo del 2019; señala que la clave es la efectividad de los programas sociales, no solo en el otorgamiento de los recursos, sino la participación de todos los actores, incluyendo instituciones educativas en el cambio, la misma comunidad universitaria que se encuentra alimentada por integrantes de la misma localidad los que generen ese cambio, pero no siendo intermediara del recurso, sino de la efectividad del programa.

Es por esto, que esta propuesta que surgió de unos primeros trabajos con la participación de la academia de diferentes entidades educativas en el marco del Diplomado

de Energía, Derechos Humanos y Responsabilidad Social: el Petróleo como Fuente de Energía en México 2019, convocado por el Dr José Alberto del Rivero, es replanteada y redirigida a pescadores y mujeres emprendedoras de la zona afectada contribuyendo así a los Objetivos 1, 2, 6, 8, 9, 10, 12 y 17 de Desarrollo Sostenible presentados por la ONU en su agenda 2030 (Zhenming, 2019), con la finalidad de reestablecer en los habitantes de la zona de Dos Bocas sus actividades económicas. La idea sugiere implementar la actividad acuícola y turística como alternativas sustentables para las zonas vulnerables con el apoyo de la comunidad universitaria en el diseño, operación e implementación. Dichas actividades estarán fundamentadas en las buenas prácticas de cultivo, actualización e innovación en gastronomía local en un contexto de bienestar comunitario y en el manejo adecuado de los recursos. con el fin de consolidar la propuesta de impacto social acordes con las líneas estratégicas del Plan de Desarrollo 2019-2024, “migrar a economías propias” donde los ejes agropecuaria y turística serán los pilares fundamentales, de tal forma que la alianza con la industria petrolera sea un gran apoyo en ese sentido.

VI. ACCIONES

1. Socializar técnicas de trabajo sustentable a través de la integración de los actores sociales involucrados.
2. Publicar la convocatoria de reclutamiento dirigida tanto a las asociaciones de pescadores de la localidad como a los libres.
3. Construir un corredor turístico con muelles y tinas acuícolas para integrar a la comunidad de Dos Bocas al desarrollo regional sustentable.
4. Generar una visión de prosperidad continua en los pobladores a través de acuerdo con instituciones educativas y el gobierno federal.

VII. CONCLUSIONES

Se debería replantear la relación entre PEMEX y el estado, a pesar de que existen adversidades y visiones distintos entre las mismas instituciones gubernamentales sobre las condiciones de financiamiento y formas de ejecutar acciones estratégicas e intervenir en el cambio de paradigmas sociales en los habitantes de la zona.

Por ello es importante seguir fortaleciendo la calidad de la administración pública, combatir la corrupción, promover el estado de derecho y sobre todo realizar un cambio de paradigma de autoaprendizaje y no esperar únicamente el apoyo gubernamental.

En la medida que se logre tener una sociedad mejor preparada y con mayores oportunidades de acceso a la información y el conocimiento, podremos también construir una sociedad más participativa, más democrática y justa.

Un agradecimiento por sus opiniones para la elaboración de este texto a Ávila Lázaro Israel, Cámara Moguel Karla Cristel, Islas Jesús Raúl, Ortíz Domínguez María Cecilia, Reyes López Jorge Ulises, académicos de la UJAT e ITSC.

VIII. RECOMENDACIONES

1. Se tendría que realizar acuerdos con instituciones educativas y gobierno para formar grupos entre gobierno-académicos-estudiantes de servicio social, prácticas de campo o tesis para establecer programas de trabajo sustentable que definan buenas prácticas de cultivo de organismos acuáticos y de servicio turístico. Con esto se pretende infundir en la población el manejo adecuado de recursos fomentándose el crecimiento económico sostenible y el cuidado de la biodiversidad nativa de la zona.
2. En acuerdo con CONAPESCA y el H. Ayuntamiento de Paraíso se establecerán los lineamientos que regirán la convocatoria de reclutamiento para trabajadores dedicados a la pesca y trabajadores dedicados a la construcción y carpintería.
3. Trabajando en la parte de responsabilidad social con la empresa PEMEX, se pedirá el apoyo para adquirir una zona en la que se construirán muelles de madera, palapas y estanques acuícolas, el primero reactivará el turismo gastronómico en la zona y lo segundo reactivará la actividad económica de pescadores.
4. Estrategias educativas que apoyen el cambio de paradigma sobre los beneficios pecuniarios, tanto individuales como colectivos en los ejidatarios y comunales.

IX. REFERENCIAS

Barrios, R., Pech, R. y Monroy, G. *(2019) La crisis petrolera global, retos y oportunidades de petróleos mexicanos G. Oil and Gas. 2019.*

Colmenares, F. *(2008). Petróleo y crecimiento económico en México 1938-2006. Economíaunam, 5(15),53-65. [fecha de Consulta 20 de octubre de 2020]. ISSN:1665-952X. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3635/363542896004*

Consejo Editorial*, (2009). México: petróleo, economía, nación y desarrollo. Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, (67),7-18. [fecha de consulta 20 de octubre de 2020]. ISSN: 0185-4259. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=393/39348724001*

Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca. *(2018). La actividad pesquera y acuícola, factor clave en la seguridad alimentaria, se fomentará en comunidades rurales del sureste del país. Recuperado de: https://www.gob.mx/conapesca/prensa/155434*

Cruz, A. *(2018). Crónica.com.mx. Ciudad de México: La crónica diaria S.A. de C.V. Recuperado de http://www.cronica.com.mx/notas/2011/564279.htm*

García, J.A., Arreguín F., Hernández S. y Lluch D.B. *(2004). Impacto ecológico de la industria petrolera en la sonda de Campeche, México, tras tres décadas de actividad: Una revisión. Interciencia, 29(6), 311-319. Recuperado en 20 de octubre de 2020, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S037818442004000600006&lng=es&tlng=es.*

González, L. *(2016). Los estudios sociales del petróleo como un área temática de investigación. Espacio Abierto, 25(4),183-192. [fecha de consulta 20 de octubre de 2020]. ISSN: 1315-0006. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=122/12249087014*

Gudynas, E. *(2016). El petróleo es el excremento del diablo. Demonios, satanes y herejes en los extractivismos. Tabula Rasa, (24),145-167. [fecha de consulta 20 de octubre de 2020]. ISSN: 1794-2489. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=396/39646776007*

Gurria, A. *(2019). Estudio económico de México 2019. OCDE. Estudios Económicos y de Desarrollo.*

Herculano, S. *(2012). Conflitos ambientais e territoriais: pesca y petróleo no litoral fluminense. Revista nordestina de ecoturismo. ISSN 1983-8344. 2012*

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. *(2010). Metodología de la Investigación. 5° ed. México: Mc. Graw Hill.*

INEGI. *Sistema de Cuentas Nacionales de México. PIB por Entidad Federativa, 2013-2019*

Jaimes, M. A. *(2012). Petróleo: historia y perspectivas geopolíticas. Aldea Mundo, 17(34),65-70. [fecha de consulta 20 de octubre de 2020]. ISSN: 1316-6727. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=543/54335426006*

Mateus, T. M. *(2010). Un acercamiento a la historiografía del petróleo de Venezuela, México y Colombia. Apuntes del Cenes, XXIX (50),197-212. [fecha de consulta 20 de octubre de 2020]. ISSN: 0120-3053. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4795/479548753010*

Mendoza, V. *(2018). Así es como México siembra y cosecha camarones en Sinaloa (2018). Recuperado de https://www.forbes.com.mx/camarones-de-granja-vencen-captura-tradicional/*

Oil and Gas Journal y Pemex *(2013), Producción de petróleo crudo, principales países, anuario estadístico 2013, PEMEX.*

Pinkus, M. y Contreras, A. *(2012) Impacto socioambiental de la industria petrolera en Tabasco: el caso de la Chontalpa, Scielo Limina R vol.10 no.2 jul./dic. 201.*

Priego, O. *(2007). Petróleo y finanzas Públicas: su impacto en el estado de Tabasco, segunda reimpresión, UJAT, 2007.*

Ramos, D., Ramos, R., Zamora, L., Hernández, A. y Espinoza, A. *(2018) Exclusión en el golfo de México: Una visión desde los pescadores sobre la industria petrolera en Tabasco. Revista Colombiana de Geografía. 2018.*

Sánchez, C. *(2019). Bloqueo de carretera Paraíso por pescadores. Periódico El Heraldo de Tabasco. 8 junio 2019.*

Vargas, G. *(2014). La entrega del Petróleo Mexicano. Tareas, (147),79-87. [fecha de Consulta 20 de octubre de 2020]. ISSN: Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5350/535055512005*

Zhenming L. *(2019). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2019 ONU. Edit. Louis Jensen. ISSN: 2521-6899. 2019*

PERCEPCIONES QUE TIENEN LOS HABITANTES DEL EJIDO EUREKA Y BELÉN, ACERCA DEL TURISMO GENERADO EN EL CENTRO ECOTURÍSTICO GRUTAS DEL COCONÁ

Carlos Martín Jiménez Arano, Karina Sánchez Domínguez.

I. RESUMEN

La pertinencia de comprender que los habitantes son también parte importante del círculo que enmarca un centro turístico es una cuestión que cabe aclarar, además, del por qué resulta importante las opiniones de la población local sobre el turismo. En primer lugar, cabe responder que el conocimiento de la opinión pública sobre los aspectos que afectan cotidianamente a la población es por sí mismo un tema de investigación relevante en todas las sociedades. Razón por la cual el objetivo de esta investigación es analizar e interpretar las percepciones que tienen del aspecto social, económico y ambiental; los habitantes del ejido Eureka y Belén, así como los prestadores de servicios turísticos acerca del turismo generado en el Centro Ecoturístico Grutas del Coconá (CEGC). Nuestro estudio se enfatiza desde la percepción que se tiene en el lugar; para lo cual realizó encuestas para hombres y mujeres de diferente edad, estado civil, ocupación, nivel de estudio, origen y los años de residencia en ese lugar; del mismo modo, se realizó en tres aspectos: social, económico y ambiental; además de aplicar entrevistas para los prestadores del CEGC. Con esto se analizó los resultados emitidos por tipo de actor; es decir, los habitantes del ejido Eureka y Belén, así como los prestadores de servicio del CEGC, de acuerdo a cómo cada uno de éstos conciben el mismo espacio, siendo relevante para el análisis y así llegar a la conclusión.

Palabras Clave: Percepción, Percepción turística, Gruta del Cocona

II. INTRODUCCIÓN

El turismo sustentable juega un rol importante en el desarrollo de la comunidad, especialmente en áreas en las que abundan los recursos naturales y culturales, aún faltando recursos financieros que permitan el crecimiento económico en otras vías. Sin embargo, cualquier esfuerzo para impulsar proyectos turísticos en estas condiciones, puede tener consecuencias positivas y negativas en las dimensiones clásicas del desarrollo sustentable: ecológicas, económicas y socio-culturales, por lo que pueden darse controversias positivas o negativas inversas entre estas tres áreas de impacto.

Según Vargas (1994), uno de estos efectos es la interrupción del turismo en la comunidad anfitriona, la cual se puede expresar a dos niveles: uno macro-social, del que se derivan transformaciones sociales, culturales, económicas y ambientales a nivel destino; el otro es más inmediato y afecta a las personas a través de mecanismo de interacción social con los turistas, lo que genera cambios en la actitud de los residentes, tales como aceptación o rechazo a los turistas y a las actividades propias del turismo.

Tomando la consideración y observación de Coronado (1993), la enorme cantidad de dinero que se destina a la promoción turística y su impacto económico, social y ambiental, también es un factor importante en las balanzas comerciales para el ingreso económico del turismo. Esta situación provoca ambigüedades a la hora de buscar definiciones, ya que están sujetas a conceptos tan subjetivos como la percepción.

Por su parte, nos señala la SECTUR (2007) que el turismo de naturaleza es una nueva modalidad de turismo basada en la actitud, la conducta y el compromiso que debe asumir la humanidad. En efecto, esta alternativa turística se basa en recobrar la importancia de lo que cotidianamente pasa desapercibido como lo es el aspecto social; ya que el ser humano es un ser social, producto y productor de las relacione sociales. Al convivir con otros seres humanos adquieren paulatinamente un sentido de responsabilidad y de solidaridad para con sus congéneres, mediante la adquisición de las habilidades necesarias que le permiten desarrollarse, comunicarse y asociarse con los demás (Holloway, 1997).

La teoría del intercambio social sugiere que los seres humanos toman decisiones sociales basadas en los costos y beneficios percibidos (Homans, 1999). Esta teoría afirma que las personas evalúan todas las relaciones sociales para determinar los beneficios que

obtendrá de ellos. También sugiere que una persona normalmente deja una relación si él o ella perciben que el esfuerzo o el costo de esta superan cualquier ventaja.

En los campos de sociología, antropología y la psicología social, la teoría del intercambio social se desarrolla, en cierto modo, diferente del estudio tradicional de intercambio en economía (Yasong, Wang y Pfister, 2008). Considerando que la sociología acepta los dominios de valores interpersonales y el concepto de utilidad subjetiva, y que, con el acercamiento económico al social, los intercambios impondrán las estructuras de racionalidad, maximización de interés propio y competición perfecta dentro del mercado para interpretar los resultados.

Aunque varios autores han adoptado la teoría del intercambio social para explicar la relación entre los beneficios y las actitudes de residentes hacia el turismo, la aplicación de la teoría del intercambio social en residentes comprensivos y las actitudes hacia el turismo, aparece orientado al derramamiento de los dominios de valor económicos (Homans, 1999).

Dado que el objetivo de esta investigación es analizar e interpretar las percepciones que tienen del aspecto social, económico y ambiental los habitantes del ejido Eureka y Belén y los prestadores de servicios turísticos; acerca del turismo generado en el CEGC, se considera relevante también estudiar cómo son percibidos y valorados los efectos de la interacción entre los prestadores de servicios turísticos y los habitantes del ejido Eureka y Belén.

El problema de investigación se enmarca en el campo del estudio de las percepciones sociales; el objetivo concurre en analizar e interpretar las percepciones que tienen del aspecto social, económico y ambiental; los habitantes del ejido Eureka y Belén y los prestadores de servicios turísticos acerca del turismo generado en el CEGC, para analizarla desde la construcción económica, social y ambiental del turismo en relación a la misma como una actividad principal e importante en el ejido Eureka y Belén, Teapa, Tabasco.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Analizar e interpretar las percepciones que tienen los habitantes del ejido Eureka y Belén y los prestadores de servicios turísticos del aspecto social, económico y ambiental; acerca del turismo generado en el Centro Ecoturístico Grutas del Coconá (CEGC).

Objetivos específicos

- Identificar las diferentes percepciones de los habitantes que tienen del turismo generado en el CEGC.
- Identificar cuáles son las diferentes percepciones de los prestadores de servicios que tienen del turismo generado en el CEGC
- Examinar las diferentes percepciones que tienen los habitantes del ejido Eureka y Belén y los prestadores de servicios turísticos del turismo generado en el CEGC.

IV. MATERIALES Y METODOS

Localización del área de estudio

El presente estudio se realizó en el Centro Ecoturístico Grutas del Coconá y el ejido Eureka y Belén, este ejido pertenece al municipio de Teapa; el municipio se encuentra en una zona intermedia entre la planicie pluvial y la sierra de Tabasco, predominando las sierras bajas con ligeras pendientes, además de localizarse algunos cerros con elevaciones inferiores a los 1000 m. entre los que sobresalen “El Azufre” y “El Coconá”; en este último se ubica el área de protección ecológica llamada grutas del Coconá, declarada por el Congreso del Estado monumento natural, el cual comprende una superficie de 442 hectáreas (INEGI, 2007).

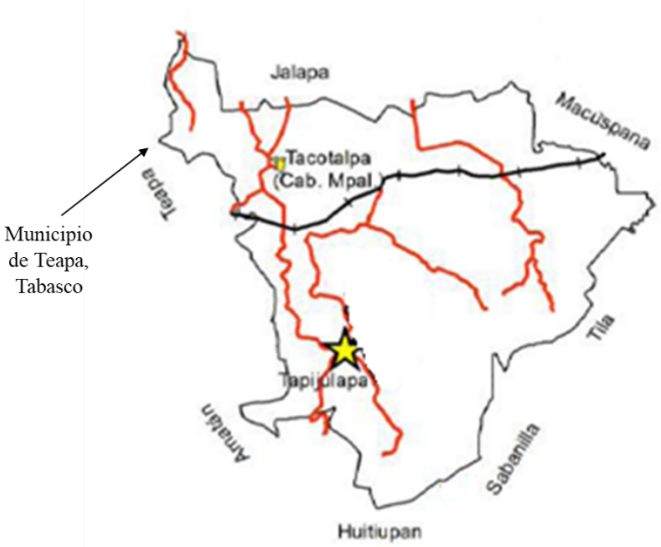


Figura 1. Localización del municipio de Teapa, Tabasco. (INEGI, 2010)

El estudio se realizó en el Ejido Eureka y Belén, es una comunidad aledaña al proyecto del Centro Ecoturístico Grutas del Coconá localizada en el municipio a tres kilómetros de Teapa, sus coordenadas geográficas: longitud: 0925543 y latitud: 173340 y con una altitud de 3 metros sobre el nivel del mar, (INEGI, 2007). En el mismo ejido se encuentra situado el Cerro Coconá, lugar que dista a 56 kilómetros de Villahermosa.

El CEGC está situado bajo el cerro del mismo nombre que forma parte de la comunidad y valle del municipio. Coconá quiere decir agua honda o profunda que se deriva del dialecto Zoque-Mayá donde koo- significa hondo y ná –agua. Las grutas fueron descubiertas en el siglo pasado durante una cacería por los hermanos Laureano y Rómulo Calzada, los perros al ir tras la presa se introdujeron en las grutas, los hermanos quedaron asombrados por la majestuosidad de la caverna.

En estas grutas se han encontrado vestigios prehistóricos como huesos de mastodonte y de megaterio, los cuales se encuentran en exhibición en el Museo de Antropología e Historia de la ciudad de México; cuentan con ocho salones, a través de 500 metros de recorrido se pueden ver claramente peculiares formas en piedra a las que el poeta Carlos Pellicer denominó de los Fantasmas, Boca de León, La Calabaza, Tres Colas de Serpiente, Cenote de los Peces Ciegos, Mujer sin Cabeza y la Gran Bóveda Celeste. Estos salones se unen entre sí a través de andadores, a lo largo de los cuales, se pueden observar diferentes figuras que el agua y el tiempo han ido formando en sus paredes, techos y suelos húmedos.

Enfoque de la investigación

La Encuesta

Para la obtención de la información requerida para este estudio, se utilizó la técnica de la encuesta, basada en la escala tipo Lickert misma que corresponde a un nivel de medición ordinal, que consiste en una serie de ítems o juicios ante los cuales se solicita la reacción del sujeto para medir actitudes (Padua, 1987). Con la serie de ítems el encuestado manifiesta el grado de acuerdo o desacuerdo de la percepción que se desee conocer, para con ello obtener una actitud positiva o negativa.

En los estudios realizados por Yasong & PFister, (2008), se utiliza esta herramienta de trabajo para estudiar las actitudes de los residentes; la cual consiste en cinco parámetros de la escala: 1=totalmente en desacuerdo; 2=en desacuerdo; 3=neutral; 4= de acuerdo; 5= totalmente de acuerdo. Esta escala permitió ser la referencia de medición para cumplir nuestro objetivo; analizar e interpretar la percepción que tienen del aspecto social, económico y ambiental los habitantes del ejido Eureka y Belén.

Para la selección de la muestra se consideró el 10% de la población total, con un tipo de muestreo al azar, en la aplicación de la encuesta tardaba aproximadamente 30 minutos en responder cada persona, ya que además nos daban un pequeño resumen de lo que sabían del CEGC, por lo anterior, este procedimiento se llevó un periodo de cinco meses.

Por otro lado, la entrevista estructurada se aplicó solamente a los prestadores de servicios turísticos, ya que para el presente estudio es muy importante conocer a profundidad la visión que tienen sobre los beneficios del proyecto hacia la comunidad desde el aspecto social, económico y ambiental.

Debido a esto, se realizaron solamente tres entrevistas a las personas que cumplían con los siguientes criterios: mayor conocimiento del proyecto turístico y la antigüedad de laborar en el proyecto. Así mismo, el registro se hizo mediante grabaciones y notas. Con ello, la conversación fue un instrumento central en esta investigación, ya que permitió un grado de profundidad, para la narrativa que los actores construyen. Los resultados obtenidos de las encuestas fueron vaciados en el programa estadístico IBM SPSS Statistics versión 19.

Las entrevistas fueron transcritas en hojas de texto del programa Microsoft Office Word 2007 y se hizo una codificación de acuerdo con el aspecto: social, económico y

ambiental. No se mencionan los nombres de las personas entrevistadas para evitar cualquier conflicto de intereses.

Para la calibración del instrumento de investigación, primeramente, se realizó una encuesta con 37 ítems aplicándolo al 10% de la población estudiada. De la misma, manera se utilizó el índice estadístico de alfa de Cronbach, que permite cuantificar el nivel de fiabilidad de una escala de medida para la magnitud inobservable construida a partir de las "n" variables observadas (Padua, 1987).

Para su cálculo se utilizó el programa estadístico IBM SPSS Statistics versión 19, este índice marca la confiabilidad de los ítems, si el valor es menor a 0.800, lo cual supone para una confianza del 95.5% (p=q=0.5) un error muestra del ±0.5%, el programa nos dice qué ítems eliminar, de tal forma que se eliminaron siete ítems de acuerdo a los puntajes asignados finalmente. Por último, se construyó con base en los ítems seleccionados, la escala final.

Después de tener comprobada la fiabilidad y validez de las escalas empleadas para medir la percepción de los habitantes y prestadores de servicio, se aplicó un análisis para obtener la frecuencia y el porcentaje, con el fin de diferenciar la existencia de distintos indicadores en la actitud sobre el CEGC, en función de las dimensiones de impacto social, económico y ambiental.

A partir de las dimensiones, se contrastó la significatividad de las diferencias en la percepción sobre el CEGC, en función del aspecto social, económico y ambiental; así como las características sociodemográficas como sexo, edad, nivel de estudios, ocupación, estado civil, lugar de nacimiento y años de residencia en Eureka y Belén.

V. RESULTADOS

En este apartado se enuncian los resultados encontrados en el trabajo de campo de acuerdo con cada habitante encuestado en cuanto a: nombre, edad, sexo, estado civil, ocupación o cargo, nivel de estudio, lugar de nacimiento ¬y años de residencia. De igual forma, se ofrece información de tres aspectos: social, económico y ambiental.

Datos generales de los encuestados

Se realizaron 118 encuestas, la mayor parte de los encuestados fueron mujeres representando el 71.19%, es decir un total de 84. Por otra parte, la edad varía de los 13 hasta los 78 años, siendo 30 años el mayor registro con un total de 11.86%. Con respecto al nivel

de estudio el 39.83%, que es igual a 47 encuestados solo cuentan con educación básica. En cuanto a la ocupación el 57.63%, son amas de casa siendo un total de 68 personas. En cuanto al estado civil, se encontró que existen diversas condiciones, encontrando que la cifra más alta corresponde a la categoría de personas casadas con el 61.86%.

Percepción de los habitantes en el aspecto económico.

De las encuestas realizadas la mayor parte de los encuestados 83.9% considera que el turismo no beneficia a Eureka y Belén (Tabla 1).

Tabla 1. Percepciones negativas de los beneficios percibidos del turismo en Eureka y Belén

ITEMS	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	87	73,7
En desacuerdo	12	10,2
Neutral	3	2,5
De acuerdo	7	5,9
Muy de acuerdo	9	7,6
Total	118	100,0

En la siguiente pregunta el 83.1% de las respuestas, alude expresamente que no se da empleo a los jóvenes de la localidad (Tabla 2).

Tabla 2. Efecto Negativo en cuanto a empleo que genera el turismo hacia los jóvenes de Eureka y Belén

ITEMS	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	75	63.6
En desacuerdo	23	19.5
Neutral	5	4.2
De acuerdo	11	9.3
Muy de acuerdo	4	3.4
Total	118	100.0

Por consiguiente, los encuestados identifican que el 57.6% está de acuerdo que con el turismo han aumentado el precio de las cosas (Tabla 4),

Tabla 4. Grado de acuerdo de las consecuencias del turismo en cuanto al precio de las cosas (comida, renta, etc.)

ITEMS	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	31	26.3
En desacuerdo	13	11.0
Neutral	6	5.1
De acuerdo	19	16.1
Muy de acuerdo	49	41.5
Total	118	100.0

Percepción de los habitantes en el aspecto social.

El 65.2% de los encuestados consideran que no hay más servicios públicos desde que hay más turismo (Tabla 9).

Tabla 9. Percepción negativa de los servicios públicos

ITEMS	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	60	50.8
En desacuerdo	17	14.4
Neutral	5	4.2
De acuerdo	17	14.4
Muy de acuerdo	19	16.1
Total	118	100.0

Por otra parte, el 66.9% apuntan que el turismo no obstaculiza el desarrollo de las actividades locales (Tabla 10).

Tabla 10.- Grado de afectación en el desarrollo de las actividades locales

ITEMS	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	41	34.7
En desacuerdo	38	32.2
Neutral	11	9.3
De acuerdo	18	15.3
Muy de acuerdo	10	8.5
Total	118	100.0

Además, el 47.5% señalan que los habitantes de Eureka y Belén no puede entrar a todos los lugares turísticos (Tabla 11).

Tabla 11.- Inconformidad de los habitantes hacia el acceso al CEGC

ITEMS	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	33	28.0
En desacuerdo	23	19.5
Neutral	18	15.3
De acuerdo	32	27.1
Muy de acuerdo	12	10.2
Total	118	100.0

Sin embargo, el 44.9% alude que el turismo no estimula la cultura local y la venta de artesanías (Tabla 12).

Tabla 12.- Importancia sobre el valor a la cultura y la artesanía

ITEMS	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	34	28.8
En desacuerdo	19	16.1
Neutral	25	21.2
De acuerdo	30	25.4
Muy de acuerdo	10	8.5
Total	118	100.0

VI. DISCUSIÓN

La percepción en el aspecto social, económico y ambiental.

La complejidad y diversidad del proceso turístico pueden ser examinadas desde diferentes perspectivas científicas que incluyen tanto las ambientales, como las sociales y económicas (Márquez & Sánchez, 2007). Por lo que, en este apartado se presenta una breve descripción de las conclusiones a que se llegaron después del análisis de los datos obtenidos con la aplicación de las encuestas y la realización de las entrevistas; las cuales se dividen en tres aspectos:

1. **Social:** se refiere a las habilidades individuales, dedicación, experiencias y resultados de conductas como costumbres y tradiciones.

2. **Económico:** considera las necesidades humanas de bienestar material, como el incremento en los precios, las opciones de empleo y el beneficio que se percibe.
3. **Ambiental:** hace énfasis en la percepción de los habitantes por la necesidad de reducir la presión en el ambiente físico, como el consumo excesivo de recursos naturales y contaminación de sitios.

Percepción del aspecto económico.

Al investigar el sitio en donde se construyen las percepciones de los distintos actores sociales, que son el cuerpo de nuestra investigación, es importante hablar del factor económico, pues muchas de las ocasiones estas se han convertido en centro de discordia entre diferentes actores, es decir, de las apreciaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos y la cosmovisión de los habitantes al percibir que no hay beneficio mutuo.

Es en este contexto geoeconómico del espacio, se analiza el testimonio de los habitantes del ejido Eureka y Belén, y los prestadores de servicios turísticos, investigación que a continuación expone sus percepciones en torno al turismo generado en CEGC.

Por lo tanto, cabe mencionar que en relación a este aspecto la percepción de los habitantes encuestados es de manera negativa; ya que, consideran no hay beneficio económico, de acuerdo a los resultados mostrados la mitad de la población está muy en desacuerdo en que el turismo beneficie a la comunidad; esto lleva a que entre los prestadores de servicios turísticos y los habitantes de la comunidad existan diferentes percepciones acerca de este aspecto, ya que dichos conflictos han llevado a los habitantes a estar en contradicción, por lo que, se ha etiquetado a los prestadores de servicio del CEGC como los acaparadores de los recursos económicos y de apoyos en el área de turismo.

Aunado a esto, la falta de un reglamento que obligue a los prestadores de servicio a difundir la información sobre las actividades realizadas, los ingresos y egresos generados en el CEGC, genera envidia, descontento y rechazo dentro de la comunidad hacia la organización. Los conflictos entre CEGC como se describe más adelante y la comunidad han aumentado paulatinamente.

Por otra parte, los entrevistados lo ven de manera positiva por que para ellos si hay beneficio económico en el cual aluden: “El CEGC apoya a la comunidad económicamente, ya que ellos en tiempos de que vienen turistas se les da la oportunidad para vender sus

productos y de ahí obtienen ganancias, sin embargo, no a todos se les puede dar ese privilegio, pero la mayoría ha venido aquí y se les apoya".

Derivado de esos intereses económicos es importante analizar con cuidado las propuestas de los gestores, en donde su concepción de espacio tiene que ver con abarcar todo el territorio (CEGC), pues a lo que señalan:

"La comunidad puede venir a vender sus productos, en las grutas se le da oportunidad, la cuota que se les cobra es anual de $200.00, en ocasiones no se le da oportunidad a otras personas por que solo vienen a ver que hay y como perjudicar las grutas, por esa razón no se le da oportunidad, además de preferencia tiene que pertenecer a la sociedad, aunque si se le ha dado oportunidad a gente de la comunidad que no tiene nada que ver con las grutas, pero solo de pasada no que sea fijo. Además, La SEMARNAT, SERNAPAM, CONAFOR, SAGARPA y otras instituciones nos han apoyado con proyectos. El centro de Investigación nos está apoyando para sembrar hacer hortaliza, se prestó el terreno, pero la comunidad es quien la trabaja con 20 señoras, de ese modo se les apoya".

Este testimonio del encargado del CEGC, se va desenvolviendo en el discurso aludido, en donde existen intereses económicos, que convierten al lugar en centro de poder, esto concuerda con la Teoría del Intercambio Social (Homans, 1999), la cual utiliza términos económicos como beneficio, ganancia, costo, y el pago para describir situaciones sociales. Según esta suposición, la gente consciente e inconscientemente evalúa cada situación social en términos de lo que tendrá que poner en él, y relacionarlo con los beneficios que piensan que pueden salir de él. Cuanto mayor es el beneficio potencial, mayor es la inversión personal que un individuo puede hacer en una relación (Homans, 1999). Con esto posiblemente podemos explicar la contradicción de opiniones que hay entre los habitantes y los prestadores de servicios turísticos.

Por otra parte, el encuestado señala que emplearse en el turismo no es prioritario por lo que no existe ningún interés; sin embargo, la teoría del intercambio social, dice las personas sólo serán generosas si esperan algún beneficio personal para llegar a ellos a causa de ella (Homans, 1999), pero como el beneficio no es a como ellos quieren, los encuestados mencionan que no hay beneficios, por esta razón el entrevistado opina: "Para la contratación de personal pueden ser personas tanto internas como externas, que no sean conflictivas o que no tengan antecedentes aunque no sean ejidatarios, claro ejemplo esta en que tenemos aun

señor que no es ejidatario y es de una comunidad “La Florida”, él hasta es de planta por que conocemos que es una persona muy tranquila y trabajadora, otro ejemplo es que se bajan proyectos y pues es para los ejidatarios, pero nosotros dimos oportunidad a la comunidad que no son ejidatarios como grupo bajamos proyectos pero siempre se le da prioridad a los ejidatarios pregunto de los que somos quienes pueden y los espacios que quedan le doy a la comunidad”.

El enfoque del ecoturismo estipula que el motivo principal de los turistas es la conservación del recurso natural y cultural (Alarcon, 2010); sin embargo, los habitantes encuestados no están interesados, más bien ven la parte económica del turismo, pues según la teoría del intercambio social, las personas suelen tener un alto nivel de felicidad si perciben que están recibiendo más de lo que están dando a una relación. Si, por otra parte, las personas sienten que están dando más de lo que reciben, pueden decidir que la conexión no está cumpliendo con sus necesidades (Homans, 1999).

Es por esa razón que los encuestados consideran que emplearse en el turismo no es prioritario, y por el mismo motivo consideran que no todos los habitantes perciben beneficios económicos, pues las ganancias son solo para algunos; sin embargo el entrevistado opina: “A los jóvenes se les da trabajo en temporadas altas, de hecho a personas de otros municipios, por ejemplo en las temporadas de semana santa, tenemos a un muchacho de Simojovel Chiapas, que el solo viene en temporadas vacacionales a vender pulseras de ambar y del mismo modo se les da oportunidad a personas que no vendan los mismos productos. En realidad, la comunidad si puede venir a vender siempre y cuando no sea el mismo producto o fijo”.

Finalmente, se considera que desde esta perspectiva para la comunidad no existe ningún beneficio económico, es decir, tienen una percepción negativa del turismo; además la derrama económica generada por parte del CEGC, la comunidad no ha percibido los beneficios, hablando económicamente; sin embargo, para el entrevistado el beneficio económico es positivo pues alude de la siguiente manera “a la comunidad si se les apoya cuando hay la oportunidad, pero no se les puede dar a todos, ni todo”.

Percepción del aspecto social.

En este apartado se describen las percepciones del aspecto social derivadas de las actividades productivas dentro de la comunidad y el CEGC. Al interior de la comunidad existen grandes

contradicciones en cuanto a lo que afirman los prestadores del CEGC, estas contradicciones están mediadas principalmente por la negatividad que existen en diversas actividades, ya sean productivas como de servicios turísticos.

La percepción con respecto al aspecto social para la población encuestada tiene una opinión negativa y está en contradicción con los prestadores de servicios del CEGC, sin embargo, la teoría del intercambio social afirma que en los seres humanos toman decisiones sociales basadas en los costos y beneficios percibidos (Homans, 1999).

Los encuestados señalan que más de la mitad de la población opina que no hay más servicios públicos, desde que hay más turismo, por lo tanto, la actitud hacia el turismo dependerá del impacto que tenga el turismo (Yasong, Wang y Pfister, 2008) para ello, el entrevistado opina: "Anteriormente había más apoyo para el CEGC, sin embargo, conforme han ido pasando los gobiernos se han ido disminuyendo los servicios, pues cada gobierno trae una idea diferente.

Por lo anterior, los habitantes consideran desde su percepción que el turismo no afecta las actividades locales, sin embargo, debido a esto Yasong, Wang y Pfister, (2008) señalan que el tipo de relación o interacción con los turistas modificará las percepciones sobre el turismo, derivado de esto los entrevistados comentan: "el turista no afecta a la comunidad, porque en ellos se ve reflejada el valor que la comunidad no tiene, con esto quiero decir que el turismo no puede afectar lo que nosotros hacemos, más bien lo ven como distracción, por ello le dan un valor respetando así nuestras tradiciones y costumbres".

Sin embargo, desde la percepción de los encuestados dicen estar en descontento por no poder entrar a las CEGC, a lo que según el autor alude los impactos por sí solos no generan la actitud, es la percepción que tiene la población de esos impactos la que da lugar a las actitudes (Yasong, Wang y Pfister, 2008), a lo que el entrevistado señala "los habitantes de Eureka y Belén pueden entrar a las distintas áreas que del CEGC, siempre y cuando paguen lo justo, ya que de esto depende el trabajo de muchos que estamos aquí" sin embargo la comunidad se siente afectada por que sienten que a ellos se les debe de cobrar menos que a los turistas, pues estos lo ven como si fuese de ellos.

Además, consideran que no se les promueve la cultura local y la venta de artesanías, sin embargo, el entrevistado señala "a los habitantes no se les promueve la cultura por que aunque se hagan talleres de concientización, los habitantes no llegan, no sé que pasa ha de

ser por que muy pocos estudian y las mujeres se casan muy chicas, tampoco quieren hacer artesanía, de hecho ni tenemos, no hay nada, solo lo que a veces hay en el museo, pero ellos nada quieren", lo anterior, genera una contradicción con los diferentes actores, lo que puede generar un conflicto social. Debemos de recordar que Rodríguez (2007), señala que, en una localidad turística los individuos con mayores vínculos con el colectivo de habitantes valorarán de forma más positiva los recursos con los que cuenta.

Por otra parte, los habitantes encuestados no consideran que exista descontrol del turismo, mientras los entrevistados mencionan que "respecto a la seguridad se puede decir que esta en pésimas condiciones, ya que los mismos habitantes de Eureka y Belén son quienes han dado mucho de qué hablar con respecto a este tema, por que como no son de aquí muchos de los que están residiendo asaltan y roban, a cualquier hora del día, de hecho hasta los nietos de los mismos ejidatarios participan en los atropellos que hacen a los turistas, esto hace que el lugar sea mal visto, además las autoridades del ayuntamiento no nos apoyan, pues conforme van pasando los presidentes, es a como nos mandan policías, y últimamente no nos apoyan con policías, provocando que la inseguridad al venir a las grutas cada vez sea más, hemos pedido apoyo con otras instituciones pero en realidad no se ve el apoyo, solo nosotros a veces cuidamos dando rondines en las motocicletas para evitar que se perjudique al turismo...".

Los encuestados mencionan que la presencia de turistas no provoca que haya delincuencia, algunos autores mencionan que el turismo modifica la estructura interna de la comunidad, dividiéndola entre los que tienen o no interacción con los turistas (Rodríguez, 2007). Como puede verse en la opinión del entrevistado que menciona que "…Se ha intentado hablar con los jóvenes, pero en realidad estos no entienden, no comprenden los problemas que acarrean a los que dependemos de esto y queremos ver que siga el lugar…"

Sin embargo, lo anterior también se puede explicar porque no se percibe a Eureka y Belén como un centro turístico, esta idea la explica muy bien el entrevistado "…... ellos no consideran que sea un lugar turístico, como es diferente al que conocen como Cancún dicen que no es turístico porque no hay estructuras grandes como edificios, restaurantes, bares, etc…"

Por último, los encuestados no valoran el CEGC, como lo señala el entrevistado: "Muchos de los habitantes del ejido no valoran, no les importa si perjudican es como aquellas

personas que tienen otras empresas, ya que se estaban acabando la mitad de la gruta a ellos solo les importa el dinero, y como muchos de los habitantes trabajaban ahí, nos ven como los malos por que ellos no ven el beneficio ecológico, ven el beneficio económico, esto hace que seamos mal visto, ya que eso era su fuente de empleo, por eso ven a los prestadores de servicio como malos y no valorar las Grutas".

Para finalizar, es necesario considerar que para que el CGC cumpla con su perspectiva de ecoturismo, se debe de dar la vinculación con la comunidad, entendida como una combinación entre el tiempo de residencia en la localidad, el grado de preocupación por su desarrollo y la vinculación emocional a ella (Rodríguez, 2007).

Percepción del aspecto ambiental.

En este capítulo, se analiza la percepción ambiental que tienen los encuestados y los entrevistados sobre el CEGC, no obstante los encuestados aluden que el turista no daña el medio ambiente, aunque se sabe, en términos generales, que el turismo afecta al ambiente en el que se desenvuelve, es difícil establecer, en forma clara, las consecuencias reales del crecimiento de esta actividad económica sobre el escenario que le contiene, en particular en lo concerniente a la conservación de recursos naturales (Márquez & Sánchez, 2007), por otra parte el entrevistado opina: "El turismo suele ser mejor cuidador de los recursos al ver la situación actual del país con problemas del medio ambiente ya cuida el medio que les rodea como la flora (plantas) y la fauna (animales como monos, pájaros, entre otros), más que nada se esta haciendo conciencia de que la naturaleza es vida, además no afecta por que ellos no usan los recursos que son de los habitantes más bien lo cuidan."

También, los habitantes consideran que los recursos naturales han ido cambiando, ya que los prestadores de servicio no lo han cuidado como debe de ser, como consecuencia de esto, adquiere sentido la importancia de estudiar la percepción ambiental, en donde se define; como el medio por el cual se comprenden los fenómenos del medio ambiente para arribar a un mejor uso de sus recursos y dar una respuesta más efectiva a los riesgos ambientales (Fernández, 2010). Es por esa razón que el entrevistado alude "los habitantes dicen que no cuidamos los recursos porque lo vendemos como producto, pero lo que ellos no saben es que gracias a esto es que se ha podido preservar el lugar, porque si por ellos fuera ya esto no existiría".

Entonces, podemos decir que la comunidad y los prestadores de servicios turísticos en realidad están en controversia y hay una grandísima disputa, con respecto a los recursos naturales, para ello se presenta dos opiniones diferentes. Por una parte, los habitantes apuntan que los prestadores de servicio son quienes trabajan la gruta sin generar un beneficio ambiental, más bien consideran que soló se la están acabando.

Por otro parte, la opinión de los prestadores de servicios turísticos señala que la comunidad es quien tiene la culpa del deterioro de las grutas y la justifican porque ellos no son de ahí. Por lo que señalan "Si consideramos que la población es el 100% los involucrados con las Grutas del Cocona solamente es el 1%,.Razón que hace que la comunidad no participe en el cuidado de las grutas talando arboles cazando y matando animales, ya que ese 99% no tiene nada que ver con el ejido porque en realidad no son de aquí, aunque viven aquí no tiene nada que ver con las grutas, aunque la comunidad es grande muchos son de fuera, personas que incluso las echan de sus lugares de origen porque son maleantes, rateros y se vienen a residir a este lugar, esto es perjudicial por que roban, asaltan y destruyen la ecología ha ellos no les importa matar animales, talar los árboles, perjudicar, etcétera; aunque se les hace ver que están haciendo un perjuicio a la comunidad, no lo ven así. El 49% son personas que van y vienen, de los casi 1500 habitantes nativos de Eureka y Belén solo como 100 son originarios".

La controversia continua cuando nos referimos al apoyo gubernamental en el cuidado de los recursos naturales, ya que según los habitantes ni las dependencias federales, ni las estatales les apoya, sin embargo el entrevistado opina: "La comunidad no hace conciencia de cuidar los recursos naturales de lo que tenemos, pues en realidad no valoramos, ya que tumban arboles y matan los animales, y aunque se trate de hacer conciencia por parte de los prestadores de servicios turísticos de las grutas no lo hacen, se han realizados algunas veces talleres a través de dependencias como CONAFOR, SEMARNAT, pero la comunidad no participa, ya que en ocasiones únicamente es para los ejidatarios y pues a ellos se le hace conciencia, tal vez por esa razón la comunidad no hace conciencia pero la comunidad no razona".

En este tenor, Fernández, (2010) comentó que, en estas relaciones de poder, sobresale la acción del Estado como actor dominante en la escena frente a otros actores, aunque se

busca una solución conjunta entre todos los actores involucrados, entendiendo por vinculada que todos tengan capacidad de intervenir en las decisiones ambientales.

Por otra parte, desde la percepción de los encuestados, más de la mitad de la población consideró que los prestadores de servicio son quienes tienen la única obligación del cuidado hacia los recursos naturales; sin embargo, éstos consideran que todos deben de participar en el cuidado e iniciativas hacia los recursos naturales. Por otro lado, el entrevistado opina: "Los habitantes del ejido piensan que nosotros somos los únicos que debemos de cuidar el medio ambiente, no se dan cuenta que es para sus hijos y que es responsabilidad de todos, piensan que aquí se gana mucho dinero que por esa razón debemos de cuidarla, no hay conciencia ecológica, creo que a como está el planeta todos debemos de cuidar todos los recursos, pero la gente solo piensa en el bolsillo, si no se les paga no cuidan".

Finalmente, la Teoría del intercambio Social señala que el ser humano solo ve los beneficios si recibe algo a cambio (Homans, 1961), la cual podría explicar las diferentes percepciones que tiene la población encuestada y los prestadores de servicios, sobre la conservación de los recursos naturales en el CEGC.

VII. CONCLUSIONES

En este apartado se concluye sobre las opiniones de los habitantes sobre los beneficios que aporta el turismo al desarrollo económico de su comunidad, así como sus efectos sociales y ambientales. En este sentido se observa una actitud general negativa hacia lo económico y su asociación sobre los efectos del turismo, son los problemas más citados. Dos de cada tres encuestados considera que el turismo tiene efectos negativos, en este sentido, siendo esta percepción algo mayor se ve presionada por la población local, si bien es una opinión limitada y restringida a aquellas zonas donde el turismo ha alcanzado un mayor nivel de desarrollo.

Así podemos afirmar que cuanto mayor sea el desarrollo económico, así como el incremento y uso de los recursos turísticos para los habitantes, mejores serán las actitudes de los residentes hacia el turismo y los recursos naturales. Respecto a la influencia de las características personales de los habitantes y su actitud hacia el CEGC, se observa la existencia de diferencias significativas en función del nivel de estudios, en la línea de los resultados. Así, a menor nivel de estudios del habitante peor es la actitud.

Se percibe que hay una preocupación de enseñarles a los habitantes lo importante que es la preservación de los recursos naturales. Los habitantes consideran que la situación de las zonas turísticas no es buena y que no ha mejorado. Es importante mencionar que la afluencia de los visitantes puede llegar a causar cierta percepción de aglomeración o cierto estado de intranquilidad. A pesar de las controversias dadas, se puede percibir que aún en el lugar se siguen preservando parte de los recursos naturales, para ofrecer a los turistas.

Se considera que el turismo generado en el CEGC tiene la capacidad de proporcionar beneficios colectivos que revierten al conjunto de la comunidad, ya que, si se trabajara de manera conjunta, fuera diferente y hubiera un beneficio para todos, no solo para algunos.

Como se ha señalado, la valoración generalmente negativa del turismo del aspecto social en Eureka y Belén se acompaña de ciertas variaciones entre las distintas perspectivas, ya que es evidente este resultado y el cual influye de las opiniones que tiene la población local sobre el turismo. Pues al presentarse estas respuestas en declive, se percibe el turismo como no beneficioso donde la opinión de que existe una crisis profunda en este aspecto es la principal.

Otro de los problemas que se perciben es la complicada relación entre turismo y medio ambiente, la cual genera una gran controversia entre los habitantes y los prestadores

de servicio turísticos, por una parte, los habitantes quisieran aprovechar los arboles y animales a beneficio propio y por la otra los prestadores de servicios turísticos consideran se deben de conservar, es decir, no talar, no matar los animales, no saquear las plantas exóticas, entre otros.

Los prestadores de servicios turísticos consideran que no hay apoyo por parte de algunas instituciones, en este caso "SECTUR", aluden que solamente Turismo Estatal apoya con algunos folletos o spot. Señalan que el H. Ayuntamiento les apoyaba con promoción en folletitos, sin embargo, con el presidente actual (2010-2012) no hay apoyo ni con policías, lo que conlleva a que haya asaltos a turistas, provocando que el lugar sea menos visitado.

VIII. RECOMENDACIONES

- Para que el ecoturismo se dé, de manera equilibrada en el aspecto social, económico y ambiental, se debe de tomar en cuenta la participación de los habitantes, ya que son parte importante para el buen manejo de los proyectos ecoturísticos y en la planeación de futuras actividades.
- Se debe realizar talleres de concientización para los habitantes, así como, para los prestadores de servicios; con la finalidad de comprender la visión integral del turismo de naturaleza.
- Además de las capacitaciones que se den, no solamente se vea como la manera de obtener beneficios propios, más bien en tres aspectos: social, económico y ambiental.
- Buscar apoyos por parte de las instituciones SECTUR, SEMARNAT y FONATUR, con la finalidad de obtener mayor seguridad al momento de que el turista visite el lugar.
- Proponer iniciativas de mejora hacia la comunidad, por parte de los prestadores de servicios.
- Dejar de saquear los recursos naturales (talar arboles, matar animales, llevarse plantas exóticas, ahuyentar los animales, entre otras), con el objetivo de dejar algo para futuras generaciones.
- Se debe proponer una relación diferente de organización entre los prestadores de servicios del CEGC y la comunidad, con la finalidad de tomarlos en cuenta y que no

se sientan excluidos; con esto los habitantes tendrán un panorama diferente del CEGC.

- Dejar que la comunidad realice propuesta de mejora, para el CEGC.
- Apoyar a la comunidad en trabajos que el CEGC genere.

IX. REFERENCIAS

Alarcón, P. *(2010). Implicaciones y Contradicciones del Ecoturismo en la Sima de las Cotorras, Ocozocoautla de Espinoza, Chiapas. Ed. ECOSUR. El Colegio de Frontera Sur. San Cristóbal de las Casas Chiapas, México D.F.*

Álvarez, J. *(2006). Cómo hacer investigación cualitativa "Fundamentos y metodologías". Ed. PAIDOS. México D.F.*

Allport, G. *(1966). "Attitudes in the History of Social Psychology." In Attitudes, Ed. By Neil Warren and Marie Jahoda. Middlesex, UK: Penguin, Harmondsworth.*

Castañeda, J.J., De la Torre, L.M.O., Morán, R.J.M. y Lara, R.L.P. *(2002). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.*

Cathy H., Hsu C., Liping C., y Mimi L. *(2009). Expectation, Motivation, and Attitude: A Tourist Behavioral Model. Journal of Travel Research originally published online.*

Coronado, M. *(1993). Concientización Turística Ed. DIANA. México D.F.*

Consultado en: D:\ tesis\ Nueva carpeta (2) \Las grutas de Coconá Especiales esmas_com.mht

Feldman, R. *(1999). Psicología. Ed. Mc Graw Hill. México D.F.*

Fernández, Y. *(2010). Percepciones ambientales sobre una Reserva Ecológica Urbana, El Zapotal, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Ed. ECOSUR. El Colegio de Frontera Sur. San Cristóbal de las Casas Chiapas, México D.F.*

Heathcote, R. *(1980). The context of studies into the perception of desertification, En: Heathcote RL, Perception of desertification. Prensa de la Universidad de las Naciones Unidas, Tokio.*

Holowall J. *(1997). El negocio del turismo. Ed. DIANA. México D.F.*

Homans, G. *(1961): Social Behavior: Its Elementary Forms. New York: Harcourt Brace Jovanovich.*

INEGI. Anuario estadístico. *(2007). México Hoy. Ed. INEGI.*

INEGI. Anuario estadístico. *(2010). México en el mundo.*

Lazos, E. y Paré, L. *(2000). Miradas indígenas sobre una naturaleza "entristecida": percepciones del deterioro ambiental entre nahuas del sur de Veracruz. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. México: Plaza y Valdés.*

Maldonado, I. *(2008). Concepciones del turismo y territorio entre los Chuj de Tziscao, Chiapas. Ed. ECOSUR. El Colegio de Frontera Sur. San Cristóbal de las Casas Chiapas, México D.F.*

Matlin, M., y Foley, H. *(1996). Sensación y percepción. Ed. Prentice. México D. F.*

Márquez, R y Sánchez, A. *(2007). Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México. Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM. México D. F.*

Sampierí, R., Fernández y Baptista, L. *(2007). Metodología de la investigación. Ed. Mc Graw Hill. México D.F.*

Padua, J. *(1987). Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales. México: FCE.*

Ponce, S. *(2004). Percepción del Modelo Turístico de Sol y Playa. El Caso del Mar Menor. Papeles de Geografía, 39; pp. 173-186.*

Revista Pueblos Mágicos de México. *(s.f) Recuperado de: http://www.pueblosmexico.mx/grutas-de-cocona-tabasco-2/*

Revista Buen Viaje Diario Turìstico. *(s.f) Recuperado de: http://www.uam-antropologia.info/alteridades/alt8-4-vargas.pdf.*

Revista Playas de Mèxico. *(s.f) Recuperado Recuperado de: http://www.playasmexico.com.mx/articulo_playas.php?id_article=544*

Rodríguez, P. *(2007). Los andaluces y el turismo: percepción social del turismo en Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y título Deporte. Sevilla, España.*

SECTUR, *(2007). Guía para el Diseño de Servicios Turísticos Básicos en Sitios Naturales. Ed. SECTUR. México D.F.*

Vargas, M. *(1994). Sobre el concepto de percepción, (4) 8. Recuperado de: http://www.uam-antropologia.info/alteridades/alt8-4-vargas.pdf.*

Warnock, G., *(1974). La filosofía de la percepción: Introducción. Fondo de Cultura Económica. México DF.*

Yasong, A., Wang y Pfister. R. *(2008). Residents' Attitudes Toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community. Journal of Travel Research originally published online.*

EL COMERCIO INFORMAL EN LA ZONA TURÍSTICA DE TEOTIHUACÁN

Blanca Estela Hernández Bonilla, Verónica Ramírez Cortés,
Sendy Janet Sandoval Trujillo.

I. RESUMEN

La zona arqueológica de Teotihuacán es uno de los principales destinos turísticos visitados en México por nacionales y extranjeros, provocando una derrama económica para la región, sin embargo, el problema que se presenta con los microempresarios que se encuentran establecidos en este lugar es el comercio informal, el objetivo del presente estudio es identificar los principales factores que propician el comercio informal y la afectación para los trabajadores. La metodología de este estudio es descriptiva, de tipo explicativo porque busca y establece las causas últimas de los fenómenos sociales. Además, es una investigación transversal. Los resultados que se obtuvieron son las limitaciones que tienen la mayoría de los trabajadores al no percibir las prestaciones mínimas que se establecen en la Ley Federal del Trabajo.

Palabras Clave: comercio informal, zona turística Teotihuacán.

II. INTRODUCCIÓN

Teotihuacán es uno de lugares turísticos más importante y visitado de México por turistas nacionales e internacionales, para iniciar este trabajo de investigación se definirá el conceto de turismo de acuerdo con Roldán et. al (2017) señala que es el desplazamiento temporal de personas con fines recreativos, el cual se ha convertido en los últimos años en una actividad socioeconómica importante para el desarrollo no solo de México sino también a nivel Internacional.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el 2019 generó uno de cada once empleos de manera directa a nivel mundial, lo cual señala que el 9.1 por ciento de la población se desempeña en el sector turístico. Anteriormente, el turismo era considerado un

lujo exclusivo de la gente adinerada, sin embargo, hoy día es una necesidad a fin de descansar de la rutina del trabajo y fomentar la unidad familiar, de modo que toda familia procura salir por lo menos una vez al año de vacaciones.

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) en el 2016 considera que el crecimiento del sector turístico en México es superior al de muchas otras economías emergentes, representando directamente el 8.5 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) y genera 2.3 millones de empleos directos.

México se distingue por su diversidad de sitios naturales y culturales que puede ofrecer al turismo nacional y extranjero, la zona arqueológica de Teotihuacan se encuentra ubicada en la región nororiente del Estado de México, considerada el número uno en las preferencias de visitas a zonas arqueológicas a nivel nacional (UNESCO).

III. DESARROLLO

Para este estudio las Micros Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) que existen en los alrededores de la zona arqueológica de Teotihuacan y que han logrado establecerse cumpliendo con los aspectos legales y fiscales ofreciendo servicios a los turistas que visitan el lugar, como parques ecoturísticos, talleres gastronómicos y artesanales, fotografía rural, vuelos en globos aerostáticos, baños en temascales, vivencias místicas, paseos a caballo, entre otras.

Estas microempresas se ven afectados por el comercio informal, pero qué se entiende por informalidad, para Martínez (2005) refiere que los factores pueden conducir al empleo informal, son bajos ingresos, inexistencia de contratos laborales, ausencia de prestaciones sociales y organizaciones laborales, uso de tecnología atrasada y empresas muy pequeñas. Sin embargo, todas las empresas, no sólo las pequeñas, promueven la subcontratación y la informalidad en todas las regiones. De acuerdo con datos del INEGI (2016) entre los años 2003 y 2016 aportó el 23 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del país teniendo una ocupación y empleo de 57 por ciento de la población.

Las personas que no cuentan con un trabajo fijo tienen la necesidad de trabajar de manera informal, misma que genera en todos los sectores de la actividad económica, son una forma de ocupación y de generación de ingresos familiares. Otros aspectos que genera la

economía informal son los efectos económicos, sociales y fiscales; ya sea locales o federales. De manera particular, en el aspecto fiscal se generan pérdidas respecto a la recaudación fiscal.

Con base en los datos estadísticos de la SECTUR en el 2018 se tenían registrados 546 establecimientos, por otro lado, el número de visitantes, turistas nacionales y extranjeros en el mismo año fue de 4 185 017 personas. En los últimos diez años la participación de la economía informal en el PIB tiene en promedio el 23.13 por ciento según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI).

IV. MATERIALES Y METODOS

La presente investigación de acuerdo con Hernández (2010), busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de un grupo o población estudiada. El alcance de este estudio es descriptivo, toda vez que al abordar el objeto de estudio se podrán especificar los aspectos que detonan la economía en la zona de Teotihuacán a través de las empresas prestadoras de servicios.

De acuerdo con Pacheco y Cruz (2008), esta investigación es de tipo explicativa porque busca y establece las causas últimas de los eventos o fenómenos sociales, así mismo que se pueda explicar por qué ocurren, en qué condiciones se dan y por qué dos o más variables están relacionadas con el fenómeno de estudio.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010), es una investigación transversal porque se recolectan datos en un solo momento, el estudio únicamente recolectará y analizará datos en un tiempo específico, por lo que es considerado un tipo no experimental. La técnica de muestreo es no probabilística intensional ya que permite seleccionar casos característicos de una población limitando la muestra solo a estos casos, se utiliza en escenarios en las que la población es variable y por consiguiente la muestra es muy pequeña (Tamara y Manterola, 2017).

V. RESULTADOS

Los factores de informalidad que se consideraron en la encuesta aplicada a los microempresarios prestadores de servicios que se ubican en la zona de Teotihuacán son los

que se encuentran registrados ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y expiden facturas a sus clientes por el servicio prestado. El pago a los trabajadores por concepto de prestaciones acorde con la Ley Federal del Trabajo como son vacaciones, aguinaldo, reparto de utilidades y afiliación al Seguro Social. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

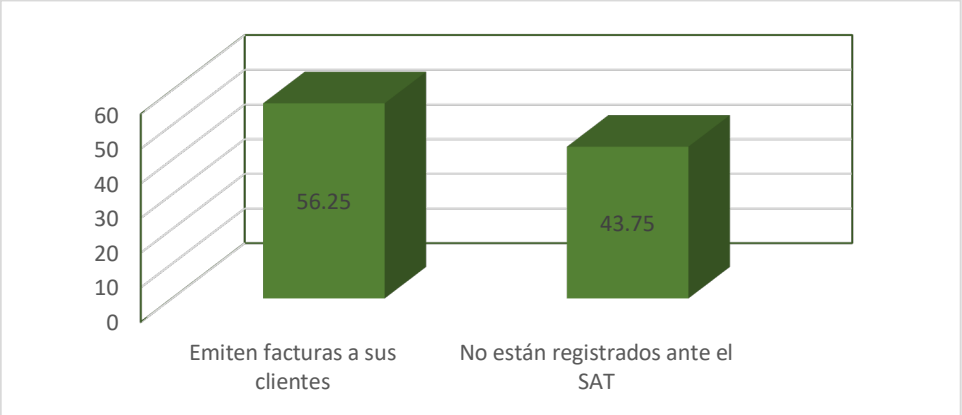


Figura 1. Microempresas de servicios en la zona de Teotihuacán con registro ante el SAT

Los datos obtenidos en la gráfica anterior refieren que, del 100 por ciento de los microempresarios prestadores de servicios en la zona de Teotihuacán encuestados, el 56.25 por ciento si cuenta con el registro federal de contribuyentes y emiten facturas a sus clientes, mientras que el 43.75 por ciento no emiten factura ni cuentan con el registro federal de contribuyentes.

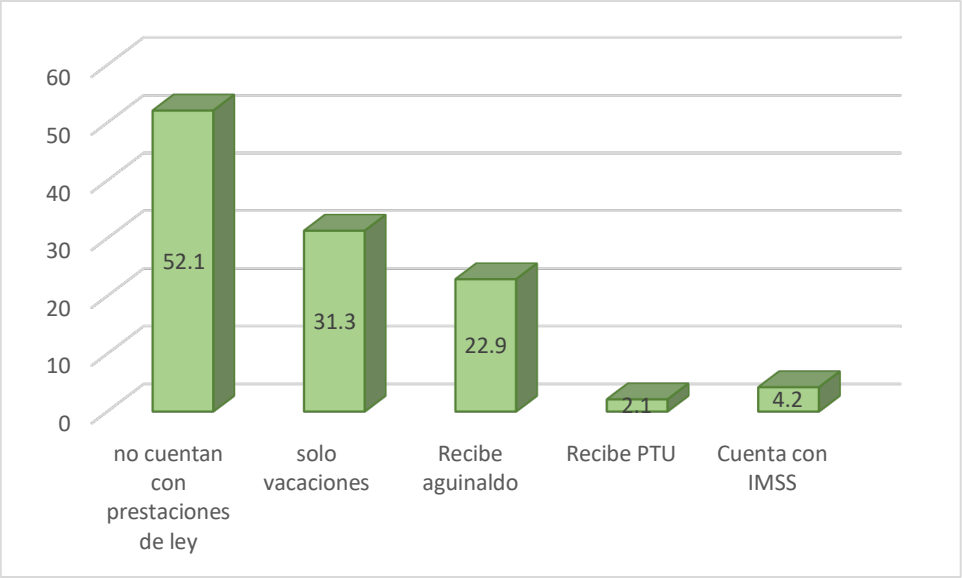


Figura 2. La informalidad de las microempresas de servicios en la zona de Teotihuacán

Como se puede observar en la gráfica anterior del total de 91 microempresarios encuestados el 52.1 por ciento refiere que los trabajadores no tienen prestaciones de acuerdo con la ley Federal del Trabajo, el 31.3 por ciento paga vacaciones, el 22.9 entrega aguinaldos a sus trabajadores, el 2.1 por ciento realiza el reparto de utilidades. Asimismo, el 4.2 por ciento de los trabajadores se encuentra afiliado al Instituto Mexicano del Seguro Social.

VI. CONCLUSIONES

Los datos obtenidos en esta investigación muestran los altos índices de informalidad por parte de los microempresarios prestadores de servicios en la zona de Teotihuacán, siendo datos significativos y preocupantes, ya que no solo se afecta al gobierno en las contribuciones, sino a los trabajadores de la región limitándolos en sus derechos como son la prestación de la atención médica para ellos y sus familias, las prestaciones limitadas que reciben por parte de los microempresarios.

VII. RECOMENDACIONES

Es fundamental que los microempresarios ofrezcan a sus trabajadores las prestaciones mínimas de ley, ya que como patrones están obligados a entregarlas a sus subordinados. La afiliación al seguro social es una prestación vital para los trabajadores, con ella protegen a su familia y les permite cotizar para cuando ya no puedan prestar sus servicios tengan una vida digna, así como recibir la atención médica. Es importante mencionar que, los patrones no deben ver las aportaciones de los trabajadores en el IMSS como un gasto, estos pagos que realizan cada mes deben considerarse en costo de los servicios que ofrecen, que finalmente paga el último consumidor.

VIII. REFERENCIAS

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. *(2010). Metodología de la investigación. Editorial MacGraw-Hill.*

INEGI. *(2017). Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (cifras durante el tercer trimestre de 2017). Comunicado de prensa núm.481/17. 14 de noviembre de 2017.*

Martínez, P. J. *(2005) El sector informal en México. El cotidiano NÚM 130, MARZO-ABRIL, Universidad Autónoma Metropolitana. México recuperado. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32513005*

OMT *(2019) Panorama del Turismo Internacional. UNWTO. Recuperado el 15 de octubre de 2020 desde: https://www.unwto.org/es/publication/panorama-turismo-internacional-2 https://www.unwto.org/es/publication/panorama-turismo-internacional-2019.*

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. *(2016). Tendencias y políticas del turismo 2016. Versión ejecutiva traducida por la Secretaría de Economía: México.*

Pacheco, A. y Cruz, C. *(2008) metodología crítica de la investigación. Lógica, procedimientos y técnicas. CECSA*

Roldán et al. *(2017). Turismo sustentable en México. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.*

SECTUR *(2018) Visión Global del Turismo a México. Análisis de Mercados, perspectivas del turismo mundial.*

Selección de la muestra. *En Metodología de la Investigación México: McGraw-Hill.*

Tamara, O. y Manterola, C. *(2017) Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio Sampling Techniques on a Population Study*

EL CACAO Y LAS INDUSTRIAS CHOCOLATERAS, PROMOTORES DEL DESARROLLO SUSTENTABLE EN TABASCO

Norma Angélica Hernández Gómez, Rosa María Martínez Jiménez.

I. RESUMEN

El área principal de cultivo de cacao en México se encuentra en la zona del Golfo, en el estado de Tabasco, reconocido por su cacao desde la civilización Olmeca, hace 3,000 años. En 2016 se decretó producto con Denominación de Origen al cacao cultivado en la Región Grijalva de Tabasco (SIAP, 2018). El cacao, es la materia prima principal para la industria chocolatera y es el cultivo de mayor importancia en el estado de Tabasco, alcanza una superficie de 40,782.7 hectáreas de producción y ocupa el 16% de la superficie agrícola total del estado y primer lugar a nivel nacional, seguido de los estados Chiapas y Guerrero (SDET, 2018). El objetivo de esta investigación es analizar la aportación de la agroindustria chocolatera en el estado de Tabasco para el desarrollo sostenible. El método de investigación es deductivo, se trata de una investigación no experimental basado en el análisis del objeto de estudio en su contexto real sin manipulación de las variables. Los resultados destacan a las haciendas cacaoteras de Comalcalco, como unidades de producción autosustentables, sus materias primas son cultivadas en sus plantaciones.

Palabras Clave: Cacao, Industrias Chocolateras, Desarrollo Sustentable

II. INTRODUCCIÓN

Los objetivos para el desarrollo sostenible contemplan para el 2030 lograr la seguridad alimentaria, la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible, una de las metas es duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, entre ellos los agricultores familiares. La agroindustria es una de las actividades prioritarias para recuperar la economía. La Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (SAGARPA y Universidad Autónoma de

Zacatecas, 2015) en colaboración con la Universidad Autónoma de Zacatecas, realizó un estudio con el objetivo de mejorar la competitividad de los productores de cacao en localidades de alta marginación en el estado de Tabasco. Uno de los roles fundamentales del gobierno es facilitar las condiciones económicas mediante políticas que permitan la provisión de recursos financieros y de conocimientos, así como el fortalecimiento de los recursos humanos.

Derivado del análisis de la infraestructura del cacao en México, la SAGARPA y la Universidad de Zacatecas en 2015, propusieron la Planeación agrícola 2017-2030. De acuerdo al volumen de producción caracterizaron las regiones en estratégicas y potenciales. Existen 19 regiones potenciales y cuatro regiones estratégicas para el desarrollo de la industria del cacao. Tabasco se encuentra en la región estratégica seis, junto con los estados de Chiapas, Oaxaca, Puebla y Veracruz. Proponen nueve motores de planeación para el desarrollo regional: política agrícola, educación, productividad con enfoque de rentabilidad, logística y mercados, investigación, innovación y desarrollo tecnológico, financiamiento para la productividad, información del sector agrícola, sustentabilidad en la producción agrícola y tecnología aplicada al campo.

Las necesidades identificadas para la región seis, en la que se ubica el estado de Tabasco, son las siguientes: Implementar un programa de renovación de plantaciones; optimizar el manejo integral de plagas y enfermedades; impulsar y modernizar la infraestructura y equipo para plantas fermentadoras y de secado; impulsar y modernizar la infraestructura y equipo para plantas productoras de chocolate artesanal y subproductos; implementar un programa de asistencia técnica y capacitación para los procesos de producción y generación de valor agregado en subproductos; obtener y establecer un banco de clones regionales, impulsar el rescate de cacao de origen; impulsar el proceso de certificación orgánica; fomentar el desarrollo de innovación y transferencia de tecnología. (SAGARPA, 2017)

El proyecto de Plan de Gobierno 2019-2024 para el estado de Tabasco incluye crear en el campo una financiera rural tabasqueña, promover acciones de promoción de la agroindustria para el fortalecimiento regional y local de las vocaciones productivas e impulsar la capacitación del capital humano y certificación de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) para desarrollar la competitividad (ONC, 2019)

El estado de Tabasco representa el 1.3% de la superficie del país, colinda al norte con el Golfo de México y Campeche; al este con Campeche y la República de Guatemala; al sur con Chiapas; al oeste con Veracruz de Ignacio de la Llave (INEGI, 2017)

México ha dado al mundo exquisitos y deliciosos productos de origen vegetal, entre ellos el cacao, que después de ser procesado se convierte en el delicioso chocolate. El grano de cacao, base del chocolate, es uno de los regalos culinarios más importantes de México para el mundo.

El cacao que se consumía en Mesoamérica ha cautivado los paladares más exigentes del mundo (PROFECO, 2018). Según datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) la producción nacional de cacao en 2019 fue de 28.4 mil toneladas, de las cuales Tabasco contribuye 18.3, Chiapas 9.9 y Guerrero 0.28 toneladas.

México ocupa el octavo lugar a nivel mundial en producción de cacao con sus más de 28 mil toneladas anuales, destacando el estado de Tabasco con el 69% de la producción total. En cuanto a extensión de plantíos de la semilla ocupa la décima posición, con 1.8% de la cosecha total generada en el mundo. El chocolate nacional se consume en países como Bélgica, Francia y Estados Unidos, este último constituye 39.9% de la exportación de cacao nacional (ADN 40 México, 2018).

Uno de los temas de la agenda legislativa es impulsar la producción, consumo y producción del cacao y chocolate mexicano (Senado, 2019). En este contexto y con el objetivo de mantener e impulsar la presencia del cultivo del cacao en el mercado nacional e internacional, el Senado de la República Mexicana aprobó a mediados de marzo de 2019, que el 2 de septiembre se celebre por primera vez el Día Nacional del Cacao y el Chocolate, alimento originario de México y reconocido a nivel mundial (Ortiz, 2019).

El área principal de cultivo en México se encuentra en la zona del Golfo, en el estado de Tabasco, el cual cuenta con una posición geográfica privilegiada, así como con bastos recursos naturales, reconocido por su cacao desde la civilización Olmeca, hace 3,000 años.

Los municipios más importantes en el cultivo del cacao son Comalcalco, Cárdenas, Cunduacán y Huimanguillo concentran el 87% de la producción de la entidad. El 25 de noviembre de 2016 se decretó producto con Denominación de Origen al cacao cultivado en la Región Grijalva de Tabasco (SIAP, 2018).

Tabla 1.- Producción de cacao en México

Ubicación	Superficie sembrada	Superficie cosechada	Producción	Rendimiento	PMR	Valor Producción
	(Ha)	(Ha)	(Ton)	(Ton/Ha)	($/Ton)	(Miles de Pesos)
Tabasco	**40,782.70**	**40,782.70**	**18,550.64**	**0.45**	**38,191.52**	**708,477.07**
Chiapas	20,299.40	20,150.40	9,080.04	0.45	33,792.77	306,839.71
Guerrero	237.00	235.00	213.44	0.91	5,077.45	1,083.73
	61,319.10	61,168.10	27,844.12	0.46	36,503.24	1,016,400.51

Fuente: Tomado del Proyecto Circuito Agua y Chocolate contemplado en el Programa Especial de Turismo (SDET, 2016, p33)

El cacao, es la materia prima principal para la industria chocolatera y es el cultivo de mayor importancia en el estado de Tabasco, alcanza una superficie de 40,782.7 hectáreas de producción y ocupa el 16% de la superficie agrícola total del estado y primer lugar a nivel nacional, seguido de los estados Chiapas y Guerrero (SDET, 2018).

En cuanto a unidades económicas para la producción del chocolate a nivel nacional existen 362. El estado de Oaxaca se coloca en primer lugar con 66 empresas chocolateras; la ciudad de México ocupa el segundo sitio con 55; Jalisco y Estado de México se ubican en el tercer lugar con 33 empresas cada uno; Puebla ocupa el cuarto sitio con 20; Chiapas se encuentra en el quinto puesto con 19; y en sexto lugar encontramos al estado de Tabasco con 15 (ver figura 1).

Figura 1.- Unidades de producción de chocolate

(Procuraduría Federal del Consumidor, 2018) (recuperada de https://www.gob.mx/profeco/documentos/el-chocolate-alimento-de-los-dioses?state=published)

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Analizar la aportación de la agroindustria chocolatera en el estado de Tabasco para el desarrollo sostenible.

IV. MATERIALES Y METODOS

El método de investigación es deductivo, se trata de una investigación no experimental basado en el análisis del objeto de estudio en su contexto real sin manipulación de las variables. Es de tipo transversal, la recolección de los datos requeridos fue en un solo momento (Hernández, et al., 2014).

V. RESULTADOS

Las unidades de producción de cacao y chocolate más importantes en el estado de Tabasco son las haciendas cacaoteras ubicadas en el municipio de Comalcalco, además de ser autosustentables para su producción, forman parte del desarrollo turístico de la región.

Hacienda Jesús María

La Hacienda Cacaotera Jesús María es una zona de añoranzas, conserva intactos sus orígenes ancestrales en el cultivo del cacao, la elaboración del chocolate casero tradicional y ahora de manera industrial, su misión es la preservación, fomento y conciencia ecológica de nuestro medio ambiente, con énfasis en regenerar las últimas plantaciones del cacao criollo. Cacao considerado mundialmente el mejor por su alto contenido de grasa, mejor sabor y excelente aroma.

En su interior cuenta con una gran diversidad de plantíos entre los que se distinguen: pimienta, canela, achiote, plátano, naranjo, guanábana, chicozapote, pan de sopa, ceiba y cedro. El cacao requiere de la sombra de los árboles grandes para crecer y se les denomina árbol madre. Durante la caminata se puede observar cómo hacen los injertos de la planta del cacao y sus etapas de crecimiento hasta que llega a su edad productiva (CACEP, 2019).

La Hacienda Jesús María es la cuna de los chocolates CACEP, el proceso y la elaboración del chocolate es autosustentable, ya que gran parte de las materias primas que

requieren para su elaboración, provienen de los cultivos de la misma hacienda, además del producto base el cacao (CACEP, 2019).

Hacienda "La Luz"

En el centro de la ciudad de Comalcalco, Tabasco se encuentra una extensión de 26 hectáreas, justo en el corazón de la región de la Chontalpa que cobija a la hermosa Hacienda La Luz. Además de ofrecer un recorrido interactivo, este lugar produce uno de los cacaos más finos y aromáticos del mundo. En la magia del verde de la selva tabasqueña que se funde con las plantaciones de cacao, nace un chocolate de calidad internacional, ganador de premios en Europa en la fábrica de chocolates Gran Premium (Hacienda La Luz, 2019).

Hacienda La Luz tiene como misión la conservación sustentable del cultivo del cacao, la fabricación original de chocolate mexicano y el cuidado de la biodiversidad de flora y fauna que envuelve al sitio, mediante el acceso controlado de turistas que busquen aprender y conocer la historia de uno de los regalos más grandes que México dio al mundo, el chocolate. Su visión es ser un desarrollo agroturístico sustentable que muestre a los visitantes la riqueza de las tradiciones relacionadas con el cultivo del cacao y la elaboración del chocolate (Hacienda La Luz, 2019).

VI. DISCUSIÓN

México es reconocido a nivel internacional por su aportación al mundo del chocolate y como uno de los principales productores de cacao, el estado de Tabasco es el principal productor de cacao de México y por añadidura, del mundo.

La industria chocolatera es base para el desarrollo sustentable en el estado de Tabasco, las haciendas cacaoteras ofrecen chocolates artesanales producidos con materias primas provenientes de sus propios cultivos, no solo el cacao, sino también la pimienta y la canela son obtenidas de sus plantaciones.

De acuerdo con la revisión de evidencias, podemos observar que existe interés del gobierno en la agroindustria para lograr un desarrollo sostenible, y, en este sentido, esta tierra del trópico húmedo puede favorecer el objetivo de la agenda 2030 para incrementar la productividad agrícola y mejorar las condiciones de vida de las familias dedicadas a la agricultura.

Las haciendas cacaoteras son una muestra de que se puede lograr el desarrollo autosustentable, pero también del compromiso a largo plazo que se requiere. En el caso de la Hacienda Jesús María son más de 100 años de historia familiar, ya que es parte de la familia desde 1917. La Hacienda La Luz fue fundada en 1958, siendo años de dedicación y paciencia para consolidar los grandes cultivos.

VII. CONCLUSIONES

La contribución del estado de Tabasco al desarrollo sustentable como productor de cacao, lo sitúa entre los más importantes de México y el mundo. El cacao mexicano es reconocido por su fineza y aroma en los países europeos, donde se consumen también los chocolates tabasqueños, mismos que han sido premiados en distintos eventos internacionales. Las haciendas cacaoteras son además importantes industrias chocolateras que preservan las tradiciones ancestrales de la región. Aportan productos artesanales derivados del cacao para satisfacer los gustos de los paladares más exigentes.

VIII. PROPUESTAS

Las haciendas cacaoteras deben ser reconocidas como promotoras del desarrollo sustentable y el turismo sostenible.

El chocolate tabasqueño debe contar con un reconocimiento especial ya que es elaborado con el cacao que tiene denominación de origen y debe darle el sello distintivo para sus habitantes, para México y para el mundo.

Que se promueva la cultura ancestral sobre el cacao y el chocolate en los colegios, los niños y los jóvenes se deben involucrar en el conocimiento de sus bases históricas y sentirse orgullosos de ellas.

IX. REFERENCIAS

ADN 40 México. *(28 de agosto de 2018). México se posiciona como el 8° productor de cacao a nivel mundial. (R. A. México, Editor) Recuperado el 20 de 10 de 2020, de ADN 40 México: https://www.adn40.mx/noticia/mexico/notas/2018-08-28-12-19/mexico-se-posiciona-como-el-8-productor-de-cacao-a-nivel-mundial#:~:text=Tweet-,M%C3%A9xico%20se%20posiciona%20como%20el%208%C2%B0%20productor%20de%20cacao,el%2069%25%20proviene%20de%20Tabasco.*

CACEP. *(20 de octubre de 2019). Chocolates CACEP. Obtenido de https://chocolatescacep.com/tipos-de-recorridos/*

Hacienda La Luz. *(20 de octubre de 2019). Hacienda La Luz. Obtenido de https://haciendalaluz.mx/*

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. *(2014). Metodología de la Investigación. México, D.F., México: McGraw Hill. Recuperado el 18 de 07 de 2020*

INEGI. *(2017). Recuperado el 2019, de www.transparencia.tabasco.gob.mx: https://transparencia.tabasco.gob.mx/media/INDETAB/2017/4/392518.pdf*

Naciones Unidas. *(2018). La Agenda 2030 y los Objetivos del Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. (LC/G.2681-P/Rev.3) Santiago. Recuperado el 24 de 04 de 2020, de Naciones Unidas México: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf*

Ortiz, Z. L. *(02 de Septiembre de 2019). www.expansion.mx. Recuperado el 2019, de https://expansion.mx/vida-arte/2019/09/02/10-datos-y-curiosidades-sobre-el-chocolate-en-mexico*

Procuraduría Federal del Consumidor. *(2018). El chocolate. Alimento de los dioses. Obtenido de Gobierno de México.*

SAGARPA. *(Enero de 2015). www.gob.mx. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/347545/Estudio_de_Cacao__Detallado_-.pdf*

Senado. *(03 de septiembre de 2019). www.comunicacion.senado.gob.mx. Obtenido de http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/boletines/45875-por-primera-vez-se-celebra-en-mexico-el-dia-nacional-del-cacao-y-el-chocolate.html*

SIAP. *(17 de Septiembre de 2018). www.gob.mx. Obtenido de https://www.gob.mx/siap/articulos/no-todo-el-cacao-es-chocolate*

PARAÍSO SUSTENTABLE

Lucía Sandoval Núñez, Fabiola Lizama Pérez, Susana Mandujano Contreras.

I. RESUMEN

Paraíso es un municipio que cuenta con importantes playas, infraestructura hotelera, variedad de restaurantes y atractivos turísticos, sin embargo, la demanda ha decaído en los últimos años y muchos de sus atractivos turísticos no han conservado una imagen impecable ante los ojos del turista. Por estos motivos, el objetivo de la presente investigación fue dirigido a evaluar la sustentabilidad turística del municipio de Paraíso, Tabasco, México. Los resultados obtenidos mostraron que la población no se beneficia de la actividad turística por lo que no muestran interés en el desarrollo de esta. Si lo que se desea es impulsar el turismo en esta población es indispensable buscar mecanismos de integración que permitan la participación de más pobladores en proyectos de desarrollo turístico.

Palabras Clave: *Sustentabilidad, turismo, empresas turísticas, población*

II. INTRODUCCIÓN

Hoy en día el tema de la sustentabilidad se ha convertido en algo realmente importante a nivel mundial, sin embargo, a pesar de todos los beneficios que se podrían obtener de la práctica de acciones sustentables una gran mayoría de la sociedad se rehúsa a hacer las cosas de diferente manera.

Diferentes áreas naturales protegidas en México han sido afectadas por la "explotación desmedida de los recursos naturales, contaminación, cambio de uso de suelo, introducción de especies exóticas, incendios, plagas y enfermedades forestales" (Arriola, 2014). La construcción en estas áreas siempre ha representado un gran peligro pues provoca una inestabilidad en el medio ambiente, por ello, se han implementado leyes que promueven y aseguran la protección, conservación y recuperación del medio ambiente procurando un uso sostenible de recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones.

El turismo en una de las actividades económicas que más ingresos genera en México contribuyendo con un 8.7% al PIB nacional (INEGI, 2018). Solo en el año 2017 se registró una afluencia de turistas de 39.3 millones de turistas internacionales que viajaron a México (SECTUR, 2018). Muchos destinos turísticos desarrollan su potencial como fuentes de desarrollo sustentable, y más cuando cuentan con importantes recursos naturales que necesitan ser protegidos por ser la principal fuente que atrae turismo.

Por otro lado, Tabasco es un estado ubicado al sureste de la república, con un clima cálido tropical, que tiene un gran potencial turístico. Cuenta con 17 municipios, cada uno de ellos registra una gran variedad de atractivos, actividades, productos turísticos naturales y culturales. Sin embargo, la presente investigación se centró en el municipio de Paraíso catalogado como destino de playa. Este municipio exhibe playas apacibles, ríos, lagunas e innumerables especies de flora y fauna, situación que ha sido aprovechada por hoteleros y restauranteros.

Paraíso se localiza en la región del rio Grijalva en la subregión de la Chontalpa. La extensión territorial del municipio es de 407.84 km2. Por ser el municipio con mayor potencial turístico en el estado y contar con la segunda mejor infraestructura hotelera y restaurantera, está destinado a ser el principal polo de desarrollo económico en Tabasco.

Como menciona López, Sierra y Castro (2017) “la caída en los precios del petróleo y la dependencia de los ingresos petroleros han mermado el crecimiento económico de Tabasco”. Sin embargo, el hecho de ser un destino petrolero durante muchos años les dejó como herencia una excelente oferta hotelera y una amplia infraestructura en la materia.

Aun cuando Paraíso es un municipio con importantes playas, infraestructura hotelera, variedad de restaurantes y atractivos turísticos, la demanda ha decaído en los últimos años. Muchos atractivos turísticos no muestran la calidad esperada por los visitantes. Las empresas han tratado de satisfacer a sus clientes, sin embargo, han perdido de vista la importancia del cuidado ambiental, responsabilidad social y de la sustentabilidad que atrae de manera natural a los turistas que actualmente se preocupan por el cuidado y preservación del planeta. Por lo anterior, el objetivo de esta investigación fue dirigido a evaluar la sustentabilidad turística del municipio de Paraíso, Tabasco para sentar las bases que permitan detectar áreas de oportunidad y proponer estrategias que contribuyan a la consolidación de éste como destino turístico sustentable.

Se estudiaron tres actores sociales fundamentales: la población receptora del turismo, las empresas turísticas y los turistas. Planteándose tres preguntas para el desarrollo de la investigación: ¿La población de Paraíso se encuentra realmente integrada y convencida de los beneficios que trae consigo el turismo?, ¿La derrama de los beneficios se encuentra distribuida de manera equitativa?, todos los actores sociales involucrados en el turismo ¿Propician el cuidado del medio ambiente?

Por lo tanto, el siguiente documento contiene la información que marca el desarrollo de dicho proyecto, antecedentes, marco teórico, la metodología que se utilizó para la recolección de datos y los resultados obtenidos, los cuáles se reflejan de manera gráfica y textualmente, según las herramientas usadas.

La sustentabilidad en el ámbito turístico.

Sus antecedentes se remontan hace 50 años, cuando surgen las preocupaciones en torno a los daños al medio ambiente que causo la segunda guerra mundial. Sin embargo, la definición más conocida en todo el mundo es dada por Development, W. C. (1987), esta adoptó la definición de desarrollo sustentable de la siguiente manera: "El desarrollo sustentable hace referencia a la capacidad que haya desarrollado el sistema humano para satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras".

El objetivo principal del desarrollo sustentable es el definir proyectos que ayuden a reconciliar los aspectos económicos, sociales y ambientales. Así mismo, también es muy importante tomar en cuenta tres aspectos más para el desarrollo sustentable, los cuales son: sustentabilidad política, sustentabilidad intelectual y sustentabilidad espiritual.

Hace un poco más de 20 años Lester Brown introdujo el concepto de eje de la sustentabilidad. En la Declaración de Río de 1992 se incluyeron tres objetivos básicos a cumplir, los cuales son conocidos como los tres ejes de la sustentabilidad, económico, social y ecológico o ambiental. El eje ambiental hace referencia al estado físico de un ecosistema, el social considera que la participación es importante al momento de tomar decisiones, mientras que el económico busca satisfacer las necesidades de la sociedad, tales como la alimentación, ropa, trabajo y vivienda.

Es importante mantener un equilibrio por lo que es necesario, la generación de estrategias de sustentabilidad. Algunas de las estrategias que se han implementado a lo largo

de los años han sido las siguientes: a) estrategias de sustentabilidad sociales que se enfoca a temas que afectan a las personas que, asisten o dañan el proceso de obtención de la calidad de vida de los seres humanos prestando especial atención a la responsabilidad social y el urbanismo sustentable, b) reuniones y acuerdos internacionales en donde los países discuten la solución de problemáticas ambientales, sociales y/o económicas específicas de importancia mundial o sobre la manera de abordarlas, c) carta de la tierra que establece los principios fundamentales para la construcción de una sociedad global justa, sostenible y pacífica a través del respeto y cuidado de la comunidad de la vida, la integridad ecológica, justicia social y económica, democracia, no violencia y paz (Iniciativa carta de la tierra, 2019), d) agenda 21 que establece las pautas para aproximarnos hacia un mundo más respetuoso con el medio ambiente, y; e) responsabilidad social de las empresas sustentables que reconocen la necesidad de atender los requerimientos de grupos de interés internos y externos, son conscientes de los efectos ecológicos que tienen sus procesos de producción; sin olvidar además que la sustentabilidad busca un avance armónico social, económico y ambiental.

El desarrollo turístico sustentable tiene sus principios en proporcionar experiencias de muy alta calidad a los turistas. Existen ciertos elementos mínimos que deben ser considerados en la planeación ambiental, uno de ellos es la forma en la que se involucran las poblaciones locales las cuales se desarrollan mediante los procesos de planeación participativa. Al integrar los principios del desarrollo turístico sustentable a la práctica común, a través de la capacitación y entrenamiento de las personas locales a todos los niveles, tiende a mejorar la calidad de un producto turístico. Además, el crecimiento de la industria del turismo podría significar un impacto significativo en el crecimiento general de una región, y en su capacidad para generar empleo y comercio (Priyanka, Nikhil, Ravi, 2018).

En un esfuerzo por mantener este equilibrio entre la economía, la sociedad y el medio ambiente las empresas y organizaciones actualmente involucran nuevas tácticas de sustentabilidad que benefician a diferentes comunidades. Dentro de estos intentos destaca el programa de pueblos mágicos en México como estrategia para el desarrollo turístico sustentable. Los pueblos mágicos son aquellas localidades que cumplen una serie de requisitos y normas, deben poseer historia, leyendas, atributos simbólicos o hechos

trascendentes que en cada una de sus manifestaciones socioculturales tienen un gran significado para alcanzar el equilibrio en una localidad (Pérez y Espinoza, 2016).

Dicho programa no solo beneficia a ciertas empresas o locales sino también a la población que hay en dicho lugar, debido a que todos los actores sociales tienen de manera directa o indirecta una participación dentro de este. Un estudio que analiza esta relación es el efectuado por Luyando, Sandoval y Ortega (2016) en Tapijulapa, Tabasco. Este consistió en analizar las diferentes interacciones existentes en esta localidad entre los pobladores y demás actores sociales involucrados para determinar la sustentabilidad turística de este pueblo. Los resultados obtenidos muestran que "se desarrolla un sentimiento de exclusión por parte de los pobladores de los beneficios derivados del programa" (Luyando, 2016). Esto originó la disminución de la cooperación de la comunidad para lograr objetivos comunes, fallando también al cumplimiento de compromisos pactados las empresas comunitarias en los proyectos financiados por instituciones gubernamentales. Recordemos que actualmente "se cree que la participación comunitaria es un método de democracia de base, donde los individuos tienen derecho a participar en la toma de decisiones sobre asuntos que afectan directamente sus vidas" (Devkant y Bagri, 2018).

Aunado a lo anterior, las actitudes de la comunidad son importantes para el desarrollo del turismo sostenible porque sus actitudes y percepciones son parte fundamental para la toma de decisiones (Priyanka, Nikhil y Ravi, 2018: 40). Para esto "el involucramiento de la población en la toma de decisiones genera compromiso (legitimidad) al mismo tiempo que garantiza que el Estado atenderá las principales preocupaciones e intereses de sus miembros" (Velázquez y Jiménez, 2018:55). Para esto es necesario el "establecimiento de sistemas de comunicación eficientes entre los individuos o los grupos con el objetivo de impulsar el trabajo en conjunto, elevar los beneficios esperados del mismo trabajo y, a su vez, el capital social de la comunidad" (Sandoval y Ortega, 2018).

Por otro lado, Contreras (2006) se encargó de realizar una investigación en la cual se pudo diagnosticar la situación que hay en el Parque Nacional Sierra Nevada con respecto a la actividad turística y su impacto ambiental en el periodo de 1995 a 2005. Los resultados obtenidos lamentablemente demuestran un uso inadecuado de los recursos naturales ahí existentes. El uso de fungicidas y pesticidas por parte de los pobladores, la basura de los turistas en las lagunas, las máquinas que dañan la flora, recolección de plantas en vías de

extinción, contaminación y pesca indiscriminada provocan un claro desequilibrio ambiental, situación que, de no atenderse, pudiera replicarse en Paraíso, Tabasco.

Paraíso y sus generalidades.

Es necesario identificar algunas características que presenta la localidad de Paraíso para poder visualizarlo con mayor claridad. Por lo que la finalidad de este apartado es describirlo de manera general. De acuerdo con el Censo General de Población y Vivienda 2015 del INEGI el municipio cuenta con 94 375 habitantes. Así mismo, cuenta con una población indígena de 101 habitantes, de ellos, 10 son hablantes de lengua chontal de Tabasco, 15 de maya, 43 de zapoteca y el resto lo componen otros grupos étnicos, como mixteca, chinanteca, popoluca, mazateco, náhuatl, choles, tlapaneco y distintos que juntos suman 33 habitantes.

Las estadísticas del Instituto Nacional de Geografía e Informática (INEGI) manifiestan que en paraíso el sector predominante es el secundario, con la producción y extracción de petróleo crudo y gas natural. El sector primario, conformado por la agricultura, la ganadería y la pesca aportan 0.74% a la producción total del municipio; el total de la producción, generada en el municipio, el sector secundario aporta más del 98 por ciento mediante la extracción de petróleo crudo y gas natural; la industria manufacturera contribuye con 0.05 %; electricidad y agua 0.002 % y la industria de la construcción 0.004 %. Del sector terciario, el comercio aporta 0.22 %; los servicios de comunicación y transporte 0.019 % y los servicios privados no financieros 0.36 % (Municipios, 2020)

Dentro de los principales atractivos turísticos del municipio se encuentran sus playas, “El Bellote” área turística caracterizada principalmente por la cantidad de restaurantes típicos y especializados en mariscos, los “Manglares de Mecoacán” y el “Parador Turístico Puerto Ceiba”.

III. MATERIALES Y METODOS

La metodología que se utilizó para dicha investigación fue de enfoque mixto de diseño no experimental transeccional de tipo descriptivo. Las variables estudiadas fueron los tres ejes de la sustentabilidad: económica, social y ambiental.

La muestra estudiada fueron 300 pobladores del municipio de Paraíso, 50 turistas, y prestadores de servicios turísticos (9 hoteles, 7 restaurantes y 3 atractivos turísticos).

Para recabar la información relacionada a la población de Paraíso, fue desarrollado un cuestionario que midió la variable ambiental, social y económica. Un bloque de preguntas permitió evaluar la importancia que dan los pobladores al cuidado del agua, aire, energía y basura, así como identificar si en el municipio son aplicados programas dirigidos a la población sobre educación ambiental. Otro bloque de preguntas estuvo enfocadas a estudiar el impacto del turismo en los habitantes de la localidad, lo cual permitiría examinar y determinar el impacto económico-social del turismo.

Se diseñó otro cuestionario dirigido a medir la percepción de los turistas con respecto a la satisfacción obtenida durante su visita a Paraíso como destino turístico. Además, se crearon formatos para obtener información que permitió identificar las características de los establecimientos que ofrecen servicios turísticos.

IV. RESULTADOS

Los resultados establecieron información muy importante. La variable ambiental, para la cual se consideraron cuatro indicadores (agua, energía, residuos y aire) mostró la tendencia registrada. Más del 70% de los pobladores se preocupan por el cuidado del agua, sin embargo, se percibe que en el hogar en donde se consume mayor cantidad de agua, es en el baño y la cocina.

Los pobladores consideran que el precio que se cobra por el consumo de agua es elevado y a menudo suelen registrarse fallos por suministros de agua en algunas zonas, pero reconocen que la calidad del agua es muy buena.

Se genera diariamente de dos a tres kilogramos de basura por hogar y solo un 41% de la población estudiada separa la basura correctamente, un 28% a veces y un 31% no realiza esta actividad. La quema de basura es una actividad recurrente en el estado de Tabasco y lamentablemente esta costumbre se presenta también en Paraíso. En el municipio de Paraíso más del 60% de la población recurre a esta práctica.

Al quemar la basura muchos desechos tóxicos son liberados en el aire, lo cual implica una contaminación a ese medio. La población no percibe que esta actividad sea dañina para el medio ambiente, ya que consideran que la mayor contaminación del aire se genera por el uso de vehículos. Es importante mencionar que un 87% de las personas no tienen

conocimiento de la existencia de algún programa de educación ambiental aplicado en el municipio.

El consumo de energía tiene un costo que varía de $250.00 a $700.00 pesos, el aire acondicionado y los refrigeradores son los aparatos eléctricos que más consumen energía de acuerdo con la población estudiada.

Por otro lado, la variable social nos permitió conocer más acerca de esta localidad. El 66% de las personas estudiadas declaró que no trabaja en una empresa perteneciente al sector turístico. Al medir la percepción sobre el trabajo turístico, un 46% considera que el trabajo turístico es bien remunerado mientras que, un 24% cree que trabajar en este sector no es lo suficientemente atractivo.

La percepción sobre calidad de vida registra a un 40% de acuerdo con la idea de que el turismo en el municipio ha elevado el nivel de vida de la comunidad. En cuanto a la seguridad, se registra que el 34% de la población estudiada considera que la delincuencia ha disminuido gracias a la actividad turística, aunque un 31% considera que la inseguridad continúa. El 41% considera que Paraíso es un destino turístico seguro para quienes los visitan, sin embargo, cabe mencionar que el 38% de las personas encuestadas no confía lo suficiente en el desempeño de las autoridades locales para brindar seguridad a los turistas. El ambulantaje va en aumento y un 46% de los pobladores estudiados así lo percibe.

El 66% de la población ha considerado que para ellos es agradable recibir turismo, perciben que esta actividad genera ingresos a través del consumo de servicios turísticos y productos locales. Además, más de la mitad de la población estudiada registró que procura consumir los productos que se elaboran en Paraíso.

En el eje económico se evaluaron dos indicadores; la satisfacción de los turistas y las características de los servicios que bridan ciertas empresas dedicadas al sector turismo. Sobre la satisfacción de los turistas el 90% de los turistas y visitantes encuestados consideran a Paraíso como un destino turístico atractivo y que dentro de sus motivaciones el ocio y los negocios son los más populares. Haciendo un enfoque acerca del servicio que han recibido durante su estancia el índice de evaluación se encuentra entre bueno y regular lo cual significa que estos deben mejorar la calidad ofrecida. Por otro lado, de los turistas estudiados el 86% de ellos consideró que los atractivos se encuentran en buen estado.

En cuanto al tema de la seguridad un 20% percibió un alto índice de inseguridad, derivado de experiencias en donde su integridad física y de bienes materiales se vieron comprometidas. Por otro lado, un 40% de los turistas entrevistados manifestaron que no ocupan hospedaje. Las razones son las siguientes: la estancia no es mayor a un día y algunos de los visitantes suelen quedarse en casa de familiares. La mayor afluencia de turismo en este centro es durante el verano y semana santa.

V. CONCLUSIONES

Con base en los resultados que se obtuvieron es importante mencionar que Paraíso tiene un largo camino por recorrer para ser considerado un destino turísticamente sustentable. La población no se encuentra suficientemente motivada a cuidar el medio ambiente lo que se demuestra con la falta de cuidado del agua, de la energía consumida por los aparatos electrodomésticos y la quema de basura. Es necesario inculcar una cultura de cuidado medio ambiental a través de la implementación de programas de educación ambiental en las escuelas y comunidades para mejorar esta situación.

Económicamente el municipio cuenta con una gran variedad de atractivos, sus instalaciones son buenas y están aptas para recibir a los turistas, sin embargo, no cuentan con las certificaciones que amparen el cuidado del medio ambiente, además no hay personal suficientemente capacitado en este tipo de temas. La baja ocupación hotelera les impide apostar por este tipo de capacitación.

La población no se beneficia plenamente de la actividad turística por lo que el interés mostrado por la población es mínimo. Esto hace indispensable buscar mecanismos de integración que permita la participación de la mayoría de los pobladores en la derrama turística, si lo que se desea es impulsar más el turismo en esta población.

Como podemos observar, hay mucho trabajo por realizar para impulsar la sustentabilidad de este destino, por lo que corresponde a los actores sociales involucrados en la actividad turística establecer estrategias y proyectos dirigidos a involucrar a la población en programas de desarrollo turístico y a mejorar las condiciones sociales, ambientales y económicas del Municipio

VI. REFERENCIAS

Arriola, V.J., Estrada, E., Ortega, A., Pérez, R., Gijón, A.R. *(2014) Deterioro en áreas naturales protegidas del centro de México y del Eje Neovolcánico Transversal. Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, núm. 60.*

Barbosa A., J., y Gutiérrez O., P. *(2010). Propuesta de un procedimiento para el análisis de la demanda turística. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local.*

Barrera, C., y Bahamondes, R. *(2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. REVISTA INTERAMERICANA DE AMBIENTE Y TURISMO - RIAT.*

Cabrer, B., García, G., y Pérez, J. M. *(2011). Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. España: Publicado por la Organización Mundial del Turismo.*

Development, W. C. *(1987). Our Common Future. Oxford University Press.*

Devkant Kala / S. C. Bagri *(2018). Barriers to local community participation in tourism development: Evidence from mountainous state Uttarakhand, India. Tourism: An International Interdisciplinary Journal, Vol. 66 No. 3.*

Espinosa, M. *(2011). Anteproyectos de Investigación Turística. México: Trillas Turismo.*

Gauna, C. *(2017). Percepción de la problemática asociada al turismo y el interés por participar de la población: caso Puerto Vallarta. El Periplo Sustentable, (33), 251-290. Consultado de https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4858*

González, E. A., y Conde Pérez, E. M. *(2011). Procedimiento para medir la demanda turística de un destino. TURyDES, 25.*

Iniciativa carta de la Tierra *(2019). La Carta de la Tierra. Recuperado el 16 de enero 2019, en: http://cartadelatierra.org/descubra/la-carta-de-la-tierra/*

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)*. (octubre de 2018). Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI): http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=27*

López, G., Sierra, M. R., y Castro, V. *(2017). Hacer turismo en Tabasco es viable.*

Luyando, R., Sandoval, L., y Ortega, E. *(2016). El Capital social como Factor para el Desarrollo Sostenible en el Pueblo Mágico de Tapijulapa. El periplo Sustentable, núm. 31.*

Municipios *(2020). Paraíso. Todos los municipios de México. Consultado el 13 de octubre del 2020, en: http://www.municipios.mx/tabasco/paraiso/*

Patrizia, C. y Mariotti, A. *(2018): How to cope with dissonant heritage: a way towards sustainable tourism development, Journal of Sustainable Tourism, DOI: 10.1080/09669582.2018.1458856*

Pérez, C. y Antolin, D. *(2016). Programa pueblos mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas en El Oro, México. Estudios sociales, vol. 25, núm. 47, pp219-243.*

Priyanka, Sh., Nikhil, Ch., y Ravi, K. *(2018). Sustainable Tourism Development and Peace: A Local Community Aproach. Journal of Hospitality Application & Research, vol 13, Issue 1.*

Quintero, M. E. *(2006). La actividad turística como base económica del desarrollo sustentable de la comunidad de Gavidia ubicada en el parque nacional Sierra Nevada. redalyc.org.*

Sandoval, L. y Ortega, E. *(2018). Índice de Capital social para el Pueblo Mágico de Tapijulapa, Tabasco. Revista del El Colegio de San Luis, Nueva Época, núm. 15.*

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. *(2017). Turismo sustentable en México. Turismo sustentable en México. México, D.F.*

SECTUR *(enero-abril de 2018). Análisis de mercados, perspectivas del turismo mundial. Visión Global del Turismo a México. Recuperado el 21 de noviembre del 2018, en: http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/VisionGlobalTurismoAMexAbr2018.pdf*

Velázquez, L. V., y Vargas, J. G. *(2012). La sustentabilidad como modelo de desarrollo responsable y competitivo. redalyc.org, 97-107.*

Velázquez, M. A. y Jiménez, A *(2018). Una visión exploratoria del futuro comunitario de Cancún: Consecuencias sociales del modelo de crecimiento turístico en el municipio de Benito Juárez, Quintana Roo. El Periplo Sustentable, núm. 35, p. 38-63, Recuperado el 28 de nov del 2018, en: https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/9067*

Zimmer, P., y Grassmann, S. *(1996). Evaluar el potencial turístico de un territorio. España: Observatoire Européen Leader.*

Turismo sostenible, hotelería y sector restaurantero

DESAFÍOS DE LAS MIPYMES TURÍSTICAS DEL SECTOR RESTAURANTERO ANTE EL COVID-19 EN TEAPA, TABASCO

Samuel de La Cruz May, Erika Guadalupe May Guillermo,
Yazmin Denisse Salvador García.

I. RESUMEN

Se presentan los resultados de una investigación exploratoria sobre la situación actual de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) turísticas del sector restaurantero en el municipio de Teapa, Tabasco con la finalidad de identificar los principales desafíos a los que se enfrenta este sector derivado de la contingencia sanitaria causada por el virus SARS-CoV-2 que afectó a varios sectores de la economía, siendo uno de los más impactados el turismo. Para ello, se realizó un estudio con diseño no experimental, transversal y enfoque cualitativo, empleando como técnica de recopilación de datos la entrevista semiestructurada, en la que voluntariamente participaron los propietarios de cinco empresas turísticas del sector restaurantero ubicadas en el municipio de Teapa. Los resultados muestran que los principales desafíos se ubican en la gestión del capital humano y capital relacional, distribución y logística, mercadotecnia y ventas. Se concluye que la contingencia sanitaria ha tenido repercusiones negativas en el turismo, pero también genera oportunidades que las empresas restauranteras deben aprovechar para desarrollar ventajas competitivas. Por lo tanto, se propone la implementación de los distintivos H, M de moderniza y S de sustentabilidad como evidencia de buenas prácticas empresariales que contribuyan a su imagen corporativa y a la vez a su permanencia en el mercado.

Palabras Clave: *Desafíos, Turismo, restaurantes, COVID-19.*

II. INTRODUCCIÓN

La emergencia que actualmente se vive en el mundo entero por el COVID-19 está provocando la muerte de miles de personas, lo que indudablemente repercute fuertemente en la economía de todos los países, siendo una de las partes más afectadas, el turismo en todos sus sectores.

Por otra parte, el cierre de fronteras y aeropuertos provocó una crisis muy fuerte al turismo en todas las regiones, considerando una de las más golpeadas los destinos turísticos. A pesar de que el turismo representa un porcentaje importante en la economía internacional, las secuelas del COVID-19 para el turismo han sido preocupantes, ya que la pandemia se expandió globalmente y sus efectos han provocado tanto pérdidas de vidas humanas como una reducción en la economía del sector turístico (Madrid y Díaz, 2020).

El COVID-19 da pauta para ver la importancia que representa el turismo en la economía mundial. Hoy en día la mayoría de las empresas en este ámbito se encuentran en una lucha constante por permanecer en el sector (OMS, 2020). Aunque las perspectivas económicas según la OECD (2020) relacionadas con el impacto económico que ha causado la pandemia del COVID-19, han disminuido 4,9% del PIB mundial, en lo que va del año en curso, esta situación ha generado una severa crisis y se proyecta que puede extenderse hasta el mediano plazo, según el International Monetary Fund (IMF, 2020).

Por su parte, Aguirre (2020) menciona que la pandemia de la covid-19 generó una caída en las actividades turísticas en todo el mundo, lo cual impactó a México debido a la importancia económica de este sector, en donde de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (UNWTO), en 2018 nuestro país fue el séptimo a escala internacional en cuanto al mayor número de visitantes extranjeros en 2018. A su vez, el Barómetro Mundial del Turismo 2020 de la UNWTO indicó que en 2018 México ocupo en el lugar 17 con 22.5 mil millones de dólares en 2018 (UNWTO, 2020).

La bonanza turística decayó en México en los primeros meses de 2020 debido a la propagación del coronavirus, que impactó en los principales países de procedencia de turistas a los destinos nacionales; y después por los efectos negativos locales. Estas consecuencias afectaron al turismo más fuerte que otros rubros económicos en nuestro país, ya que 93% de las empresas turísticas son microempresas con menos de 10 empleados que, ante la

cancelación de ingresos, difícilmente tendrán el margen para enfrentar sus compromisos fiscales, crediticios y laborales (Aguirre, 2020).

Ante el contexto descrito, reactivar el turismo plantea una serie de desafíos en donde la innovación tendrá un papel trascendental para alcanzarlos, pues el turismo como lo conocemos ya no lo veremos más o solo quedarán vestigios de él. En ese sentido, parte de un nuevo crecimiento en el sector dependerá en gran medida de la capacidad de adaptación a las circunstancias de mitigación de riesgo por la covid-19; además de que los destinos turísticos de México sean más atractivos que otros países.

De acuerdo a la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2020) las políticas públicas en materia de turismo tienen como fin reactivar el flujo turístico, pero salvaguardando la seguridad de los diferentes actores que intervienen en el sector; tal es el caso del Lineamiento Nacional para la Reapertura del Sector Turístico, que incluye disposiciones para el cumplimiento de los centros turísticos, en rubros como: adquisición y disposición de insumos para la sanitización de espacios y protección personal; contar con un responsable de implementar las medidas sanitarias; protocolo para la realización de filtros sanitarios y detección de signos de enfermedades respiratorias; capacitación del personal en uso de equipo; manejo del material desechable; accesos con tapetes húmedos con hipoclorito de sodio; suficiencia de material; medidas de higiene personal; de sana distancia y protocolo de aislamientos (Aguirre, 2020).

Aunado a este esfuerzo, otro de los desafíos es cumplir con todas las medidas necesarias para evitar la infección, mejorando las medidas de limpieza y desinfección de superficies así como educar al personal en lo referente al virus y protegerse a sí mismo, y a las personas (OMS, 2020). En este sentido, el turismo tiene que seguir fluyendo para garantizar una aportación a la economía aún con la incertidumbre de no saber el fin de la pandemia, de acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, 2020).

Referente al subsector restaurantero, la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados (CANIRAC) señala que entre un 20 y 25 % de los restaurantes se encuentra por cerrar definitivamente por el impacto de la crisis económica a causa de la pandemia del COVID-19 en el país. Sin embargo, hay restaurantes que están sobreviviendo a la pandemia debido a que ha implementado acciones como la

adopción de protocolos de medidas de seguridad en los establecimientos para generar confianza en los comensales (Lozano, 2020). La tabla 1 muestra los principales desafíos del sector restaurantero ante el COVID-19.

Tabla 1. Desafíos del sector restaurantero ante el COVID-19

Área de monitoreo	**Principales desafíos**
Mercadotecnia	Recuperar la confianza del consumidor a través del desarrollo de estrategias publicitarias, que permitan una recuperación más sólida.
Finanzas	Mantener la mayor liquidez posible.
Ventas	✓ Ampliación de los canales de venta a través de plataformas en línea. ✓ Consolidación de las ventas digitales y a domicilio. ✓ Generación de nuevos modelos de atención a clientes. ✓ Reducción de jornadas laborales. ✓ Capacitación a empleados sobre sobre los procedimientos y las medidas de protección y NOM 251.
Gestión de capital humano	✓ Participar de manera individual o colectiva con el personal para acordar cambios temporales en la relación laboral incluyendo (reducción de días de trabajo, ajuste salarial, y/o beneficios y suspensiones). ✓ Minimizar riesgos de salud ocupacional
Capital relacional	Vincularse con instituciones de gobierno para acceder a los apoyos financieros otorgados durante la pandemia por COVID-19.
Logística	Fomentar el sistema de reservaciones e informar que el máximo de personas es de 10 por mesa.

Nota. Elaborado con base en (CANIRAC, 2020; Deloitte, 2020; Konfío, 2020).

En virtud de lo expuesto, es necesario reconocer cuales son los desafíos a los que se enfrenta cada subsector a nivel local. Ante ello, el presente estudio se realizó con la finalidad de identificar los principales desafíos a los que se enfrentan las MIPyMES turísticas del sector restaurantero ante el COVID-19 en el municipio de Teapa, Tabasco para visibilizar las estrategias requeridas que les permitan adaptarse a la nueva normalidad.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Identificar los principales desafíos a los que se enfrentan las MIPyMES turísticas del sector restaurantero ante el COVID-19 en el municipio de Teapa, Tabasco para visibilizar las estrategias requeridas que les permitan adaptarse a la nueva normalidad.

IV. MATERIALES Y METODOS

La metodología utilizada consistió en un estudio exploratorio con diseño no experimental, transversal y enfoque cualitativo. La técnica de recopilación de datos fue la entrevista semiestructurada, realizada en los meses de mayo y junio de 2020. La muestra estuvo integrada por cinco restaurantes ubicados en el municipio de Teapa, Tabasco. Los informantes fueron los propietarios de las MIPyMES bajo estudio.

V. RESULTADOS

Los resultados muestran que los principales desafíos de los restaurantes bajo estudio se ubican en las áreas: gestión del capital humano y capital relacional, distribución y logística, mercadotecnia y ventas. La tabla 2 presenta las acciones realizadas por los restaurantes bajo estudio para superar los desafíos que enfrentan por la pandemia de coronavirus.

Tabla 2.- Acciones realizadas por los restaurantes ante el COVID-19

Desafíos	Acciones realizadas
Recuperar la confianza del consumidor.	Implementación de las medidas de seguridad requeridas por la Secretaria de Salud (equipo de seguridad y sana distancia).

Mantener la mayor liquidez posible	El ingreso por ventas se destinaba al capital de trabajo y los gastos de operación, prioritariamente a la nómina.
Mantener el nivel de Ventas	• Incrementaron los servicios a domicilio en un 200%.
Gestión eficaz del capital humano	• Reducción de jornadas laborales mediante la rotación de turnos manteniendo toda la plantilla laboral. • Los proveedores aplicaban los protocolos de seguridad con los productos al momento de la entrega.
Máximo aprovechamiento del capital relacional	• Publicidad a través de redes sociales con un agente de publicidad. • Convenios con los arrendadores para la disminución de la renta hasta la recuperación económica.
Optimizar la logística de servicio	Reducción en la operatividad del negocio al 50% y la implementación del sistema de reservación.

Nota. Elaborado con datos recopilados en entrevista.

VI. DISCUSIÓN

La presente investigación muestra que la gran mayoría de las MIPyMES turísticas principalmente del sector restaurantero están siendo afectadas a consecuencia de la pandemia del coronavirus por el distanciamiento social, tanto en términos económicos como en el desempleo, lo cual coincide con lo encontrado por Aguirre (2020), por lo que, se considera que para lograr la reactivación económica requieren apegarse a los protocolos establecidos por la Secretaria de Salud , SECTUR y la CANIRAC en materia de seguridad sanitaria.

En este sentido, los restaurantes analizados se han enfrentado a los desafíos de la pandemia, siguiendo las recomendaciones de las autoridades, logrando mantenerse y a su vez posicionarse a través del cumplimiento de los protocolos de seguridad y adecuaciones significativas a sus procesos, como la adición y/o incremento del servicio a domicilio, recuperando con ello la confianza de los comensales; así también en la gestión del capital humano reestructurando las jornadas de trabajo e inclusive ajustes salariales y con el aprovechamiento de su capital relacional en negociaciones con sus proveedores y arrendatarios, con el fin de encausarse a la reactivación económica en la nueva normalidad. Esto indica que se han ido adaptando paulatinamente pero aún existen áreas de oportunidad que deben ser atendidas.

VII. CONCLUSIONES

El turismo ha sido uno de los sectores más afectados por la contingencia sanitaria causada por el COVID-19, perjudicando a diversos subsectores con la pérdida de empleos y ganancias económicas a nivel mundial y particularmente a México. De esta forma, la industria restaurantera presenta diversas preocupaciones en relación con cómo generar confianza en el público para que consuma los productos que ofrece y cómo implementar protocolos para evitar repuntes en los contagios. Ante ello, es necesario un cambio en la visión y estrategia actual del negocio para lograr la tan anhelada recuperación, pero esto involucra diversos desafíos que deben encarar. En este sentido, los desafíos identificados que actualmente presentan los restaurantes estudiados están relacionados con la confianza del consumidor, la liquidez, las ventas, el capital humano, capital relacional y la logística de servicio. Por lo tanto, es necesario atenderlos para garantizar la permanencia en el mercado.

Los expertos en materia turística aseguran que la seguridad sanitaria es elemental para la proyección de la imagen empresarial porque de ello dependerá la elección de los comensales, es decir; la competencia real estriba en la experiencia del cliente. Para ello, la tecnología tiene un rol esencial, por lo que, las empresas que la utilicen de manera óptima tendrán mayores oportunidades de generar ventajas competitivas sostenibles.

Se concluye que la contingencia sanitaria ha tenido repercusiones negativas en el turismo, pero también, genera oportunidades que las empresas restauranteras deben aprovechar para desarrollar ventajas competitivas.

VIII. PROPUESTAS

Con base a los hallazgos de esta investigación y a la necesidad de adaptarse a la nueva normalidad, se presentan las siguientes recomendaciones a los tomadores de decisiones en la industria restaurantera.

- Garantizar la seguridad sanitaria implementando además de lo estipulado por la autoridad sanitaria, otras medidas como el protocolo de prevención COVID-19: "Mesa Segura" propuesto por la CANIRAC y la obtención de los distintivos H, M de moderniza y S de sustentabilidad como evidencia de buenas prácticas empresariales que hagan sentir más seguros a los comensales, logrando con ello reforzar su confianza y la imagen corporativa.
- Definir estrategias financieras a la medida, administrando de manera más asertiva sus flujos de efectivo y estar prevenidos ante cualquier contingencia a través de un fondo económico para contingencias futuras.
- Reestructurar sus modelos de negocio.
- Utilizar la tecnología de forma creativa para maximizar su uso.
- Capacitar constantemente al personal en materia de prevención de riesgos para asegurar un entorno laboral favorable.

IX. REFERENCIAS

Aguirre, J. P. (2020). *Caída del turismo por la Covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales. Mirada Legislativa, (186), 13. Recuperado de*

http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/4882/ML_186.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CANIRAC. *(2020). Protocolo de Prevención COVID-19 "Mesa Segura." Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados. Recuperado de https://canirac.org.mx/images/notas/files/Protocolo Reapertura - Mesa Segura_compressed.pdf*

Deloitte. *(2020). La receta para 'levantar' al sector restaurantero. 1–16. Recuperado de https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/consumer-business/2020/La-receta-para-levantar-sector-restaurantero.pdf*

International Monetary Fund. *(2020). World Economic Outlook Update June 2020. Imf, (2),6.Recuperadodehttps://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/06/24/WEOUpdateJune2020*

Konfío. (2020). Haciendo frente y pronosticando el futuro. Recuperado de https://konfio.mx/tips/articulos-especiales/covid-19-haciendo-frente-y-pronosticando-el-futuro-en-mexico/

Lozano, L. F. *(2020). Hasta 1 de cada 4 restaurantes cerraría por Covid-19. Recuperado de https://www.forbes.com.mx/negocios-1-4-restaurantes-covid-19-cerrados/*

Madrid, F., y Díaz, J. *(2020). Coronavirus y turismo. Cicotur. Recuperado de https://www.anahuac.mx/mexico/cicotur/sites/default/files/202003/Doc06_Coronavirus_Turismo_CICOTUR.pdf*

OECD. *(2020). COVID-19 and International Trade: Issues and Actions. Contributing to a Global Effort, (March 2020), 11. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Recuperado de http://www.oecd.org/coronavirus/en/*

OMS. *(2020). Preguntas relativas a las empresas alimentarias. Organización Mundial de la Salud. Recuperado el 19 de octubre de 2020, de https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/questionandanswers-hub/qadetail/questionsrelatingtofoodbusinesses?gclid=Cj0KCQjw8rT8BRCbARIsALWiOvTtu7YTLzMbq2RfufZXUErBnjASLl1qqCbkETgqU3kZq8BqbRB5G28aAsdZEALw_wcB*

UNWTO. (*2020). UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020Journal, This. Organización Mundial del Turismo https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1*

LA RESILIENCIA EN EMPRESAS HOTELERAS EN CRISIS DE COVID-19

Soemi Arely García García, Susana Mandujano Contreras, Fabiola Lizama Pérez.

I. RESUMEN

La resiliencia empresarial es la capacidad de enfrentar las tareas difíciles dentro de una organización, es importante distinguirla en la actualidad en las pequeñas y grandes empresas por una constante situación de incertidumbre económica que afecte al interior a trabajadores o directivos de dicha organización, estableciendo un estudio de caso en el ámbito laboral turístico, sector que sufrió el cierre de operaciones por más de 60 días y conocer a detalle la existencia de características de un líder o trabajador resiliente, identificando actitudes o comportamiento dentro de la empresa.

Se relaciona el significado de dichas características resilientes con la sustentabilidad social en la ciudad de Villahermosa, se realizan observaciones y pruebas cualitativas en dos empresas hoteleras, aprender de los resultados para enfrentar dificultades en el futuro.

Palabras Clave: *Resiliencia empresarial, sustentabilidad, prosperidad económica, economía social.*

II. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo identificar características resilientes de dos empresas hoteleras ante la crisis de la pandemia COVID- 19, cómo primer punto, el tema de la resiliencia en empresas se puede definir cómo la manera de afrontar las crisis sociales y económicas de manera positiva, enfrentándolas con estrategias y características específicas que los trabajadores de aquellas empresas cuenten para este tema.

La característica principal de este tipo de resiliencia es la forma de entender las tareas difíciles dentro y fuera del área laboral debido a la circunstancia que se encuentren. Para analizar esta problemática es necesario mencionar como causa, los efectos de incertidumbre

y cierre de operaciones por más de 60 días ante la pandemia del COVID-19 por el confinamiento y sana distancia.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Identificar características resilientes en dos empresas hoteleras de Villahermosa ante la crisis provocada por Pandemia COVID-19 para conocer su forma de responder ante la adversidad existente

Objetivos específicos

- Identificar la resiliencia desde la perspectiva de los gerentes y trabajadores de los dos hoteles donde se realizó la investigación.
- Descubrir las variables resilientes
- Destacar el beneficio de la resiliencia empresarial.

IV. MATERIALES Y METODOS

El concepto de resiliencia "es actualmente utilizado en diversas disciplinas y existe una tendencia entre los investigadores a señalar que su uso comienza en el campo de la ingeniería, hay otros que vinculan su origen a la psicología y la psiquiatría." (Gutiérrez, 2019). Por consiguiente, se tiene la capacidad de ser utilizada en diferentes ciencias como la psicología realizando un análisis de comprensión de la mente a una organización, sin embargo, es una capacidad del ser humano para afrontar situaciones difíciles y superándose de manera positiva.

Además, otro criterio de la resiliencia más apropiada para una compañía de forma material resiliente es la capacidad que tienen los materiales de volver a su forma cuando son forzados a deformarse. Hay muchas definiciones que hacen explicita y compleja la resiliencia ya que en lo material se identifica como la capacidad de superación del individualismo y en lo organizacional crea importantes actitudes, donde al haber éxitos resilientes se comprende que, la resiliencia representa la capacidad de un individuo, un bosque, una ciudad o una economía para hacer frente al cambio y seguirse desarrollando; es decir, la capacidad para

utilizar los choques y alteraciones como una crisis financiera o el cambio climático para impulsar la renovación y el pensamiento innovador. (Gutiérrez, 2019).

La sustentabilidad

Desde el punto de vista de prosperidad, queda expresada de la siguiente manera:

"Sustentabilidad es la habilidad de lograr una prosperidad económica sostenida en el tiempo protegiendo al mismo tiempo los sistemas naturales del planeta y proveyendo una alta calidad de vida para las personas."

Esta definición representa el concepto moderno de sustentabilidad (Calvente, 2007). Sin embargo, desde diferentes ámbitos, existe una marcada tendencia a considerar que esta definición tiene contradicciones en sí misma. Plantean que buscar el "equilibrio" entre ambiente, economía y sociedad perjudicará el progreso económico. Por ello, un aspecto significativo relacionado con el término sustentabilidad es su posición frente a lo que entendemos como progreso económico.

Economía social

Toda economía es social, en la medida en que no puede funcionar sin instituciones, sin el compromiso de las personas, sin el apoyo de las comunidades y del Estado (Bruyn, 1987; Lévesque y Mendell, 1999). Sin embargo, pocos economistas lo reconocen, y cuando lo social se toma en cuenta, se considera como secundario en relación con las finalidades económicas. En cambio, la economía social sería la que reconoce las dimensiones sociales de la economía. Es un término polisémico, porque designa a la vez un enfoque teórico sobre la economía, y también un tipo de organizaciones, basadas en la democracia y el empresariado colectivo (Lévesque y Mendell, 1999).

Metodología

Para este tipo de estudio se utilizó el método cualitativo y cuantitativo, con un alcance de estudio de descriptivo, la muestra estuvo compuesta por dos tipos de actores como los gerentes y trabajadores de dos hoteles ubicados en el centro de Villahermosa, Tabasco; es tipo no probabilístico siendo así la elección convencional, se eligió por disponibilidad a dos hoteles de categorías entre 2-4 estrellas. Siendo así no hay un número equitativo de la elección de empleados, pero fueron elegidos un gerente de cada hotel de elección.

Instrumento

Se utilizaron dos instrumentos:

Encuesta a empleados

Esta encuesta inicia con tres preguntas abiertas y 10 ítems para identificar características de un sujeto resiliente, utilizando la escala de Likert en donde se califica las actitudes del personal ante una crisis social que se le presente. Para esto participaron 17 empleados.

Entrevista a gerentes

Se aplicaron a cada gerente 11 preguntas abiertas, relacionadas a identificar características de un líder resiliente, en contexto sobresale la situación que viven con las restricciones de sana distancia e incertidumbre en el trabajo para evitar contagios del COVID-19.

V. RESULTADOS

Empleados:

En cuanto a las funciones desempeñadas, se destaca que el 75% de ellos tiene trabajo en contacto directo de atención a clientes, siendo un 35% colaboradores del área de recepción, 29% ama de llaves y 12% auditoria nocturna como se muestra en la tabla 1.

La antigüedad es otro factor relevante, el 59% de los empleaos ha colaborado de 1 a 5 años en la empresa al tener mayor antigüedad entiende y aplica la resiliencia en su experiencia laboral como se observa en la tabla 2. Otro factor relevante es el ingreso, el 88% del personal encuestado percibe menos de dos salarios mínimos al mes, ver tabla 3.

Tabla 1. Puesto desempeñado

Puesto en cargo	***Porcentaje***
Recepción	35%
Ama de llaves	29%
Auditor nocturno	12%
Recursos humanos	6%
Cocinero	6%
Mantenimiento	6%
Contaduría	6%

Tabla 2. Antigüedad

Antigüedad	***Porcentaje***
1 año y 6 meses – 5 años	59%
6 meses -1 año	41%

Tabla 3. Ingreso mensual

Ingreso mensual	**Porcentaje**
$1,500 a $3,000	52%
$3,500 a $5,000	18%
$5,500 a $7,000	18%
$7,000 a $10,000	12%

Sobre las características y situaciones de crisis que han experimentado los empleados encuestados, la tabla 4 expresa lo que perciben por “resiliencia”, encontrando que un 35% entiende la resiliencia como “la capacidad de superar los problemas”, y el 29% cree que es “enfrentar el problema” por otra parte, se encontró que el 24% de los participantes encuestados manifiestan que desconocen el término.

Tabla 4. Qué entiende por resiliencia

1. ¿Qué entiende por el término "Resiliente"?	
Capacidad de superar los problemas	35%
Enfrentamiento del problema	29%
Desconocen el término	24%
Adaptarse al cambio	6%
Resistir a algo	6%

En cuanto a la manera que ellos han enfrentado los problemas difíciles un 65% explica que saben enfrentarlo mediante el dialogo, y un 29 % meditando; por lo que se destaca la importancia de la habilidad verbal en los empleados y de esta manera resolver el problema, como se visualiza en la tabla 5.

Tabla 5. Cómo afrontan un problema

2. ¿De qué manera enfrenta las situaciones difíciles?	
Dialogar del problema	65%
Meditación	29%
Otros: Se encarga uno mismo	6%

Para identificar algún problema o situación difícil que haya vivido, se les pidió escribieran que situación ha experimentado la cual haya servido para ser resiliente; encontrando que un 47% de los empleados manifestaron "superar la pérdida de un ser querido" y un 23% "quedarse sin trabajo" son dos de las situaciones más difíciles, según se muestra en la tabla 6.

Tabla 6. Experiencia para resiliencia

3. Menciona una situación que hayas vivido muy difícil y te sirvió para ser resiliente.	
Perdida de un familiar	47%
Quedarse sin trabajo	23%
Separación de pareja	12%
La pandemia del COVID 19	6%
Independizarse	6%
Conflicto con un cliente	6%

Una de las características de un sujeto resiliente enfrentar de una manera optimista es fundamental en el trabajo siendo así con un 35% destacan con esta característica. Por otra parte, la tabla 7 expresa que, entre los trabajadores, para ellos no se les dificulta trabajar en equipo.

También, para sentirse orgullo en el trabajo es significativo para la motivación de cada uno de ello, de ese modo el 15% resaltan que es crucial en la vida laboral. La improvisación es efectiva en los pensamientos de los participantes para ellos, el 35% son capaces de improvisar ante una tarea desafiante.

Tabla 7.- Características resilientes de los empleados

Declaración	**1 Totalmente en desacuerdo**	**2 En desacuerdo**	**3 Ni en desacuerdo, ni de acuerdo**	**4 De acuerdo**	**5 Totalmente de acuerdo**
Enfrento las dificultades de forma positiva.	NA	NA	30%	**35%**	**35%**
Es difícil trabajar en equipo.	35%	24%	24%	17%	NA
Siento orgullo en mis logros.	NA	NA	NA	47%	53%
Ante dificultades soy	6%	NA	35%	35%	24%

bueno improvisando.					
Fracaso en adaptarme a los cambios.	41%	47%	12%	NA	NA
Cuando me esfuerzo tengo éxito.	6%	NA	18%	35%	41%
10Procura dar ambiente positivo en el trabajo.	12%	NA	NA	35%	53%
Tengo control de mis emociones.	6%	NA	18%	53%	23%
Soy capaz de afrontar tareas desafiantes.	NA	6%	12%	53%	29%

Los empleados expresaron que el 47% son suficientes en adaptarse al cambio sin ninguna dificultad. Además, el esfuerzo para el éxito es favorable para el 41% de los trabajadores. Para la satisfacción del personal es favorable en una organización por ello, el 53% comentan que existe un ambiente positivo laboral. Por otro lado, el 53% de los empleados tienen un equilibrio de control en las emociones por eso tienen la capacidad de afrontar las tareas difíciles**.** Lo anterior, expresado en la tabla 7.

Gerentes

Ser líder resiliente en una empresa hotelera es una tarea compleja, no solamente encargarse de los empleados sino de la empresa con totalidad, empezando por los datos demográficos de los gerentes.

En el caso de los gerentes tienen un promedio de edad aproximado de 34 y 39 años con una antigüedad máxima de 2 años y mínima de 1 año, como se muestra en la tabla 8.

Tabla 8.- Datos demográficos de gerentes

	Edad	**Antigüedad**
Gerente 1	39	1 año y 8 meses
Gerente 2	34	2 años

Como primer punto los gerentes tienen un conocimiento de resiliencia como una adaptación y la capacidad de afrontar las tareas. Además, se sabe que para ser un buen líder resiliente se debe tener una confianza de sí mismo, con sus respuestas mencionan que se desafían y enfrentan los problemas con actitud positiva ante una tarea desfavorable, a través de la Innovación, la realización de la meditación y dialogando el problema, sabiendo utilizar estrategias de manera organizacional, tal como se muestra en la tabla 9.

Tabla 9.- Características resilientes de gerentes

Preguntas	Entrevista 1 Hotel A	Entrevista 2 Hotel B
1.- ¿Qué entiende sobre el término resiliente?	Adaptación	La capacidad de afrontar tareas desafiantes
2.- ¿Cómo usted siente la confianza de uno mismo?	Con actitud positiva y enfrentando el lado bueno en todas las cosas	Me desafío tarea que sé que puedo realizar con éxito
3.- ¿Qué estrategias utiliza para superar las adversidades?	Innovación y adaptación al cambio.	Realizo meditación y hablo del problema
4.- Cuando se le presenta una tarea desfavorable, ¿Cómo reacciona?	Lo tomo como aprendizaje para mejorar	Respiro profundamente y analizo el problema
5.- ¿Se motiva al ejecutar con éxito un trabajo difícil?	Sí	Sí
6.- ¿Busca encontrar resultados realistas para la toma de decisiones?	Sí	Sí
7.- ¿Es capaz de comprender los problemas de sus trabajadores?	Sí	Sí
8.- ¿Es importante para usted invertir en el bienestar de los trabajadores? ¿Y por qué?	Sí lo considero importante, aunque con ciertos límites, es decir, para no caer en paternalismo	Si, porque nos enfocamos en la salud de cada trabajador
9.- Mencione una situación difícil dentro de la empresa y que valores requirieron para superarlo.	Ante la situación actual, cierto personal aportó días solidarios a la empresa, es decir, sin goce de sueldo, para contribuir a aminorar las pérdidas económicas	La situación del COVID se ha realizado la unión de todos los empleados al poder trabajar unos días si y otros no

10.- Ante la posible pérdida de clientes, ¿Cómo ha afectado en la empresa?	La baja en general ha sido de un 85%	En un aproximado de 64% de todos los clientes frecuentes que solemos tener
11.- La nueva modalidad del cierre de empresas por el COVID 19, ¿Qué cambios o medidas han aplicado?	Se elaboró un manual de bioseguridad, a fin de llevar a cabo los procedimientos y tomar las medidas de prevención y protección al respecto	Estrategia de redes sociales con promociones y servicio a domicilio de alimentación

La capacidad de estos dos gerentes es motivarse al momento de ejecutar un proyecto o trabajo con pensamientos realistas y también son buenos en comprender las dificultades de sus trabajadores. Para ellos, la inversión para los empleados se debe delimitar. Asimismo, la situación más difícil que se ha enfrentado los hoteles en general es el COVID-19, realizando estrategia entre los trabajadores haciéndole trabajar voluntariado sin goce de sueldo, como se observa en la tabla 9. En los dos hoteles están siendo afectados por la nueva modalidad perdiendo cómo un aproximado de 60% a 90% de hospedaje, posteriormente en la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de Tabasco, A.C. a certificado protocolos en los dos hoteles aplicados a la nueva modalidad.

VI. DISCUSIÓN

Las características más esenciales que destacan en el ámbito laboral en los empleados y gerentes son el optimismo y confianza en sí mismo, la motivación en el área laboral, siendo así la posibilidad de obtener una empresa con un ambiente positivo.

Podemos observar que los líderes y participantes de la organización se esfuerza en sus proyectos de vida y trabajo laboral para un mejor éxito en la vida, considerando que tienen un equilibrio de control en las emociones. Se puede saber que el personal es capaz de improvisar y a la vez trabajar positivamente en equipo.

VII. CONCLUSIONES

La investigación nos demuestra que la característica de resiliencia empresarial encontrada en el 70% del personal que colabora en ella, se relaciona con el término sustentabilidad vista desde su posición frente a lo que entendemos como progreso económico, ya que permite sobrellevar de forma innovadora la resistencia ante problemas y dificultades incertidumbre como la vivida en la actualidad por la pandemia COVID- 19.

Ambas organizaciones hoteleras demuestran estar totalmente de acuerdo en que esta característica en sus colaboradores permite afrontar y superar las dificultades más impactantes como pueden ser: perdida de un familiar o la pérdida de su trabajo. En esta ocasión de forma extraordinaria por la pandemia presentada desde marzo 2020, surge este valor para ser optimista en un momento de crisis económica.

Tanto dirigentes como trabajadores de ambas organizaciones hoteleras, presentan vivencias y características ejemplares de la resiliencia empresarial desarrolladas en los últimos 20 años, en las cuales afrontaron entre otros problemas: devaluaciones y daños financieros causados por la inundación del año 2007, siendo esto determinante para acceder a la sustentabilidad económica; de igual forma este estudio, cumple el objetivo de Identificar características resilientes en dos empresas hoteleras de Villahermosa ante la crisis provocada por Pandemia COVID-19 para conocer su forma de responder ante la adversidad existente.

VIII. PROPUESTAS

Como propuesta para contribuir al crecimiento organizacional en el sector hotelero, se considera importante desarrollar talleres entre gerentes y empleados sobre el desarrollo del valor de resiliencia, comunicación asertiva, trabajo en equipo, innovación empresarial, fomentar el dialogo y pláticas de motivación entre colaboradores y gerentes sobre las maneras de afrontar las situaciones difíciles tanto personales como laborales.

IX. REFERENCIAS

Bastidas, O., y Richer, M. *(2001, 1 mayo). Economía social y economía solidaria: Intento de definición. Redalyc.*

Bruyn, S. *(1977), The Social Economy. Wiley, New York*

Da Ros, G. S. *(2007). Economía Solidaria: aspectos teóricos y experiencias. Unircoop, 5(1), 9.*

Gutiérrez, C. *(1 de enero de 2019). Obtenido de Factores de la resiliencia ante vulnerabilidad en destinos y empresas turísticas: adaptación del método Delphi como instrumento de validación: http://www.revistareder.com/ojs/index.php/reder/article/view/24/24*

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista L. *(1991). Metodología de la investigación. Ciudad de México: The McGraw-Hill.*

Luthans, F. e. *(2007). Psychological capital: Developing the human competitive edge.*

Nacional Financiera, Hacienda. (14 de Julio de 2020). Resiliencia en los negocios. Obtenido de Bigmarker: https://www.bigmarker.com

Posgrado Anáhuac Mayab. *(01 de junio de 2020). Resiliencia personal y profesional. Obtenido de Facebook: http://m.facebook.com*

Puig, D. M. *(2018). ¡Tomate un respiro! España.*

EL TURISMO DEPORTIVO. UNA ÁREA DE OPORTUNIDAD PARA REACTIVAR LA ECONOMÍA POST-COVID-19

Aída Dinorah García Álvarez, Débora Domínguez Pérez,
Gladys Elena Mateos Gutiérrez, Jorge Rebollo Meza.

I. RESUMEN

Debido a la reciente crisis de salud en el país ocasionada por el Covid-19, el sector turístico descendió críticamente por lo que se requiere de una planificación estrategia que permita la reactivación del sector por medios innovadores y competitivos, a través de servicios diferenciados. En este sentido, es necesario identificar las áreas de oportunidad de la región tales como la asociación de actividades deportivas ciclismo y carreras como complemento del turismo para la mejora del sector.

Palabras Clave: *Deporte, turismo, estrategia.*

II. INTRODUCCIÓN

El primer caso reportado de Covid-19 en el país se registró a finales del mes de febrero y la actividad turística en marzo reflejo las primeras afectaciones económicas en este sector. Solo en este primer trimestre del año la actividad turística tuvo una caída de 6,7% frente al trimestre previo. Esta industria aporta el 8,7% del Producto Interno Bruto PIB del país sin considerar los otros sectores a los que influye. (INEGI, 2020)

posicionamiento de los destinos turísticos. Siendo la actividad turística un potenciador económico en bienes y servicios locales, también para la generación de empleos en todos los niveles y diversos sectores tales como: transporte, servicios de comunicación, hostelería, alimentos, entretenimiento, sitios culturales, entre otros. Y de esta manera finalmente, favorecer en general el desarrollo social.

El turismo deportivo está principalmente motivado por la práctica de deporte y actividades físicas comúnmente en ambientes naturales principalmente las actividades de

ciclismo, carreras y senderismo. Aunque también, se puede considerar turista deportivo a los aficionados que acuden a ciertos destinos turísticos con la finalidad de asistir a un evento deportivo un ejemplo de estos pueden ser aquellos que asisten a los partidos deportivos con la finalidad de apoyar a su equipo.

Sin embargo, el turismo deportivo en Tabasco está mayormente enfocado en la realización de eventos en sedes o circuitos deportivos, por lo que, es necesario considerar la relación del deporte con el turismo en áreas culturales y ambientales icónicas de la región, para diferenciar y ampliar la oferta turística.

III. DESAROLLO

El sector turístico ocupa el tercer lugar como gran empleador del país, principalmente para jóvenes y mujeres a quienes brinda la oportunidad de integrarse a un primer empleo, donde adquieren experiencia en atención al cliente y diversas habilidades que permitan en un futuro acceder a mejores condiciones salariales. Este sector está impulsado en su mayoría por los mexicanos quienes aportan el 82% del turismo hecho al interior del País. (SECTUR, 2018)

Los visitantes demandan nuevas y mejores experiencias turísticas, lo que incrementa la competitividad en el sector. (Guerrero y Ramos, 2014) De este modo es necesario la planificación de estrategias que innoven en la demanda turística ofertada. Los eventos deportivos son una oportunidad de diversificar los servicios y generar nuevas experiencias (CONADE, 2004),relacionándolos a las principales zonas turísticas del estado en actividades como ciclismo, correr, senderismo, entre otras.

A continuación, se presentan las principales zonas turísticas del Estado:

Tabla 1. Principales zonas turísticas de Tabasco

LA CHONTALPA (MUNICIPIOS DE CARDENAS, HUIMANGUILLO, PARAÍSO, COMALCALCO Y CUNDUACAN)
1.- La Zona arqueológica más importantes del estado; La Venta (considerado el centro ceremonial más importante de la cultura Olmeca)
2.- Comalcalco (única ciudad maya construida de ladrillo cocido)
3.- Las playas del municipio de Paraíso como Balneario Paraíso, Nuevo Paraíso, Playa del Sol, Playa Bruja
4.- Mientras que en el municipio de Huimanguillo se localiza la zona arqueológica de Malpasito y el centro ecoturístico de Agua Selva que cuenta con cascadas y cabañas.
CENTRO (MUNICIPIOS DE VILLAHERMOSA, NACAJUCA Y JALPA DE MÉNDEZ)
1.- Visita al Parque-Museo La Venta, y el parque zoológico "Yumká"
2.- Visita al Museo Regional de Antropología "Carlos Pellicer Cámara", el Museo de Historia Natural y el Museo de Historia de Tabasco todos en la ciudad de Villahermosa
3.- Visita a la ciudad de Jalpa de Méndez está la iglesia de San Francisco
4.-Visita a la ciudad de Nacajuca se localiza la iglesia de San Antonio de Padua.
PANTANOS (MUNICIPIOS DE CENTLA, JONUTA Y MACUSPANA)
1.- Visita al Parque-Museo La Venta, y el parque zoológico "Yumká"
2.- El Museo Regional de Antropología "Carlos Pellicer Cámara", el Museo de Historia Natural y el Museo de Historia de Tabasco todos en la ciudad de Villahermosa
3.- En la ciudad de Jalpa de Méndez está la iglesia de San Francisco
4.- En la ciudad de Nacajuca se localiza la iglesia de San Antonio de Padua.
SIERRA (MUNICIPIOS DE TEAPA, JALAPA Y TACOTALPA)
1.- Visita al centro turístico *Kolem-Jaa* que cuenta con cabañas, tirolesa, canopy (el segundo más largo de Latinoamérica), pista comando, aviario, además de que se pueden realizar actividades como senderismo y recorrido en lancha.
2.- Visita en Tacotalpa a *Tapijulapa* declarado "Pueblo Mágico", *Oxolotán* donde se localiza un convento franciscano construido en 1633, y villa Luz, donde se localiza la famosa cueva de *Las Sardinas* con un lago interior habitado por peces ciegos.

3.- Visita en Teapa el balneario de *El Azufre* que cuenta con albercas naturales, cabañas y restaurante.
4.- Visita en Teapa las *Grutas de Coconá*.
RIOS (MUNICIPIOS DE BALANCAN, TENOSIQUE Y EMILIANO ZAPATA)
1.- Visita en el municipio de Tenosique las zonas arqueológicas de Pomoná y San Claudio
2.- Visita en Balancán las zonas arqueológicas de Santa Elena y la recién abierta al público Moral Reforma con su pirámide doble de 27 metros de altura
3.- Visita en Balancán el balneario y reserva ecológica Cascadas de Reforma
4.-Visita en Balancán el museo arqueológico *"Dr. José Gómez Panaco"*

Fuente: Elaboración Propia

A pesar de las diversas áreas turísticas en el estado, aun no se han aprovechado en su máximo potencial debido a la falta del diseño de actividades relacionadas al tipo de atractivo. En este sentido, "Algunos de los atractivos de Tabasco presentan problemas de falta de mantenimiento y la ausencia de actividades relacionadas con el tipo de atractivo no permite captar la atención de los turistas potenciales, a pesar de la riqueza cultural y natural existente en esta Entidad." (Guzmán y Mayo, 2016, p. 160)

Otro aspecto clave para el turismo deportivo en el estado corresponde al aprovechamiento y difusión de las Grandes Rutas Turísticas (GRT) existentes: Ruta Olmeca-Zoque, Ruta del Cacao al Chocolate, Ruta Biji Yokotán, Ruta Aventura en la Sierra, Ruta Pantanos, Ruta Ríos, Ruta Villahermosa (COPLADET, 2015)

Cualquier sitio hoy en día puede convertirse en un destino turístico con las estrategias adecuadas, así como existen diversos tipos de turismos, hay una variedad diversificada de turistas con distintos motivadores (Valverde y Benavides, 2017). Sin embargo, la oferta debe ser realista e incluir también a la sociedad local a participar en el proyecto y sus actividades (Torres, 2010) y también aunar esfuerzos entre organizaciones para facilitar al visitante la obtención de los servicios complementarios, mejorar la calidad y seguridad, así como diversificar el producto turístico-deportivo (Blázquez, 2014).

IV. METODOS

Debido su carácter teórico la presente investigación es de tipo documental (Tancara, 1998), por lo que se realizó un análisis exhaustivo de la información con la finalidad de proponer los principios que incentiven a un proyecto de turismo deportivo en el Estado.

V. CONCLUSIONES

El estado tiene el potencial para maximizar la oferta turística e innovar sus servicios, de este modo se puede favorecer el desarrollo social al generar un mayor número de empleos e ingresos, beneficiar a jóvenes y mujeres quienes son el segmento mayor empleado en este sector, incrementar el interés de inversión privada y fortalecer la imagen del estado.

Es necesaria la creación de proyectos en la región que cuenten con una buena planificación y la alianza de organizaciones relacionadas al sector para facilitar al visitante la contratación de los servicios.

Incluir el deporte al turismo permitirá captar una mayor cantidad de visitantes y favorecer a este sector afectado por la crisis económica de Covid-19 para así agilizar su recuperación. Tener una mayor afluencia de turistas puede facilitar el autofinanciamiento del mantenimiento de las zonas para habilitarlas a un estado óptimo ya que se ha encontrado que tienen deficiencias en atención, entretenimiento e infraestructura, y también, se debe considerar que al ampliar los servicios turísticos enfocándolos al deporte se puede influir indirectamente en la ciudadanía en la práctica deportiva.

VI. PROPUESTAS

Desarrollar la idea “Pasos de Aventura en Ambiente Natural” agencia de recorridos especiales ciclismo y carreras para que en cada una de las zonas turísticas del estado se cuente con un Guía que los conduzca a los turistas a las rutas destinadas que el público seleccione y les brinde una explicación sobre el lugar donde se ubiquen durante el recorrido ciclista.

En él, podrán experimentar un poco de la historia que encierra la zona, así mismo, pondrán disfrutar de momentos agradables acompañados con sus seres queridos y disfrutar de las maravillas naturales y arqueológicas de la subregión, y disfrutar patillos típicos del estado, se percibe la aceptación de que la sociedad tabasqueña en primera instancia muestre interés en experimentar los recorridos tomando en consideración los paisajes con vegetación

exuberante que caracteriza a Tabasco, y sea el principal promotor en la posibilidad de desarrollo para aprovechar las zonas ricas en áreas naturales y arqueológicas para atraer turistas al estado y la generación de empleos para el desarrollo como estado independiente.

Presentamos un cuadro diagnóstico para la determinación de la idea de negocio.

Tabla 2. Foda de proyecto

Fortaleza **¿Qué recursos se tiene?** **¿con que habilidades se cuentan?**	**Oportunidades** **¿Qué aspectos favorables existen en el entorno que permiten obtener ventaja?**
- Fondos privados para la compra del equipo de ciclismo y carrera - El manejo de canales de distribución y captación de los usuarios - Conocimiento acerca de las diversas rutas para los recorridos en la ciudad - Sistema de seguridad privada	- La reducción de los costes de adquisición del equipo directamente con la empresa (mayoreo) - La sociedad tabasqueña muestra un interés por la curiosidad de experimentar nuevas formas de recreación. - Programas de pésima calidad
Debilidades **¿Qué factores desfavorables perjudican a las personas?** **¿Qué habilidades carecen? ¿Qué recursos faltan?**	**Amenaza** **¿Qué elementos o situaciones del entorno pueden perjudicar?**
- La competencia ante posibles programas gubernamentales gratuitos o de poca monta	- Inseguridad - Dolo por parte del mismo usuario

Fuente: Elaboración Propia

Promoviendo la Riqueza natural económica, cultural y social de México, se empezaría a dar mayor valor a la cualidad que otros países les es difícil tener.

- Impulsar el cuidado y preservación de las zonas turísticas, integrando actividades deportivas que relacionen al deportista y la naturaleza.
- Incrementar la competitividad de nuestros destinos turísticos.

- Capacitar al personal del sector turístico en conocimiento de turismo-deportivo.
- Aplicar el desarrollo turístico sustentable para lograr sustentabilidad social, económica y ambiental.
- Utilizar el turismo deportivo como una alternativa para diferenciar y mejorar la oferta turística actual.
- Aprovechar la riqueza natural económica, cultural y social de México.

VII. REFERENCIAS

***Blázquez, A**. (2014). La Comercialización Del Producto "Turismo Deportivo". Dimensión Empresarial, 12(2), 46–58. https://doi.org/10.15665/rde.v12i2.277*

***CONADE.** (2004). Guía de desarrollo del turismo deportivo. Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte 1–46.*

***COPLADET.** (2015). PROGRAMA SECTORIAL DESARROLLO TURÍSTICO 2019-2024. Comité de Planeación para del Desarrollo del Estado de Tabasco, 1, 42.*

***Guerrero, P., y Ramos, J.** (2014). Introducción al turismo. En Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA (Vol. 5, Número 9). https://doi.org/10.29057/icea.v5i9.2097*

***Guzmán, A., y Mayo, A**. (2016). Evaluación de los atractivos turísticos de Tabasco, México. International Journal of Scientific Managment Tourism, 2(2), 151–161.*

***INEGI. (2020).** Indicadores trimestrales de la actividad turística durante el periodo. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. enero-marzo de 2020. 1–2.*

***SECTUR. (2018).** Nuestro Turismo, el gran motor de la economía nacional. 127. Secretaría deTurismo.https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/412719/Turismo_2040_Poli_tica_Turi_stica_de_Estado.pdf*

***Tancara, C.** (1998). La investigación documental en la investigación científica. En Centro Nacional de Documentación científica y Tecnológica.*

***Torres, P. M.** (2010). Citymarketing , La Imagen Y Marca De Una Ciudad. Temas para la Educacion, 1–7.*

***Valverde, C., y Benavides, M.** (2017). El turismo en México, una visión hacia el futuro Palabras clave. 09_Planur-e, 9(July 2017), 1–15. https://www.researchgate.net/profile/Maria_Benavides_Cortes/publication/331148877_El_*

turismo_en_Mexico_una_vision_hacia_el_futuro/links/5c67a8fa4585156b57fffd6b/El-turismo-en-Mexico-una-vision-hacia-el-futuro.pdf

ECOTURISMO PARA EL DESARROLLO LOCAL DE BALANCÁN, TABASCO

Mayra de los Ángeles Mendoza González, Luis Ángel Guzmán Jiménez,
Reyna Luz Castro Constantino.

I. RESUMEN

El turismo asociado con el medio ambiente es una actividad comercial de reciente desarrollo en nuestra sociedad y se caracteriza por ser sumamente dinámica y creativa. En México existe un creciente interés en torno al ecoturismo, tanto de los visitantes como de las comunidades y empresas que desean integrarse, la cual promete conservar los recursos naturales a la vez que permite su disfrute, la generación de empleos permanentes y la derrama hacia las economías locales. El Estado es el responsable de conducir la política turística con un enfoque de sustentabilidad, así como, facilitar procesos locales con la participación de los diversos sectores que sean incluyentes y promotores de microempresas productivas, equitativas y dirigidas al beneficio colectivo. En el presente trabajo se abordará toda la información necesaria para dar a conocer la propuesta de ecoturismo en el municipio de Balancán, objetivos específicos, propuestas y conclusión. La estrategia metodológica que se sigue es la del estudio de caso, el cual parte de un análisis teórico torno al turismo basado en la naturaleza, el ecoturismo y el desarrollo del mismo. Se realiza una búsqueda de información en fuentes estadísticas, archivos de datos espaciales, documentos, entrevistas a turistas que han visitado el municipio.

Palabras Clave: *Entreteniendo, propuesta, turismo*

II. INTRODUCCIÓN

El ecoturismo o turismo ecológico se refiere a la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología. El auge en los últimos años del ecoturismo se ha debido a varias causas, entre ellas, fundamentalmente al hecho de que es más barato que cualquier otro tipo de turismo. Un elemento este que ha llevado a que muchas personas, teniendo en cuenta la situación de crisis económica mundial que se está viviendo, apuesten por él para disfrutar de unas vacaciones sin necesidad de tener que realizar un desembolso monetario.

Conceptos generales de campamentos de turismo

Para conocer los conceptos básicos de la campamentación turística, es necesario partir de un concepto general y esencial que determina el punto de partida de toda actividad turística, según la Organización Mundial del Turismo (OMT); "el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período superior a un día e inferior a un año, por ocio, negocios u otros motivos" (Organización Mundial del Turismo, s.f). El turismo es un fenómeno social que vende experiencias, estas generan una motivación de determinado grupo social; esencialmente es la necesidad del ser humano de salir de la rutina habitual, con la finalidad de desarrollar otro tipo de actividades que generen en el individuo la sensación de autorrealización. En el caso de la campamentación, ésta responde a una motivación en especial, la cual consiste en actividades al aire libre en un ambiente natural. Según Betty Lile, en la obra, Manual para dirigentes de campamentos organizados, la campamentación "es una experiencia recreativa al aire libre, que proporciona oportunidades especiales para la educación y el ajuste social a través de la vida en grupos" (Lile, B., 2009)

El ser humano está acostumbrado a vivir rodeado de concreto, en la denominada jungla de cemento, en donde su propia mano ha forjado un mundo de comodidad y confort, muchas veces se opta por llevar una vida sedentaria, sin realizar actividades de esparcimiento que favorezcan al crecimiento físico y psíquico del individuo, por lo tanto, la campamentación se constituye en la vivencia con la naturaleza, en donde el ser humano participa activamente en actividades de diferente índole para lograr el bien común.

Regulación de los campamentos de turismo

En la normativa legal que la gran mayoría de países aplica, encontramos que los campamentos de turismo son establecimientos no hoteleros, en los que se pernocta bajo una carpa o tienda de campaña. Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante precio.

Dicha categorización depende de los servicios con los que cuenta el campamento. Como requisitos mínimos, independientemente de su categoría, según el Reglamento General de Actividades Turísticas todo campamento de turismo deberá contar con los servicios de: recepción, asistencia médica, telefonía, vigilancia diurna y nocturna, recolección de basura dos veces al día, custodia de valores en la caja fuerte, recogida y entrega diaria de correspondencia en la recepción y venta de víveres y artículos de uso frecuente para los campistas.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Preparar una propuesta turística que consiste en brindar los servicios de camping y ecoturismo a personas que deseen vivir una experiencia dentro de una reserva natural dedicada al estudio y observación del Mono Saraguato brindando una opción más de turismo en el municipio de Balancán Tabasco.

Objetivos específicos

- Realizar una revisión sobre los tipos de turismos que se implementan en la naturaleza para poder determinar cuales pueden realizarse en el desarrollo local.
- Crear una propuesta para introducir el ecoturismo y el turismo de aventura desde una perspectiva que incluya el desarrollo local del municipio.
- Evaluar el potencial turístico de la localidad donde se presente las condiciones para el ecoturismo, y determinar que acciones deben llevarse a cabo para su implementación como iniciativa de desarrollo local.

IV. MATERIALES Y METODOS

La estrategia metodológica que se sigue es la del estudio de caso y diseñará la investigación en cuatro etapas: 1) Caracterización socioeconómica y ecológica del municipio; 2) diagnóstico de la localidad con condiciones para el ecoturismo, 3) planificación de la actividad turística, y 4) propuesta para un proyecto de desarrollo local de turismo. En la primera etapa se recopila información cualitativa por medio de una entrevista al director de turismo en el municipio de Balancán, y para el análisis de información cuantitativa se utiliza un sistema de información geográfica y se recopila información de diversas fuentes como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, bases de datos de diversas secretarías de estado en México, consultas de información pública y noticias locales, el objetivo de esta etapa es determinar qué localidad reúne las condiciones necesarias para el ecoturismo. En la segunda etapa son utilizadas herramientas participativas para el diagnóstico y análisis de los problemas que enfrenta la localidad, además de conocer los recursos endógenos con los que cuenta para el ecoturismo, se utilizan herramientas de dialogo, mapa de recursos naturales y uso de suelo, una entrevista a profundidad con los representantes ejidales y el análisis FODA.

En la tercera etapa se aplica el método Factores, Atractores y Sistemas de Soporte (F.A.S.) para la planificación de la actividad turística, este método permite el diseño de estrategias y políticas de gestión para la implementación de proyectos. Esta metodología consiste en la realización de un análisis de los atractores, sistemas de soporte, factores productivos e indagación sobre las relaciones entre los agentes internos y externos del destino turístico.

V. RESULTADOS

Tabla 1. Análisis FODA

Fortalezas	**Oportunidades**
✓ Disponibilidad de recursos naturales y bellezas escénicas. ✓ Ubicación geográfica acorde con el desarrollo del sector. ✓ Propietarios de la tierra. ✓ Biodiversidad florística y faunística.	✓ Creación de nuevos empleos ✓ Búsqueda de nuevos destinos turísticos con el propósito de romper la rutina. ✓ Mayor interés en la ecología. ✓ Interés en entretenimiento y diversión a unos kilómetros a la ciudad.
Debilidades	**Amenazas**
✓ Deterioro de las vías de comunicación de la comunidad. ✓ Deficiente infraestructura y servicio para la satisfacción de las necesidades de los turistas. ✓ Falta de capacitación para ofertar productos. ✓ Deficiente producción de los productos turísticos.	✓ Cambios inesperados de clima. ✓ Perdida de los recursos naturales**.** ✓ La crisis económica repercute directamente en el turismo. ✓ El desarrollo poco planificado de la actividad ecoturística.

VI. DISCUSIÓN

El hacer camping en una zona natural es encontrarse con las especies que habitan en él, disfrutar un momento único con la naturaleza, así como darle más realce al municipio de Balancán en el aspecto:

- **Social:** que todas las personas del municipio de Balancán se relacionen con otras personas de fuera, y también que los turistas disfruten de un momento único.
- **Cultural:** que los turistas aprendan y conozcan las tradiciones del municipio de Balancán y del poblado de Laguna Colorada.
- **Económico:** que haya más flujo de efectivo la comunidad de Laguna Colorada y en el municipio de Balancán.
- **Tecnológico:** usar tecnología limpia para que no afecte a la especie ni su habitad.

- **Ambiental:** preservar la especie del Mono Saraguato y su habitad, así como también otras especies que habiten en el área geográfica para su reproducción de las mismas.

Público objetivo: personas que buscan una experiencia nueva en lugares turísticos del municipio de Balancán, así mismo encontrarse con especies que habitan en el área natural. Descripción del nicho o segmento de mercado al que está dirigido, considerando los siguientes aspectos:

- Está disponible para todas las edades
- Hombres, Mujeres y niños.
- Cualquier nacionalidad.
- Se tiene destinado que la entrada sea accesible para cualquier nivel económico de la sociedad.

VII. CONCLUSIONES

La constante relación entre turismo y desarrollo ha configurado un escenario donde la expansión del turismo alternativo, como actividad económica, se rige como opción para el desarrollo local de comunidades poseedoras de amplios recursos naturales y culturales. El desarrollo de la actividad turística dentro de un área protegida conlleva necesariamente el establecimiento de una serie de relaciones comerciales, algunas de las cuales no se daría sin que no existiese esta actividad. El ecoturismo es una actividad que aún no incursiona con fuerza en la ciudad de Balancán, sin embargo, genera expectativas de recreación y vida al aire libre en las personas. Lamentablemente no existe una entidad pública o privada que proponga el desarrollo de esta actividad, por lo cual la puesta en marcha del proyecto de ecoturismo genera una alternativa diferente y novedosa de hacer turismo en nuestra ciudad.
Al indagar sobre los conceptos del turismo basado en la naturaleza, el papel de éste como promotor del desarrollo, las condiciones que deben presentarse para el desarrollo endógeno y los elementos esenciales de sustentabilidad, fue posible visualizar qué aspectos debía presentarse en un territorio para que pudiera beneficiarse del ecoturismo.

VIII. PROPUESTAS

- Para la ejecución de un campamento de turismo es necesaria la intervención de al menos cinco personas como parte del staff, quienes asumen diferentes tareas.
- El centro de ecoturismo debe adquirir el equipo de camping y los materiales que va a ocupar para implementar el ecoturismo básico; como carpas, bolsas de dormir, aislantes, etc.
- Se debe planificar actividades pasivas, debido a que la inclemencia del clima provoca que no se ejecute con normalidad el campamento.
- El municipio de Laguna Colorada debe ofrecer el servicio de alimentación, debido a que se cuenta con la infraestructura necesaria.
- Antes de ofrecer el servicio de campamentación turística al público en general se debe adecuar el lugar para el desarrollo de la actividad turística; reparar senderos, lastrar carreteros, señal ética, adquirir el equipo necesario. etc.
- Para innovar y ofrecer un mejor servicio a la demanda se recomienda evaluar el servicio ofrecido con frecuencia, también se debe implementar un buzón de sugerencias permanente

IX. REFERENCIAS

Gonzáles, P. y Neri, L. *(2015). El ecoturismo como alternativa sostenible para proteger el bosque seco tropical peruano: El caso de Proyecto Hualtaco, Tumbes. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13, 14. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/881/88143407012.pdf*

González, E. *(2018). Ecoturismo y participación social en conservación: percepción de actores y perspectivas comunitarias asociadas a un emprendimiento ecoturístico de Campeche, México. Mérida, Yucatán: CINVESTAV. Recuperado de https://www.mda.cinvestav.mx/FTP/EcologiaHumana/maestria/tesis/16TesisGonzalezE18.pdf*

Instituto Politécnico Nacional. *(s.f.). Instituto Politécnico Nacional. Recuperado de https://www.ipn.mx/*

Lile, B. (2009). *Manual de campamento organizados. Buenos Aires. Recuperado de https://www.scribd.com/document/484974639/Manual-de-campamento-docx*

Organización Mundial del Turismo. (s.f). La Organización Mundial del Turismo (OMT). Recuperado en septiembre de 2020, de https://www.unwto.org/es

Proyectos para el Desarrollo Sostenible

BANDERAS DEL MUNDO

Gerardo Enrique Gutiérrez Romero, Octavio Elías Sánchez Aquino,
Librado Jiménez Maceda.

I. RESUMEN

El presente trabajo intitulado "Banderas del mundo", trata sobre el desarrollo de un software para el aprendizaje de las banderas del mundo, teniendo como objetivos el presentar un medio atractivo y entretenido de aprendizaje, así como la propuesta de una herramienta tecnológica, que fomente y enriquezca el acervo cultural relacionado al turismo, convergiendo dichos objetivos, en la línea de investigación del cuerpo académico participe en el avance mencionado. Para la creación de la propuesta, se empleó literatura concerniente al análisis y diseño de sistemas de información, el paradigma de la programación orientada a objetos.

El uso de las TIC en diversos rubros es común dadas las características y beneficios que estas otorgan, proporcionan beneficios significativos, en el caso del sector turístico, lo tradicional es pensar en la reservación de una habitación para hospedaje o la compra de un boleto de transporte según el medio preferido a través de una aplicación web o en su defecto la versión para dispositivos móviles. Las TIC van más allá de esos usos comunes, hay diversas posibilidades e innumerables herramientas desarrolladas y por desarrollar, citando la realidad virtual, juegos de computadora.

Palabras Clave: *Software, Banderas, Turismo*

II. INTRODUCCIÓN

Según Moreira (2018), El juego es la manifestación cultural de la actividad física, dicha práctica se ha tomado como posibilidad recreativa de la transmisión cultural de un país o nación, beneficiando la salud del cuerpo humano.

En todo país, el sector turístico es una importante fuente de ingreso, gracias a la sabia aplicación en las áreas correspondientes a dicho sector: hotelería, gastronomía, servicios y atractivos turísticos.

Las actividades lúdicas son actividades naturales y de necesidad para el ser humano, conforme a requisitos propios del juego, gran parte de los juegos son para todo público, con un único propósito: el entretenimiento.

De acorde con la UNESCO (2003), la música, danza, artesanía, poesía y juegos tradicionales son patrimonio cultural inmaterial.

En el turismo se encuentra implícita la acción de viajar, derivando la satisfacción y demás sensaciones provocadas por dicha acción: diversión, interacción-relación con un medios social distinto al acostumbrado, pero sino es posible viajar?, en la situación que nos encontramos debido a la pandemia ocasionada por el COVID19 ha transformado nuestro modo de vida en todos los aspectos, afectando las actividades de entretenimiento y culturales, impactando en la economía de los países, siendo el sector turístico perjudicado, pero gracias a la tecnología en específico las TIC, desempeñan un papel relevante en proporcionar información de lugares, cultura, atractivos.

Uno de los principales atractivos cuando se viaja a un país, es conocer su bandera, estandarte que representa a una nación, en cierto momento, nos hemos percatado de la similitud de la existencia de banderas de los países se parecen en demasía, es decir en su forma, colores.

Como menciona el sitio web el Orden Mundial (2016), "Las banderas son símbolos que intentan transmitir una serie de valores con el objetivo de crear identidades, por ello, no es de extrañar que, en una misma región de características históricas y culturales parecidas, surjan símbolos igualmente parecidos".

Por eso el motivo del trabajo a presentar, desarrollar un software que permita de forma lúdica fomentar el acervo cultural en lo concerniente a las banderas del mundo.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Desarrollar un software para el aprendizaje de las banderas del mundo.

Objetivos específicos

- Presentar un medio atractivo para el aprendizaje y fomento al turismo.
- Proponer una herramienta tecnológica alternativa relacionada a la contribución del acervo cultural turístico.
- Contribuir en desarrollo tecnológico inherente a la línea de investigación del cuerpo académico.

IV. MATERIALES Y METODOS

En el desarrollo del software se empleó la metodología: Kendall y Kendall (2005) indican las fases para el desarrollo de un sistema de información "gran parte de este enfoque se incluye en el ciclo de vida del desarrollo de sistemas (SDLC, Systems Development Life Cycle). El SDLC es un enfoque por fases para en análisis y diseño cuya premisa principal consiste en que los sistemas se desarrollan mejor utilizando un ciclo de vida específico del analista y el usuario". (p. 10).

Como se mencionó con anterioridad se utilizó la metodología de Kendall y Kendall, desglosando sus siete etapas:

1- Identificación de problemas, oportunidades y objetivos.

En esta etapa se aterrizó la oportunidad, la cual incide en el hecho de crear una aportación modesta, de acervo cultural relacionado al Turismo, concluyendo en el desarrollo de un software atractivo y amigable para el usuario final.

2- Determinación de los requerimientos de información.

En este punto los requerimientos son los datos a procesar (repuestas) seleccionadas por los usuarios y su encuadre (resultado) de la respuesta escogida. No olvidando hacer mención el segmento de edades a abarcar de los usuarios de la aplicación, buscando una presentación lo más atractiva posible.

3- Análisis de las necesidades del sistema de información.

En cuanto las necesidades son las características de un software para plataforma Windows, requisitos mínimos aplicables a equipos de cómputo de gama media, los cuales son los tradicionales en los hogares de la mayoría de las personas.

4- Diseño del sistema recomendado.

En el diseño del software se buscó un diseño de interfaz sobrio pero amigable, sobre todo intuitivo, tomando en consideración el dicho, menos, es más.

5- Desarrollo y documentación del software.

En el desarrollo del software se basó en el paradigma de la programación orientada a objetos, modelo de programación soportado por la mayoría de los lenguajes de programación. Ciertamente la metodología mencionada tiene 7 pasos, en el caso particular, el software se concluyó recientemente y los pasos restantes se han realizado de manera singular, y tales pasos contribuirán en un futuro a otra investigación, los pasos a considerar son: Pruebas y mantenimiento del sistema, implementación y evaluación del sistema.

V. RESULTADOS

Como resultado se obtuvo un software, en términos prácticos, una aplicación de escritorio la cual contiene las siguientes opciones, como se muestra en la figura 1.

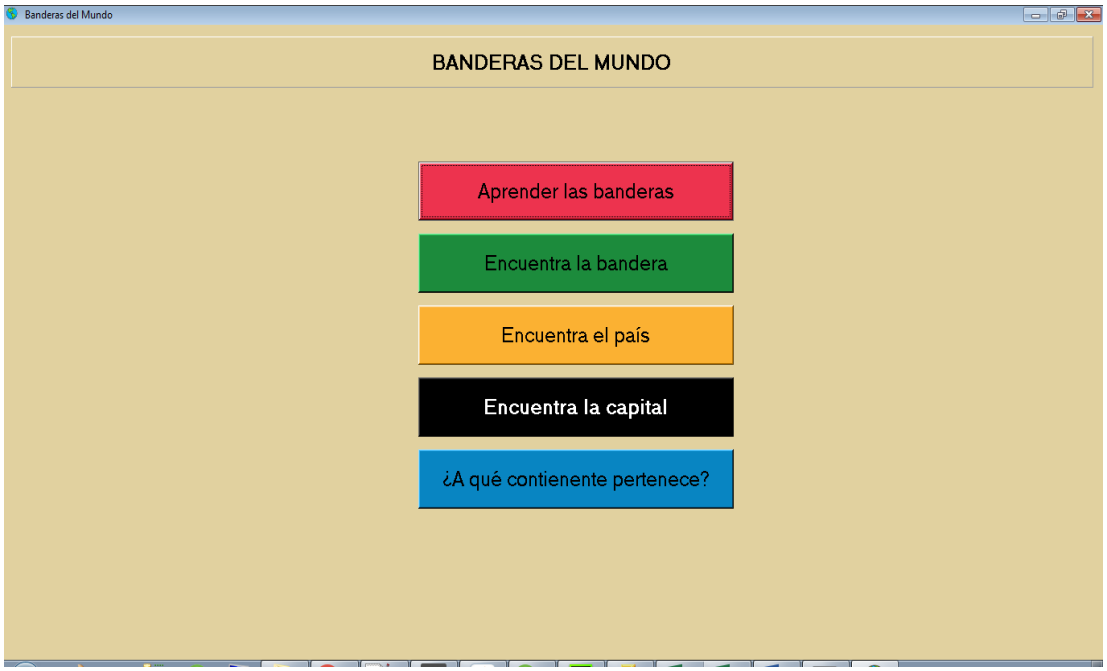


Figura 1. Pantalla principal.

Como se aprecia en la figura previa, el software cuenta con las opciones: Aprender las banderas, Encuentra la bandera, Encuentra el país, Encuentra la capital, ¿A qué continente pertenece?

Si el usuario selecciona la opción "Aprender las banderas", lo que vera a continuación es la siguiente pantalla, tal como ilustra la figura 2.

Figura 2. Pantalla principal.

En dicha pantalla, se muestran las banderas del mundo, se cuenta con la lista de continentes por medio de botones con los nombres de los mencionados. Al presionar alguno de los botones, se mostrarán por orden alfabético las banderas, que pertenecen al continente especificado en la leyenda del botón presionado.

Procediendo al objetivo, el aprendizaje lúdico, por citar un ejemplo, indicar el nombre de la bandera de un determinado país, se muestra de manera aleatoria una serie de banderas, siendo la interrogante ¿Cuál es la bandera de…?, como se puede apreciar en la figura 3.

Figura 3. Encuentra la bandera.

Se buscó la funcionabilidad y usabilidad como característica en el software desarrollado, de manera intuitiva, se deduce el seleccionar la imagen correspondiente a la bandera, la respuesta a la interrogante planteada.

De una manera similar y de complemento en contribución al acervo cultural relacionado con el turismo, se realiza pregunta acerca de la capital de un país, para un ejemplo, la figura 4.

Figura 4. Encuentra la capital.

VI. DISCUSIÓN

Como se menciona en diversas fuentes de información, las TIC son herramientas muy valiosas, se aprecian con mucho agrado dada la situación extraordinaria en que nos encontramos, presentando alternativas de e-commerce, medios de comunicación, educación, entretenimiento, no es de extrañarse las repercusiones económicas derivadas por la pandemia, afectaran los sectores mencionados, tomando el caso del turismo, muchos países sugieren a sus ciudadanos no realizar visitas a sitios fuera de su lugar de origen, pero esta situación no será eterna, mientras porque no involucrar la educación y el turismo para fomento de conocimiento, incentivar ese deseo de conocer algún lugar terminando la epidemia, qué mejor de manera lúdica, es decir aprender jugando.

VII. CONCLUSIONES

El software desarrollado tiene la finalidad de ser una herramienta tecnológica, amén de ser parte del objetivo del cuerpo académico involucrado, desarrollo de herramientas tecnológicas, dicha propuesta mostrada en el presente trabajo puede ser empleada como apoyo en tópico relacionado al turismo.

El uso de las herramientas tecnológicas no es asunto novedoso, se han empleado como herramientas secundarias, hasta ahora, se puede decir, son de índole primordial, irrumpiendo de forma abrupta y a muchos tomo por sorpresa, el no estar familiarizado con medios de comunicación, plataformas educativas, por mencionar algunos, dar el paso de ser simples usuarios para el siguiente escalón, desarrollar tecnología, romper estigmas en el sentido, solo los vecinos del norte o los asiáticos pueden desarrollar tecnología.

Como punto final, hay que mencionar para que todo programa de cómputo sea exitoso, es necesario el recurso humano, el usuario, a mayor grado de disposición e interés, mejores resultados.

VIII. PROPUESTAS

El software no se ha distribuido, entrando en el concepto de propuesta, lo ideal es realizar una demostración del mismo, hacia público general o personas del área de Turismo, para llevar a cabo una retroalimentación, considerando posibles áreas de oportunidad y mejora.

IX. REFERENCIAS

Kendall, K. y Kendall, J. *(2005). Análisis y Diseño de Sistemas. México: PEARSON*

Moreira, B. (2018). Los juegos tradicionales en la animación turística. Recuperado 12 de Octubre de 2020, de https://www.gestiopolis.com/los-juegos-tradicionales-en-la-animacion-turistica/

Pérez, J. *(2016). Historia de las banderas del mundo. Recuperado 16 de Octubre de 2020, de https://elordenmundial.com/banderas-del-mundo-historia/*

Servicio de prensa UNESCO. *(s.f.). Música, danza, artesanía, poesía y juegos tradicionales en el orden del día de la novena reunión del Comité para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. Recuperado 14 de Octubre de 2020, de http://www.unesco.org/new/es/mediaservices/singleviewtvrelease/news/musica_danza_artesania_poesia_y_juegos_tradicionales_e/.*

APROVECHAMIENTO DE LOS DESECHOS AGROINDUSTRIALES DE MUSA SPP. EN LA OBTENCIÓN DE FIBRAS PARA PRODUCTOS DE USO COTIDIANO.

André Medel Sánchez Lara, Sergio Alberto Gómez Cornelio.

I. RESUMEN

El presente trabajo expone una de las problemáticas principales de los residuos sólidos urbanos en México, y la razón por la cual son un problema ambiental contribuyendo en el deterioro del ambiente. Así mismo se propone una solución tecnológica amigable con el ambiente y que aprovecha, principalmente, los residuos agrícolas de los productores de plátano, para obtener fibras naturales con potencial uso en la industria del papel, cartón y biomateriales compuestos, además de la disminución de materiales desechables de un solo uso. La propuesta presenta las razones ambientales por las cuáles puede tener mayor viabilidad, comparada con otras propuestas.

Palabras Clave: *Agroindustria, residuos sólidos urbanos, biodegradable, impacto ambiental.*

II. INTRODUCCIÓN

Los Residuos Sólidos Urbanos (RSU) son problemas ambientales de gran magnitud y que abarcan un amplio espectro de tipos de contaminantes. A pesar de las campañas de concientización respecto a la disposición final de los residuos sólidos, son pocas las propuestas específicas llevadas a la práctica como solución a dicha problemática (Jiménez, 2001).

La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, informó que, en el año 2012 en México, los residuos orgánicos constituían el principal desecho con un 52.4% de la

composición total; seguido por el papel y sus derivados (13.8%) y los plásticos (10.9%) (SEMARNAT, 2016). Por ello, vale la pena considerar los tipos de RSU para proporcionar propuestas innovadoras y con un verdadero impacto en la reducción de estos residuos.

El incremento poblacional, principalmente en las zonas urbanas, conlleva al aumento en la concentración de residuos del papel y plásticos, provocando una mayor problemática ambiental. La mayoría de los plásticos se degradan lentamente (Segura, D., Noguez, R., y Espín, G., 2007), algunos pueden demorar 500 años o más en degradarse, como el Poliestireno Expandido (EPS) o mejor conocido como unicel, el cual es un polímero plástico espumado. El unicel ha generado impactos negativos para el medio ambiente puesto que requiere cerca de 500 años para degradarse, además de su vida útil muy corta, generalmente se considera de un solo uso y no son biodegradables, aunado a esto son quemados en los rellenos sanitarios, lo cual aporta al calentamiento global (Gibson, 2017).

Una solución viable es el uso de materiales biodegradables, los cuales generan un menor impacto ambiental. Por ello es posible aprovechar los recursos nacionales y residuos agrícolas en la resolución de los problemas ambientales. En el estado de Tabasco existe una gran cantidad de residuos agroindustriales, que generalmente son quemados o desechados sin ningún tratamiento previo, alterando al medio ambiente y afectando la diversidad (Rodríguez, S., Fernández, M., Bermúdez, R. y Morris, H. 2003).

En México los estados con mayor producción de plátano son, Chiapas con mayor superficie sembrada y una producción de 743,293 toneladas de plátano. Posteriormente se encuentra Tabasco, que alcanza las 467.6 mil toneladas y Veracruz con 238.5 mil, alcanzando esas tres entidades, el 69% del abastecimiento del total nacional (Secretaría de Economía, 2012). Por tal motivo, consideramos que estos estados del sureste de México son candidatos potenciales en la aplicación de la propuesta aquí planteada.

Por lo general una vez recolectado el fruto del plátano, la planta es cortada debido a que ya no se considera útil. El pseudotallo de las plantas del banano puede llegar a medir 30 cm de diámetro y hasta 7 m de alto. El pseudotallo está constituido por pectinas, almidones, látex, y otras sustancias aglutinantes en menor proporción; y principalmente, por fibras de celulosa y hemicelulosa que son carbohidratos complejos; así como por lignina, un polímero orgánico

que brinda estructura y soporte a las plantas vasculares (Cadena Ch, E. M., Vélez R, J. M., Santa, J. F., y Otálvaro G, V., 2017)

En este trabajo se realiza una propuesta para el aprovechamiento de los residuos agroindustriales de los productores de plátano, como alternativa de materia prima en la elaboración de productos biodegradables.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Aprovechar los residuos agroindustriales de los productores de plátano para obtener fibras del pseudotallo con potencial uso en la elaboración de papeles y biomateriales compuestos.

IV. MATERIALES Y METODOS

El método involucra el aprovechamiento de los residuos agrícolas, especialmente en el uso del pseudotallo de la planta del banano (Musa spp.) para la obtención de una masa fibrosa utilizada como materia prima en la elaboración de productos varios.

Colecta.

Los pseudotallos desechados después de la cosecha del fruto, se cortan, agrupan y transportan al laboratorio. El proceso de transporte al sitio de procesamiento se realizó en un periodo máximo de 8 horas, ya que por la naturaleza del producto tiende a oxidarse una vez realizado el corte de las secciones de interés a procesar.

Lavado.

Se realizó el lavado primario de los pseudotallos; se separaron las capas y eliminaron las secciones que presentaron oxidación. Las secciones por utilizar se lavaron con agua y jabón, este último biodegradable (sin sulfatos, sulfitos, triclosán y/o triclocarbán), posteriormente, se enjuagaron con agua. Este paso se realizó a modo de garantizar la limpieza de todas las partes constituyentes del pseudotallo, eliminando las impurezas provenientes del lugar de colecta y reduciendo el riesgo de contaminación en los demás procesos.

Triturado y filtrado.

Las secciones lavadas se trituraron para reducir su longitud de la muestra, posteriormente, fueron sumergidas con agua. Después se introdujo el material en un tanque con agitador de cuchillas y agua. Posterior a ello, se filtró el producto resultante para eliminar la mayor cantidad de agua. Este proceso eliminó las sustancias aglutinantes, látex, almidones y pectinas; sin la necesidad de utilizar productos químicos, lo que reduce el costo de producción y contribuye al desarrollo de procesos amigables con el ambiente. Posteriormente, se realizaron moldes para obtener recipientes de un solo uso con la masa fibrosa del pseudotallo del plátano.

V. RESULTADOS

Con este procedimiento se obtuvo una masa fibrosa suave, como se puede observar en la figura 1. El material sin el tratamiento presenta una coloración verdosa, debido a la presencia de clorofila. Además, al tacto es una fibra dura y difícil de procesar. Posterior al tratamiento propuesto, la fibra se vuelve suave, carente de sustancias gomosas y presenta una coloración café clara.

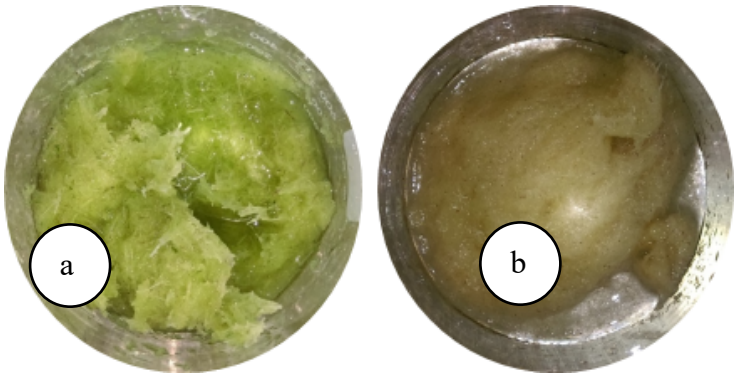


Figura 1. Fibras procesadas. a) Fibras previo al tratamiento; b) Fibras posterior al tratamiento

Con las fibras procesadas se pueden realizar productos varios, como papel, cartones, desechables de un solo uso o mezclar con otras sustancias para obtener un material compuesto.

Figura 2. Fibras prensadas en una superficie plana.

VI. DISCUSIÓN

Las fibras de Musa spp. fueron obtenidas inmediatamente después del corte, sin necesidad de realizar procesos secundarios, como ocurre con otros métodos propuestos, donde extraen fibras del banano y otros vegetales de su misma familia, sin embargo, el proceso impide la obtención inmediata de las fibras, ya que primero fermentan el material vegetal, ablandando las pectinas, sustancias aglutinantes y gomosas, para su posterior eliminación (Florencio, 1943).

En el proceso de blanqueamiento de las fibras, se generan uno de los mayores impactos ambientales, debido al uso de hipoclorito de sodio (NaClO) en altas concentraciones y a la falta de tratamiento adecuado de los residuos, sin embargo, en el proceso de ebullición de las fibras, su composición puede ser alterada o desnaturalizada, por lo que, proponemos no utilizar soluciones alcalinas para el tratamiento de las fibras, ni procesos de blanqueamiento o ebullición de las fibras, obteniendo un proceso amigable con el ambiente. Lo anterior, comparado con procesos de aprovechamiento de estas fibras donde utilizan soluciones alcalinas, como la sosa caustica (NaOH), carbonato de sodio (Na2CO3) e hidróxido de calcio (Ca (OH)2) para eliminar las sustancias gomosas y látex, así como, un proceso para blanquear las fibras con hipoclorito de sodio (Cadena Ch, E. M., Vélez R, J. M., Santa, J. F., y Otálvaro G, V., 1916; Babington, 1985).

Además, proponemos eliminar el látex y las sustancias gomosas, con el uso de agua, la cual se conjuga con un sistema de triturado; el agua desechada puede ser fácilmente tratada en una planta de tratamientos con coagulantes y floculantes, y reincorporada al sistema reduciendo la emisión de residuos químicos dañinos para el ambiente y aprovechando los recursos hídricos de forma óptima y racional. Mientras que, en otros casos, en el proceso y lavado de las fibras, eliminan el látex y sustancias resinosas con alumbre potásico (KAl (SO4)2) (Handroulis, 1998; Handroulis y Ratowski, 1999), el cual, si no es desechado con un plan de manejo de residuos adecuado, ocasiona problemas ambientales, debido a que el compuesto químico contiene aluminio y al pH del suelo, por lo que el elemento permanece inmóvil y de forma insoluble en el suelo. Y cabe destacar que cuando los suelos presentan altas cantidades de aluminio insoluble, éste se vuelve tóxico para las plantas.

VII. CONCLUSIONES

Ante el aumento de los RSU, es necesario proponer e implementar soluciones innovadoras e integrales para el cuidado del medio ambiente y aprovechamiento de los recursos. Existen varios métodos reportados para el aprovechamiento de los residuos agrícolas, sin embargo, necesitamos cuidar todas las partes del proceso en pro del cuidado del medio ambiente, ya que el uso de sustancias y productos químicos, de no tratarse adecuadamente, podrían provocar impactos negativos al ambiente y sociedad.

Es evidente que no basta con la reducción y reciclaje de ciertos productos, hay que implementar nuevos materiales y tecnologías acorde a las necesidades medioambientales, remediación ambiental y al futuro que queremos manifestar.

VIII. PROPUESTAS

Aprovechar los residuos agroindustriales para obtener materia prima con potencial uso en la industria del papel y materiales biocompuestos, con el uso de metodologías amigables con el ambiente, a modo de facilitar la biodegradación de los productos de un solo uso y de vida útil corta.

IX. REFERENCIAS

Babington, Q. A*. (1985). Patente US4547263. Estados Unidos de América.*

Cadena Ch, E. M., Vélez R, J. M., Santa, J. F., y Otálvaro G, V. (*2017). Natural fibers from plantain pseudostem (Musa paradisiaca) for use in fiber-reinforced composites. Journal of Natural Fibers, 14(5), 678-690.*

Florencio, G. P. *(1943). Patente ES0154815. España.*

Gibson, M. *(2017). Evaluación y proyección financiera para determinar la viabilidad y rentabilidad de una empresa dedicada a la producción de empaques biodegradables, de Universidad Nacional Autónoma de México.*

Hondroulis, D. G. (*1998). Patente CR176/5748. Costa Rica.*

Hondroulis, D. G. y Ratowsky I. P. *(1999). Patente US5958182. Estados Unidos de América.*

Jiménez, B. E. *(2001). En B. E. Jiménez, La Contaminación Ambiental en México (pág. 29). México: Editorial Limusa.*

Rodríguez, S., Fernández, M., Bermúdez, R. y Morris, H. *(2003) Tratamiento de efluentes industriales coloreados con Pleurotus spp. Rev Iberoam Micol, (20), 164-168.*

Secretaría de Economía *(2012). Monografía del sector plátano en México: situación actual y oportunidades de mercado. Dirección General de Industrias Básicas.*

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT] *(2016). Informe de la situación del Medio Ambiente en México, Compendio de Estadísticas Ambientales. Indicadores Clave, de Desempeño Ambiental y de Crecimiento Verde. (ed. 2015, pp. 401-438). México.*

Segura, D., Noguez, R., y Espín, G. (*2007). Contaminación ambiental y bacterias productoras de plásticos biodegradables. Biotecnología, 14(C23), 361-371.*

Taylor, C. M., Cook O. H. J, H. K. (*1916). Patente US1181553. Estados Unidos de América*

.

LA INDUSTRIA RECICLADORA DE PLÁSTICOS EN UNA ECONOMÍA CIRCULAR PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

Rosa María Martínez Jiménez, Deisy María Jerónimo Jiménez,
Priscila Nayeli Ramos Martínez.

I. RESUMEN

El objetivo de esta investigación es analizar la relación entre la industria recicladora de plásticos, la economía circular y la contabilidad ambiental, mostrando la importancia de la reincorporación de los Residuos Sólidos Urbanos (RSU) a los procesos productivos. Esta estrategia sienta las bases de una economía circular, donde el diseño, la producción de plásticos y productos afines respetan las necesidades de reutilización y reciclaje, promueven la producción de materiales sostenibles (Enguix, 2018) y disminuyen el daño que pueda ocasionarse al ambiente o a la salud de los miembros de una comunidad. Se conceptualizan los términos economía ambiental, contabilidad para la sostenibilidad social y su relación con el desarrollo sostenible. Mediante el método de investigación acción se dio seguimiento a la cadena de suministro de los plásticos desde su desecho, recolección y manejo en el centro de transferencia municipal. Los resultados destacan la contribución de la industria recicladora al reincorporar los materiales a la cadena de valor, evitando que terminen en el relleno sanitario o en vertederos a cielo abierto. Tales acciones favorecen la contabilidad ambiental al disminuir el uso de medidas físicas como el suelo y el subsuelo para el manejo de residuos (Naciones Unidas, 2016).

Palabras Clave: *Economía circular, Sostenibilidad, Reciclaje*

II. INTRODUCCIÓN

Se analiza la contribución para el desarrollo sostenible en el Estado de Tabasco, México, de una planta recicladora de plásticos entre los que se ubican el tereftalato de polietileno (PET) y el polietileno de alta densidad (HDPE). Esta investigación muestra la importancia de la reincorporación de los RSU a los procesos productivos favoreciendo una economía circular.

El objetivo 12 de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible propone garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, una de sus metas es reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización (Naciones Unidas, 2018). Al respecto del reciclado y reutilización, Enguix (2018) refiere que el objetivo de la Unión Europea (UE) para el 2030 es que todos los plásticos sean reciclables.

La economía circular o economía verde, es un nuevo paradigma que trasciende al modelo lineal de producción y consumo, en el cual se fabrican productos a partir de materias primas que luego se venden, se utilizan y, a continuación, se desechan como residuos. En una economía verde el concepto de residuo no existe, puesto que todo aquello que ha sido utilizado, se convierte en un recurso que es introducido de nuevo en el ciclo productivo (Ellen Macarthur Foundation, s/f).

La reincorporación RSU a los procesos productivos genera una economía circular consistente en usar-reciclar-producir. Esta estrategia sienta las bases de una nueva economía del plástico, donde el diseño, la producción de plásticos y productos afines respetan las necesidades de reutilización y reciclaje, promueven la producción de materiales sostenibles (Enguix, 2018) y disminuyen el daño que pueda ocasionarse al ambiente o a la salud de los miembros de una comunidad.

El plástico es uno de los materiales de más uso en la industria, en general, están formados por polietileno de baja densidad [PEBD], polietileno de alta densidad [HDPE], policloruro de vinilo [PVC], polipropileno [PP], poliestireno [PS], tereftalato de polietileno [PET]; en México representan el 11% de los RSU y se considera una tasa de crecimiento anual del 7% de la industria del plástico (Jiménez, Puerto y Chan, 2018; Cristán, Ize y

Gavilán, 2003; Botero, Muñoz, Ossa y Romo, 2014). Es una pieza clave para el desarrollo económico del país debido al aporte en diversos sectores estratégicos como el automotriz, alimentos, eléctrica y electrónica, en el área de salud referente a dispositivos médicos, agricultura, construcción y vivienda (Plastics Technology México, 2017).

Debemos ser conscientes de la problemática que representa el plástico para el medio ambiente, de acuerdo con Greenpeace (2020), la producción total de plásticos en el mundo alcanzó 380 millones de toneladas en el año 2015. Gran parte de los plásticos que desechamos, aunque se depositen en la basura, van a llegar a los ríos y mares debido a la acción de elementos naturales como el viento y la lluvia.

Asimismo, Greenpeace (2020) señala las regiones del mundo con mayor impacto en la producción de plásticos en el año 2018, el primer lugar lo ocupa Asia responsable del 51% de la producción mundial, siendo China el país de mayor impacto con un 30% del total. El segundo lugar corresponde a América del Norte representada por Canadá, Estados Unidos y México con el 18%. Europa ocupa el tercer sitio con un 17%.

La solución para disminuir el grado de contaminación es reducir en la medida de lo posible el consumo de plásticos de un solo uso y contribuir para que todo el plástico llegue a las empresas recicladoras. Al completarse el ciclo de usar-reciclar-producir se estará reincorporando el plástico a una cadena de valor. Esta acción se relaciona también con la contabilidad ambiental o contabilidad para la sostenibilidad social, que se enfoca en registrar el valor de los bienes involucrados en actividades que tienen relación con el desarrollo sustentable.

En este sentido, para la contabilidad ambiental, las corrientes de la economía al medio ambiente son residuos, en el caso de los que permanecen en la economía en lugar de volver directamente al medio ambiente, como los residuos sólidos que se vuelcan en vertederos controlados (Naciones Unidas, 2016). El objetivo de la contabilidad ambiental será evaluar el costo que representa para los gobiernos municipales por el espacio que ocupan, sea a cielo abierto o en rellenos sanitarios. Al reciclar los RSU, se repercutirá directamente en la disminución de esos espacios físicos.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Analizar la relación entre la industria recicladora de plásticos, la economía circular y la contabilidad ambiental.

Los objetivos específicos abordan la problemática que representa la producción y desecho de los materiales plásticos para el medio ambiente, la importancia de la economía circular y los beneficios cuantificables mediante la contabilidad ambiental.

IV. MATERIALES Y METODOS

Mediante el método de investigación acción se les dio seguimiento a los plásticos desde el desecho, recolección y manejo en el centro de transferencia municipal. Se observó el rescate de plásticos como el PET y el HDPE, así como su reincorporación a la cadena de valor.

V. RESULTADOS

En el estado de Tabasco se ubica la empresa recicladora de plásticos Poliplasts., S.A. de C.V. con cuatro plantas productivas, tres en la ciudad de Cárdenas y una en la Ranchería Anacleto Canabal, Municipio de Centro, sus procesos productivos incorporan la reutilización de los plásticos denominados tereftalato de polietileno (PET), polietileno de alta densidad (HDPE), bolsas de plástico y rafia.

Se hizo un seguimiento a la cadena de suministro de los plásticos desde su origen, recolección y manejo en el centro de transferencia de RSU en la ciudad de Villahermosa. Se observó que el Municipio de Centro, Tabasco, permite el acceso a pepenadores y acopiadores al interior de este recinto. Los primeros se dedican al rescate de residuos, los cuales recuperan al momento de arribo de los camiones recolectores al centro de transferencia, ver figura 1.

Figura 1. Arribo del camión recolector al centro de transferencia en Centro, Tabasco.

Los acopiadores son pequeños empresarios, cuentan con vehículos propios para el traslado de materiales. El trayecto observado va del centro de transferencia a la planta recicladora de Anacleto Canabal en el caso de los plásticos.

Figura 2. Acopiador al llegar a Poliplasts en Anacleto Canabal.

Se accedió a la planta de Poliplasts observándose el tratamiento de los plásticos desde su recepción. Una parte de los productos se procesa en sus instalaciones y la otra se envía a la ciudad de Cárdenas con otros fines de producción.

El proceso productivo en la planta procesadora de plásticos de Centro inicia con la recepción en el patio de almacenaje, se empuja con el minitractor hacia el interior a través de una ventana, los envases pasan directo a la banda para su clasificación, los de colores se clasifican en bolsas de lona a los costados de la banda. El transparente corre por la banda y se recibe en sacos al final. Una parte se deposita en la tolva de la compactadora, la que en cuarenta minutos aproximadamente genera el producto terminado, una paca entre 450 y 500 kg de PET, ver figura 3.

Figura 3. Proceso de elaboración de una paca de PET en Poliplasts, Anacleto Canabal.

La acumulación de PET en bolsas de lona rebasa las expectativas de producción de la compactadora, motivo por el cual se reserva para continuar con el proceso de producción en el turno vespertino, el alcance es de 25 pacas en los dos turnos en promedio por día.

El producto que se agrupa por colores será enviado a la planta central en la ciudad de Cárdenas para continuar sus procesos productivos. Los blancos, verdes y azules mezclados

y transformados en peletizado color turquesa. Esta representa la materia prima para la empresa de productos de limpieza ubicada en la Ciudad Industrial de Villahermosa, quien se encargará del seguimiento al proceso productivo y convertirlo en sus propios envases.

Los plásticos con destino a la ciudad de Cárdenas, Tabasco van a reincorporarse a la cadena de valor en forma de materias primas como hojuelas de PET y peletizado, así como productos terminados entre los que destacan la rafia totalmente reciclable, soga y bolsas recicladas, reciclables y biodegradables.

VI. DISCUSIÓN

¿Cómo se relaciona el reciclaje de plásticos como el PET y el HDPE con la economía circular y la contabilidad ambiental?

El seguimiento a la cadena de suministros de plásticos como el PET y el HDPE, permitió conocer su manejo desde que son puestos a disposición de los camiones recolectores y arriban al centro de transferencia de RSU en el municipio de Centro, Tabasco. Se pudo dar continuidad a los productos que son retirados de este recinto para incorporarlos a procesos productivos, añadiendo nuevamente valor agregado en forma de materias primas y productos terminados, cumpliéndose con esto el ciclo de la economía circular, usar-reciclar-producir.

El retiro de residuos sólidos del recinto municipal tiene un impacto previsto por la contabilidad ambiental o para la sostenibilidad social, ya que el espacio que dejan de ocupar los residuos rescatados evita la saturación en los vertederos y el relleno sanitario, representando una disminución en las necesidades económicas para la gestión municipal de los RSU.

VII. CONCLUSIONES

La producción de plásticos en el mundo ha crecido desmesuradamente desde que se inició su uso hace 50 años, supera los 380 millones de toneladas en el mundo, dejar de depender del uso de plásticos en un futuro cercano es prácticamente imposible. La solución al alcance es la economía circular, la meta debe ser para todos los países, reciclarlos e incorporarlos nuevamente a la producción. El plástico una vez tratado, vuelve a tener una

vida útil en forma de hojuelas de PET o peletizado, adquiere el mismo valor y uso que el producto virgen, por lo que no afecta la calidad de los bienes que se vayan a producir con los mismos. De esta manera, se dejan de utilizar los bienes que derivan de la explotación del subsuelo y se disminuye la necesidad de la utilización de espacios físicos como vertederos a cielo abierto y rellenos sanitarios. El efecto a largo plazo se podría analizar mediante la contabilidad ambiental, ya que sería cuantificable el beneficio para el medio ambiente al disminuir la necesidad de explotación para la extracción de combustibles fósiles, del espacio físico que se deje de destinar al manejo de RSU y la reincorporación de éstos a la cadena de valor.

VIII. PROPUESTAS

Las acciones que se pueden llevar a cabo para reducir el impacto al medio ambiente por el consumo de plásticos están al alcance de todos:

Gobiernos municipales, federales y ciudadanos debemos actuar de forma que podamos favorecer una economía circular, facilitando la reincorporación a la cadena de valor de los plásticos mediante el reciclaje.

Disminuir la utilización de plásticos de un solo uso.

En un mediano plazo los gobiernos municipales deben establecer alianzas con las empresas recicladoras para convertir los centros de transferencia de la basura en áreas industriales para que los RSU se procesen en estos recintos, esto favorecerá el ciclo de la economía circular.

Los gobiernos municipales deben abrir la oportunidad de alianzas estratégicas con las empresas locales, regionales y nacionales, evitando la creación de monopolios.

IX. REFERENCIAS

Botero, E., Muñoz, L., Ossa, A., y Romo, M. *(2014). Comportamiento mecánico del Polietileno Tereftalato (PET) y sus aplicaciones geotécnicas. Revista Facultad de Ingeniería Universidad de Antioquia (70), 207-219.*

Cristán, A., Ize, I., y Gavilán, A. *(2003). La situación de los envases de plástico en México. (S. d. Naturales, Ed.) Gaceta Ecológica (69), 67-82. doi: ISSN: 1405-2849*

Ellen Macarthur Foundation. *(s/f). Hacia una economía circular: motivos económicos para una transición acelerada. Ellen Macarthur Foundation. Recuperado el 18 de 10 de 2020, de https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Executive_summary_SP.pdf*

Enguix, C. *(2018). Economía Circular y plásticos: El camino hacia la sostenibilidad. Recuperado el 18 de 10 de 2020, de Ainia.es: https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/consumidor/economia-circular-plastico/*

Greenpeace. *(2020). Datos sobre la producción mundial de plásticos. Recuperado el 20 de 10 de 2020, de Greenpeace: https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/consumismo/plasticos/datos-sobre-la-produccion-de-plasticos/*

Jiménez, V., Puerto, M., y Chan, M. *(2018). Proyecto de inversión para la instalación de una planta recicladora de envases pet en el municipio de Tekax, Yucatán, México. Global de Negocios, 6(2), 51-56.*

Naciones Unidas. *(2016). Sistema de Contabilidad Ambiental y Económica (SCAE) 2012 marco central. (c. E. Naciones Unidas, Ed.) Nueva York: Naciones Unidas. Recuperado el 12 de 10 de 2020, de https://seea.un.org/sites/seea.un.org/files/seea_cf_final_sp.pdf*

Naciones Unidas. (*2018). La Agenda 2030 y los Objetivos del Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. (LC/G.2681-P/Rev.3) Santiago. Recuperado el 24 de 04 de 2020, de Naciones Unidas México: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf*

Plastics Technology México. *(2017). Industria del plástico: escenario regional. México. Obtenido de https://www.pt-mexico.com/columnas/industria-del-plstico-escenario-regional*

AGROINSDUSTRIA OSTRÍCOLA COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO ECONOMICO LOCAL DEL MUNICIPIO DE PARAÍSO, TABASCO.

Brigitte Florence Zamudio Chimal, José Félix García Rodríguez,
Lenin Martínez Pérez, Fabián Baldemar Hernández Pérez.

I. RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal analizar las posibles fuentes de desarrollo económico en el municipio de Paraíso por su afinidad territorial, producción y sector estratégico. La agroindustria alimentaria ostrícola dio una serie de ventajas competitivas, al agregar valor a un producto primario destacable por su producción en los últimos años, el ostión al generar mayor productividad a nivel interno en sus organizaciones, coadyuvando en el aprendizaje y la innovación para el mejor desempeño productivo y una mayor resiliencia organizativa. Se realizaron encuestas y entrevistas a diferentes actores sociales tales como empresarios, población del municipio y autoridades gubernamentales, e igualmente, el análisis de bases de datos gubernamentales estatales y nacionales.

Palabras Clave: *Agroindustria Ostrícola, Valor Agregado y Productividad.*

II. INTRODUCCIÓN

Las transformaciones económicas, políticas y sociales de las últimas décadas han propiciado el resurgimiento, a escala mundial, de los debates en torno al desarrollo regional y la nueva concepción sobre el territorio, reconocido como espacio social, ambiental que van de la mano sobre la orientación endógena del desarrollo. Esta perspectiva pone de relieve que el desarrollo regional es un proceso a construir y al mismo tiempo, la articulación de los ámbitos regional, nacional e internacional constituye una necesidad para poner en marcha procesos de desarrollo viables. Alburquerque y Pérez (2013) afirman que el desarrollo

regional impulsa el desarrollo económico a partir de los recursos existentes en un determinado territorio y que dicho desarrollo depende del aprovechamiento los actores tales como las asociales civiles, empresarios y universidades solo por mencionar algunos.

Por los motivos anteriores expuestos, la agroindustria alimentaria ostrícola tiene potencial de crecimiento en Paraíso debido a la geografía natural que posee, ya que es una de las actividades de mayor relevancia del municipio, derivado del crecimiento de la producción del 2017 al 2019. Destacándose por la producción principal de algunas especies tales como: ostión, bandera, jurel, bonito, mojarra, raya, peto, ronco, jaiba entre otros (CONAPESCA, 2017).

De acuerdo a datos aportados por la técnica de análisis regional Shift-Share de Aída Beatriz Armenta Ramírez, la agroindustria alimentaria tiene el potencial en el estado de Tabasco por el crecimiento de la demanda a nivel nacional y mundial de la industria alimentaria y productos primarios, pues han tenido un crecimiento paulatino constante en los últimos 5 años con porcentajes del 2% al 3% anualmente y en la actualidad en México existe una tasa de crecimiento poblacional del 1.3%, y en Tabasco según datos de la última Encuesta Intercensal en 2015 realizada por el INEGI, es del 2.3%.

En Tabasco dependen alrededor de 4,000 habitantes del sector pesquero y se tiene el registro de 300 restaurantes en toda la zona (DENUE, 2019). La región a su vez cuenta con manglares, siete lagunas importantes y una gran extensión de la costa con nueve playas públicas y privadas, que en temporada de vacaciones no solo se convierten en centros turísticos, sino también en fuentes de empleo.

La investigación fue un instrumento para analizar a profundidad la factibilidad de la agroindustria alimentaria pesquera desde la perspectiva de la empresa y el impacto al desarrollo local del municipio de Paraíso.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Analizar la importancia de la agroindustria alimentaria ostrícola para el desarrollo local de Paraíso, Tabasco.

Objetivos específicos

- Identificar las empresas que se dedican a la agroindustria alimentaria ostrícola.
- Conocer el desarrollo de los procesos de trabajo de las empresas dedicadas a la agroindustria ostrícola.
- Analizar la importancia de la cadena de valor de la agroindustria alimentaria ostrícola.

IV. MATERIALES Y METODOS

El estudio de la agroindustria alimentaria ostrícola como una actividad productiva de origen local en el municipio de Paraíso, Tabasco se realizó a partir de la experiencia de los lideres empresariales dedicados a la actividad económica y los proveedores locales de zonas aledañas, para lo cual se utilizó un enfoque mixto, pues representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández, R., Fernández, C, y Batista, M.P., 2008).

Se utilizó el enfoque mixto para lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, pues resulta más integral, completa y holística donde se señala que los métodos mixtos “capitalizan” la naturaleza complementaria de las aproximaciones cuantitativa y cualitativa. La primera representó los fenómenos mediante el uso de números (Bases de datos del INEGI, SIAP) y transformaciones de números a través del uso de IBM SPSS Software, como variables numéricas y constantes, así como gráficas; mientras que la segunda (Cualitativa) es a través de narrativas de las entrevistas de los proveedores (pescadores), la autoridad gubernamental, así como elementos visuales recolectados a través de la observación.

Así, los métodos mixtos caracterizan a los objetos de estudio mediante números y lenguaje e intentan recabar un rango amplio de evidencia para robustecer y expandir nuestro entendimiento de ellos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Universo de trabajo, tipo de muestreo y muestra

Para la selección del universo de empresas dedicadas a la agroindustria alimentaria ostrícola se dio de la siguiente manera:

1. Mediante la integración y selección de base de datos del Diccionario Estadístico de Unidades Económicas (DENUE) de INEGI.
2. Se clasificaron las 32 actividades económicas de acuerdo con su tipo: primario, secundario y terciario, al Producto Interno, así como, al tamaño de empresa con base en la Ley de Competitividad Art. 3 Fracciones IX, X, XIII.
3. En la base de datos para la clasificación más específica se tomó en cuenta el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN).
4. Posteriormente, se realizó una selección con las empresas dedicadas al sector pesquero.
5. Finalmente, se seleccionaron las empresas que contaban con las características de la agroindustria alimentaria pesquera, tales como: empacadoras y enlatadoras de mariscos.

Para la selección de los pescadores se incurrirá a los datos de los proveedores que proporcionen las empresas al momento de las entrevistas y para los informantes gubernamentales será el director de atracción de inversiones y desarrollo industrial.

Técnicas de investigación

Los instrumentos de investigación son: entrevistas semiestructuradas para los proveedores (pescadores) de los negocios de la agroindustria alimentaria pesquera , un cuestionario de tipo dicotómico de valoración para los líderes de las empresas agroindustriales, y refuerzo en el modelo Shift-Share herramienta utilizada por Aída Beatriz Armenta Ramírez para comprobar que la agroindustria alimentaria es una actividad en la que se puede invertir y existe un crecimiento favorable, así como, la aplicación de un mapa georreferenciado de las unidades económicas y los cuerpos de agua.

La entrevista semiestructurada para los proveedores de las empresas locales consta de 17 preguntas enfocadas a las variables de habilidades, conocimientos y los volúmenes de producción. Mientras que la última entrevista se basa en el conocimiento de las personas cercanas que habitan a los alrededores de las empresas con respecto a la vocación productiva y el conocimiento que tienen de los productos.

V. RESULTADOS

Resultados relevantes de:

Sector empresarial:

Selección de empresas:

Tabla 1. Clasificación por actividad económica y tipo de empresa en Paraíso, Tabasco.

Actividad	Microempresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grande Empresa	Total
Primaria	128	26	4	1	159
Secundaria	163	20	2	4	189
Terciaria	2222	142	25	2	2391
Total	2513	188	31	7	2739

Fuente: Elaborado con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI, 2018.

Nota: Clasificación de las empresas con base en la Ley de Competitividad Art. 3 Fracciones IX, X, XIII, la clasificación del PIB Y SCIAN.

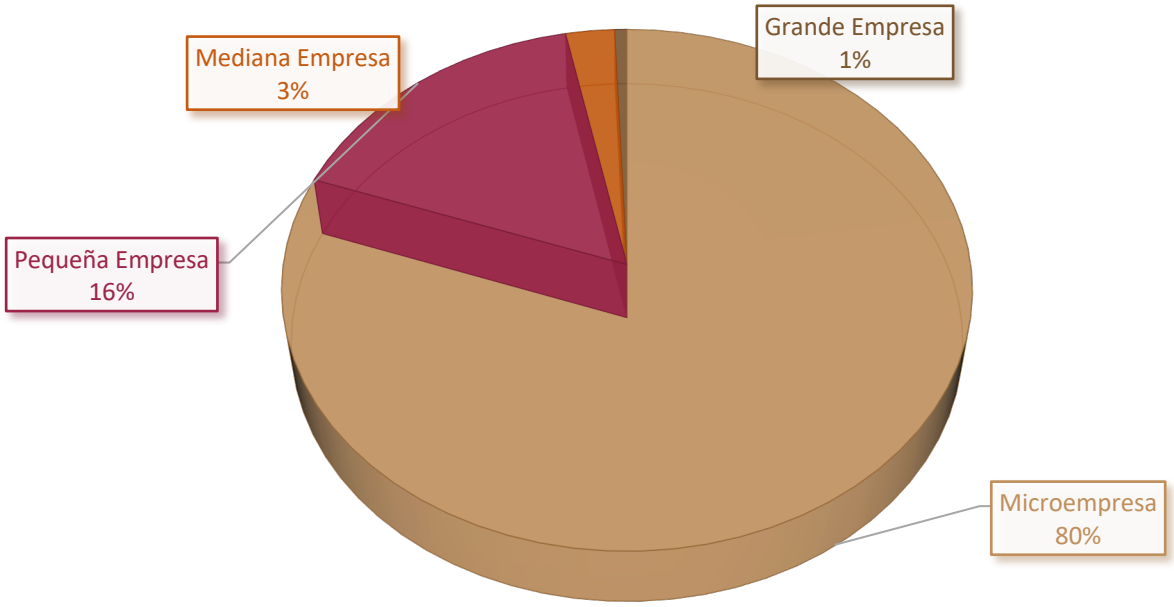


Figura 1. Distribución de las empresas por actividad económica y tamaño

Fuente: Elaborado con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI,2018.

Nota: Clasificación de las empresas con base en la Ley de Competitividad Art. 3 Fracciones IX, X, XIII, la clasificación del PIB Y SCIAN.

Tabla 2. Clasificación del universo de las empresas en Paraíso a las dedicadas exclusivamente a las actividades pesqueras.

SCIAN	**Clasificación por tipo de empresa y descripción del SCIAN**	**Clasificador del PIB**				**Total**
		11	**43**	**46**	**72**	
Microempresa						
461	Comercio al por menor de pescados y mariscos			23		23
114	Pesca de camarón	4				4

114	Pesca y captura de peces, crustáceos, moluscos y otras especies	123				123
722	Restaurantes con servicio de preparación de pescados y mariscos				14	14
Pequeña Empresa						
461	Comercio al por menor de pescados y mariscos			1		1
114	Pesca y captura de peces, crustáceos, moluscos y otras especies	26				26
Mediana Empresa						
431	Comercio al por mayor de pescados y mariscos		1			1
114	Pesca y captura de peces, crustáceos, moluscos y otras especies	4				4
Grande Empresa						
114	Pesca y captura de peces, crustáceos, moluscos y otras especies	1				1
Total		**158**	**1**	**24**	**14**	**197**

Fuente: Elaborado con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI, 2018.

Nota: Clasificación de las empresas con base en la Ley de Competitividad Art. 3 Fracciones IX, X, XIII, la clasificación del PIB Y SCIAN.

Del Universo de las 197 empresas; clasificadas en Micro, Pequeña, Mediana y Grande, dedicadas a las actividades pesqueras, solo dos cuentan con las características que se requiere para la agroindustria alimentaria pesquera según la FAO. Desde la obtención de

la materia prima, la transformación del producto; enlatados o envasados de alimentos procesados, y su venta a un mercado específico, dichas empresas son:

- Empacadora de Mariscos y frutas regionales Don Lacho
- Tapesco SA de CV. Comercializadora de Alimentos

Figura 2. Intercambio de los productos derivados de la agroindustria alimentaria pesquera a nivel nacional. Fuente: Elaboración propia según la base de datos elaborada a partir de la encuesta a los empresarios dedicados a la agroindustria alimentaria pesquera.

El comercio a nivel local, nacional e internacional reviste una gran importancia debido al movimiento que genera dentro de la economía local, regional y mundial; por cada transacción que se realice más de un sector se ve beneficiado, al generar un efecto en cascada desde la producción, la comercialización, el traslado, el aseguramiento de mercancías, la nacionalización de estas, y un sinfín de actores económicos involucrados, *ver figura 2*.

Por otra parte, para los productores de bienes, el campo de comercialización se expande, conduciendo a una competencia, donde, el consumidor final se ve beneficiado al contar con un sinfín de alternativas para satisfacer sus necesidades. En esencia el intercambio de bienes, servicios y conocimientos entre diferentes zonas geográficas, son una fuerza que permite el desarrollo económico, y promueve el bienestar de las comunidades locales y de su población, los bienes que se comercializan están constituidos por bienes terminados, intermedios, que sirven para elaborar otros productos y materias primas.

En el presente caso de estudio se presentan las diferentes zonas geográficas en las que existe un intercambio comercial a pequeña y mediana escala a nivel nacional en la zona noreste del país ha existido dicho suceso con la ciudad de Monterrey, Nuevo León, el Sur sureste con los estados de Veracruz y Quintana Roo donde los productos de la agroindustria alimentaria han sido colocados para su venta al público.

A nivel internacional han existido pedidos que se han realizado a los Estados Unidos y Canadá, pero a una escala muy pequeña y sólo fueron en un par de ocasiones para que existiera publicidad de los productos para los mexicanos residentes en esos países.

Figura 3. Intercambio de los productos derivados de la agroindustria alimentaria pesquera a nivel estatal. Fuente: Elaboración propia según la base de datos elaborada a partir de la encuesta a los empresarios dedicados a la agroindustria alimentaria pesquera.

El intercambio a nivel estatal se da por la necesidad de que las personas residentes en Tabasco puedan conocer el producto y exista un intercambio de dos tipos: El primero es para obtener la materia prima que no se obtiene en el municipio este se da en el municipio de Cárdenas en específico en Sánchez Magallanes, lugar donde residen proveedores de ostión. En los municipios de Nacajuca y Centro del estado de Tabasco, la finalidad es comercializar el producto y promocionarlo con la finalidad de posicionarlo para obtener un mayor número de clientes frecuentes, *ver figura 3*.

Figura 4. Intercambio de los productos derivados de la agroindustria alimentaria pesquera a nivel municipal
Fuente: Elaboración propia según la base de datos elaborada a partir de la encuesta a los empresarios dedicados a la agroindustria alimentaria pesquera.

El intercambio dentro del mismo es de uso exclusivo comercial, existen dos restaurantes
que promueven el consumo local de los productos, y es donde se ofrece al público los diferentes productos que se comercializan en las empresas a un precio igual al que se venden en las tiendas físicas y puntos de elaboración del producto, con la finalidad de ayudar a los empresarios locales.

Con la finalidad de posicionarlo para obtener un mayor número de clientes frecuentes en el mismo municipio donde se elabora el producto, existen diferentes lugares donde se recolecta la materia prima pero donde hay un número mayor de viveros de ostión es en las localidades de Chilpetec y Puerto Ceiba pertenecientes a Paraíso, Tabasco.

Vinculación con el sector gobierno:

Tabla 3. Vinculación con Secretarías e Instituciones de Gobierno con base en el tipo de actividad de las empresas dedicadas a la agroindustria alimentaria pesquera.

Nombre de la empresa	**Actividades de fortalecimiento** *de la identidad y el anclaje sociocultural y territorial (colaboración para eventos culturales relacionado con actividad productivas)*	**Solicitud créditos** *o apoyos provenientes de programas gubernamentales*	**Razón principal de la negativa o positiva**
Don Lacho Empacadora de mariscos y frutas regionales "Don Lacho"	SI (Actividades en ferias locales y el festival del ostión)	NO	Alta tasa de interés
Tapesco Comercializadora de alimentos SA de CV	SI (Actividades en la Feria Tabasco 2019 en el parque Dora María y el festival del ostión)	SI (Secretaria de Turismo	Para adquirir o acondicionar las instalaciones productivas.

Fuente: Elaboración propia según la base de datos elaborada a partir de la encuesta a los empresarios dedicados a la agroindustria alimentaria pesquera.

La vinculación con el sector gobierno se dio mediante apoyos a la empresa, *el Tapesco*, quien tuvo efectos positivos en cuanto a cambios y mejoramiento en el servicio al cliente, conservación del mercado actual, ampliación del mercado, el acceso a capacitación del personal e incorporar la tecnología necesaria para el mejoramiento de procesos en otro escenario, en ambas empresas se da principalmente por la participación activa de estas dos empresas en ferias locales y festivales de corte nacional y local.

El principal objetivo es vender el producto y darse a conocer a nivel estatal, puesto que existen personas que desconocen el producto. Mediante el programa de *Jóvenes Construyendo el Futuro la empresa "Don Lacho"* obtuvo la ayuda de cinco aprendices que forman parte actualmente de su fuerza laboral.

Es importante mencionar y no dejar de un lado, la importancia del sector gubernamental en el sector privado ya que el desarrollo económico y social del país es la prioridad del gobierno, pero para hacerlo necesita del concurso del sector privado, principal empleador y productor de bienes y servicios. Y este, para llevar a cabo sus funciones, requiere de un entorno macroeconómico y de negocios conducente al desarrollo de su actividad empresarial. Desde la estabilidad económica hasta las regulaciones para la creación, funcionamiento y disolución de empresas. En la medida que el gobierno, a través de sus políticas públicas, ejerce su papel fundamental con responsabilidad, las empresas también ejercerán el suyo.

Sector poblacional:

Desde el punto de vista económico, el bienestar material o social de la población se mide por la disponibilidad de bienes y servicios y está determinado por el nivel de la actividad económica desplegado por un país, estado o municipio en este caso de estudio. A grandes rasgos, podemos afirmar que la ciencia económica tiene como objetivo comprender el funcionamiento de los procesos económicos y establecer las políticas adecuadas para su expansión a partir del cambio tecnológico y del aumento en la productividad del trabajo, con la finalidad de mejorar el bienestar de la población.

En este sentido, existen 3 grandes grupos importantes de sectores económicos detallados en la *figura 5*, y conocidas en el mundo primario, secundario y terciario que a su vez a nivel nacional se encuentran desagregados en el Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN).

En el SCIAN-México se encuentran por niveles siendo un total 32 grupos o sectores; divididos por niveles agrupando actividades económicas que tienen características comunes o similares.

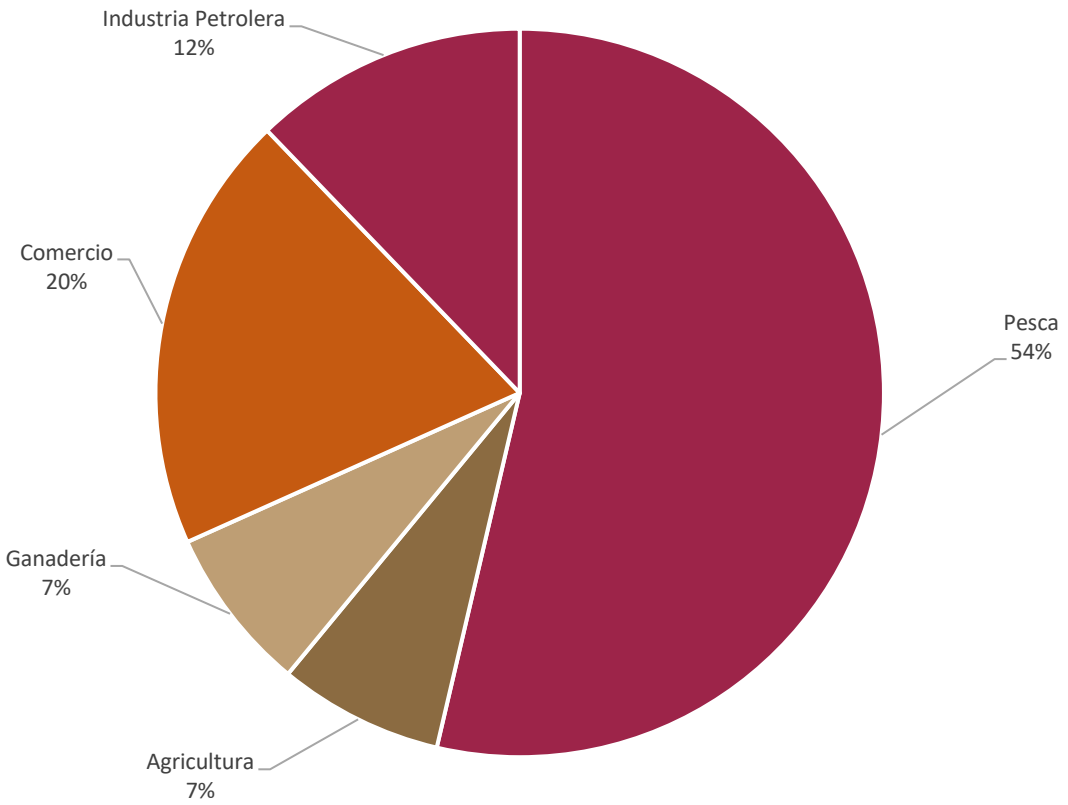


Figura 5. Principales actividades económicas según la percepción de la población cercana a las empresas de la agroindustria alimentaria pesquera.

Fuente: Elaboración propia según la base de datos elaborada a partir de la encuesta a la población a los alrededores de las empresas dedicadas a la agroindustria alimentaria pesquera.

La principal actividad económica es la primaria con alrededor del 68% de la población económicamente activa con una gran proporción en la pesca, posteriormente sigue el sector comercio con un 20% y el 12% en el sector secundario en específico de la industria petrolera. Con base en las observaciones es importante mencionar que la población en su gran mayoría tiene ingresos por debajo de los 10,000 pesos mensuales en promedio, es decir, existe una correlación con el tipo de actividad productiva al que se pertenece.

Un pescador promedio gana alrededor de 5,000 y 7,000 pesos mensuales si es temporada alta puede obtener un margen de ganancia mayor mientras que una persona que

trabaja en el sector petrolero su salario oscila entre los 15,000-40,000 pesos mensuales en promedio dependiendo la categoría, el nivel y la antigüedad que se tenga dentro de las empresas.

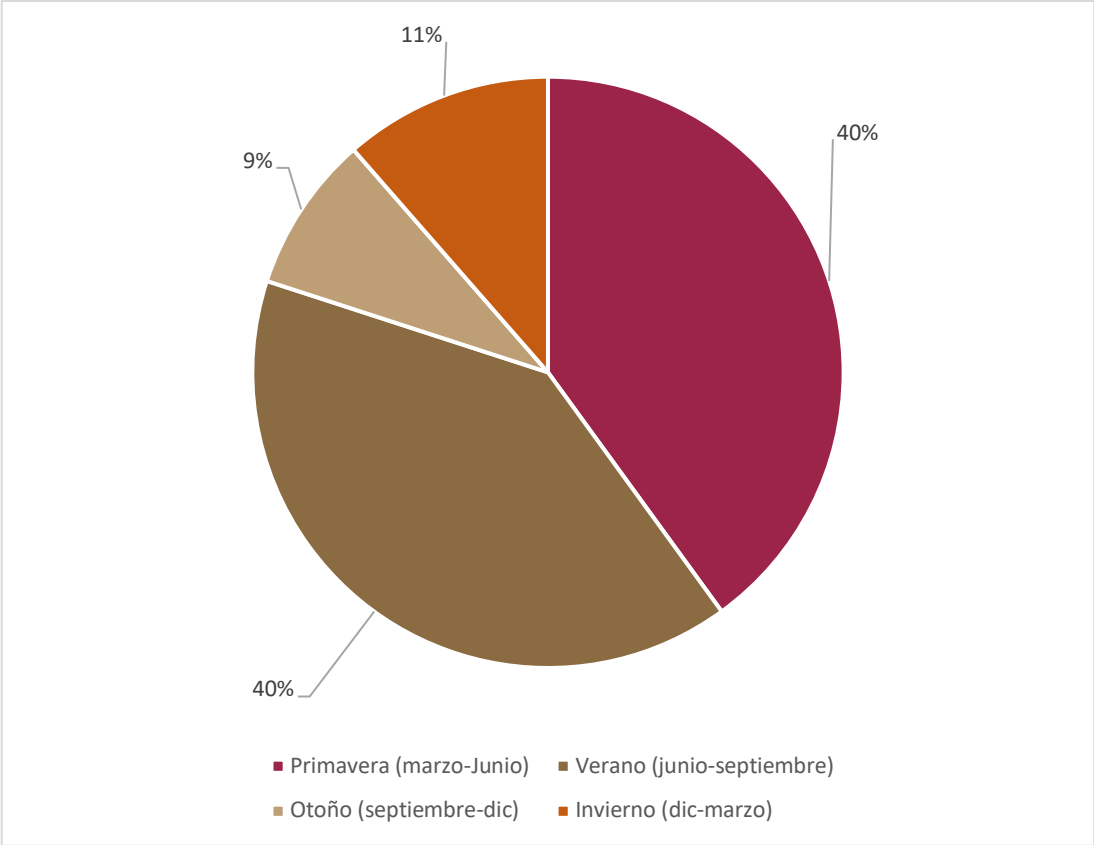


Figura 6. Época del año con mayor producción y ganancias de la población cercana a las empresas de la agroindustria alimentaria pesquera.

Fuente: Elaboración propia según la base de datos elaborada a partir de la encuesta a la población a los alrededores de las empresas dedicadas a la agroindustria alimentaria pesquera.

Haciendo referencia a la figura anterior, es importante mencionar que el ostión es un género de los moluscos, del grupo de los bivalvos, caracterizados principalmente por presentar una concha dividida en dos partes unidas por ligamentos flexibles en la parte exterior y un cuerpo blando y liso por la parte interior.

Su alto valor nutritivo y la facilidad con la que puede ser obtenido lo hace de gran valor para el consumo humano, el cultivo es una actividad de bajo costo de operación y fácil desarrollo en esteros y costas. Para llevar a cabo la ostricultura no se requiere de infraestructura especializada o alimentación balanceada, debido a que los organismos son filtradores. De igual manera, la producción es considerada de bajo impacto para el medio ambiente.

En los mercados locales cercanos a las granjas de producción, existe un consumo continuo del producto, acentuándose en cuaresma y temporadas vacacionales incluyendo fin de año, para el caso de estudio en Paraíso se da en primavera y verano entre los meses de marzo y septiembre. En los mercados de exportación existe una demanda constante del ostión por lo que las temporadas óptimas están en función de los mercados desarrollados para el consumo del producto.

Se estima que existe una alta demanda del ostión en su forma natural que proviene de Baja California, Baja California Sur y el Golfo de California por ser regiones certificadas para la producción de ostión con apego a los requerimientos de la Food and Drug Administration (FDA), lo que otorga una importante ventaja para la exportación. En las centrales de abasto del país, existen ventas constantes todo el año, sin embargo, las mejores épocas de comercialización del ostión son en cuaresma y fin de año.

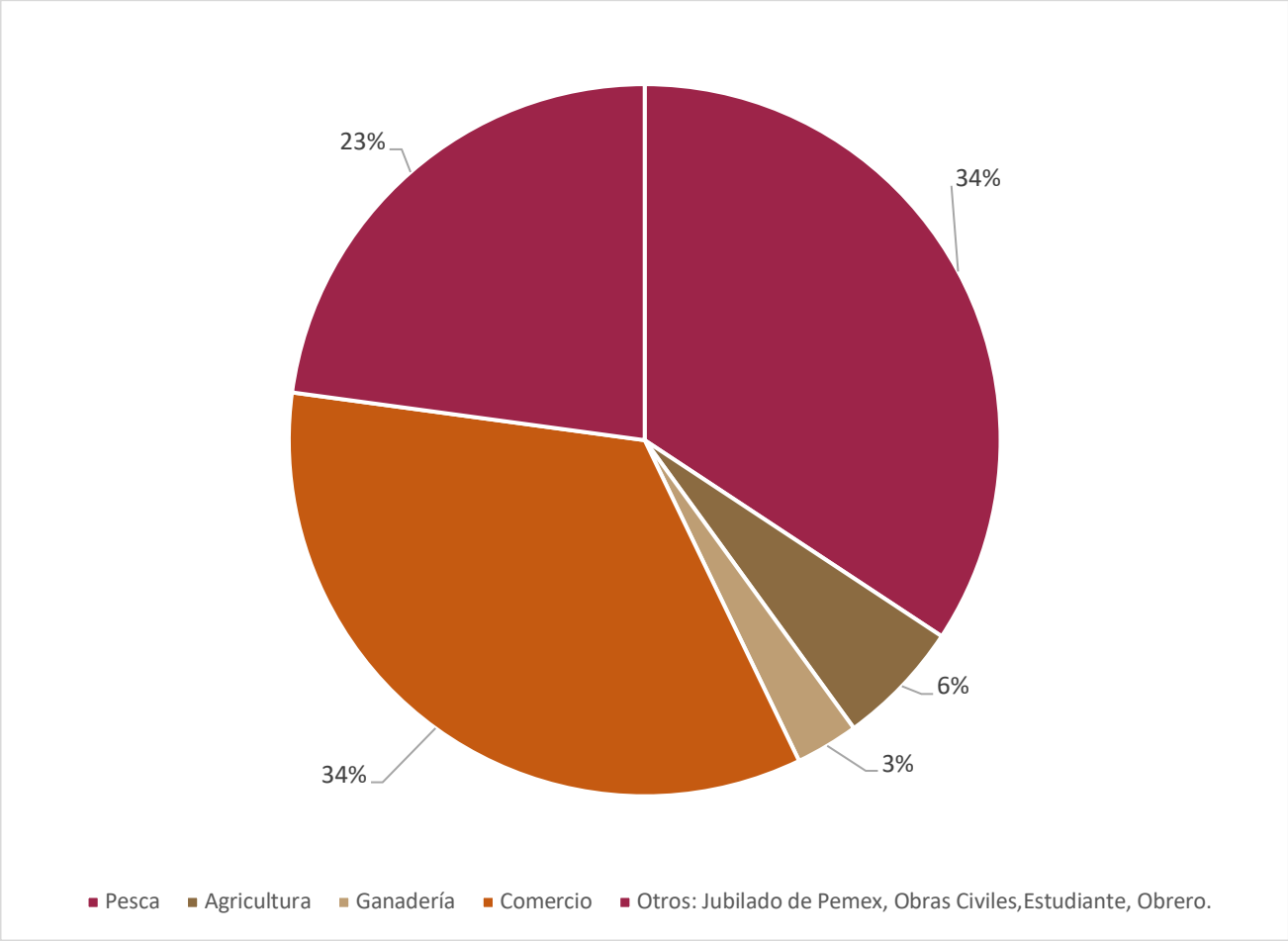


Figura 7. Actividades que realiza de la población cercana a las empresas de la agroindustria alimentaria pesquera para el sostén de sus familias.

Fuente: Elaboración propia según la base de datos elaborada a partir de la encuesta a la población a los alrededores de las empresas dedicadas a la agroindustria alimentaria pesquera.

Como era de esperarse, existe una consistencia entre lo que reporta el INEGI con relación a la producción pesquera que aporta al sector primario, en el municipio, más del 79.21 % del total de este sector; la producción agrícola el 13.74 %; y la pecuaria solo un 7.05 %. Por otro lado, es de especial mención que Paraíso es un municipio pesquero y petrolero. Según datos del INEGI, el municipio aporta a la producción estatal del sector primario más del 45 por ciento de la producción pesquera, un 2.03 por ciento a la agrícola y solo un 0.98 por ciento a la pecuaria.

Tan solo el municipio, en el sector secundario, aporta más del 60 por ciento de la extracción de petróleo y gas natural generado en el estado; un 0.08 por ciento de la producción manufacturera y establecimientos maquiladores; 0.19 por ciento de electricidad y agua, y un 0.06 por ciento de la industria de la construcción. En cuanto al sector terciario, a nivel estatal, el municipio aporta el 1.09 por ciento al comercio; el 0.69 por ciento a los servicios de transporte y comunicación; y más del 70 por ciento a servicios privados no financieros.

Con referencia al producto:

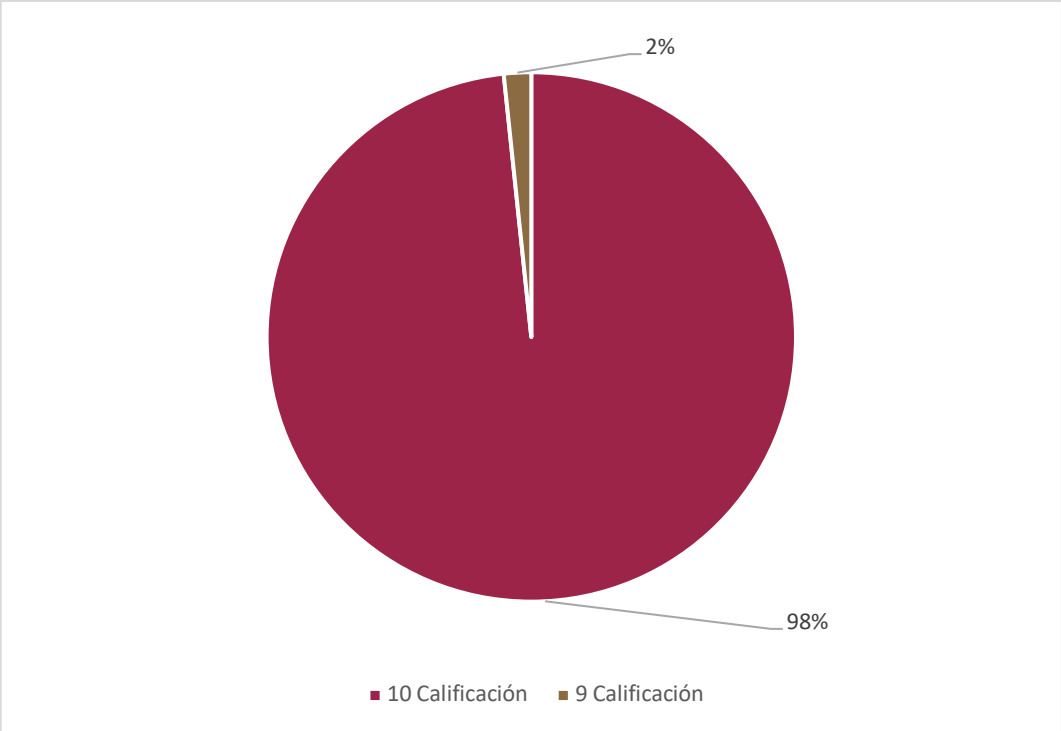


Figura 8. Calificación al producto según la percepción de la población que vive a las empresas de la agroindustria alimentaria pesquera.

Fuente: Elaboración propia según la base de datos elaborada a partir de la encuesta a la población a los alrededores de las empresas dedicadas a la agroindustria alimentaria pesquera.

El análisis y la observación de la población cercana con relación al producto es muy favorable para ambas empresas ya que se cuenta con una perspectiva positiva del producto,

pero también es importante mencionar que asumían que el precio-calidad era justo, es decir, los costos de la producción son altos y por esa razón tienen un rango de precio entre los 100-150 pesos mexicanos, mismo que para la población local podría ser lujo comprarlo de forma regular. En la siguiente gráfica se podrá apreciar con mayor claridad ese efecto en la frecuencia del producto.

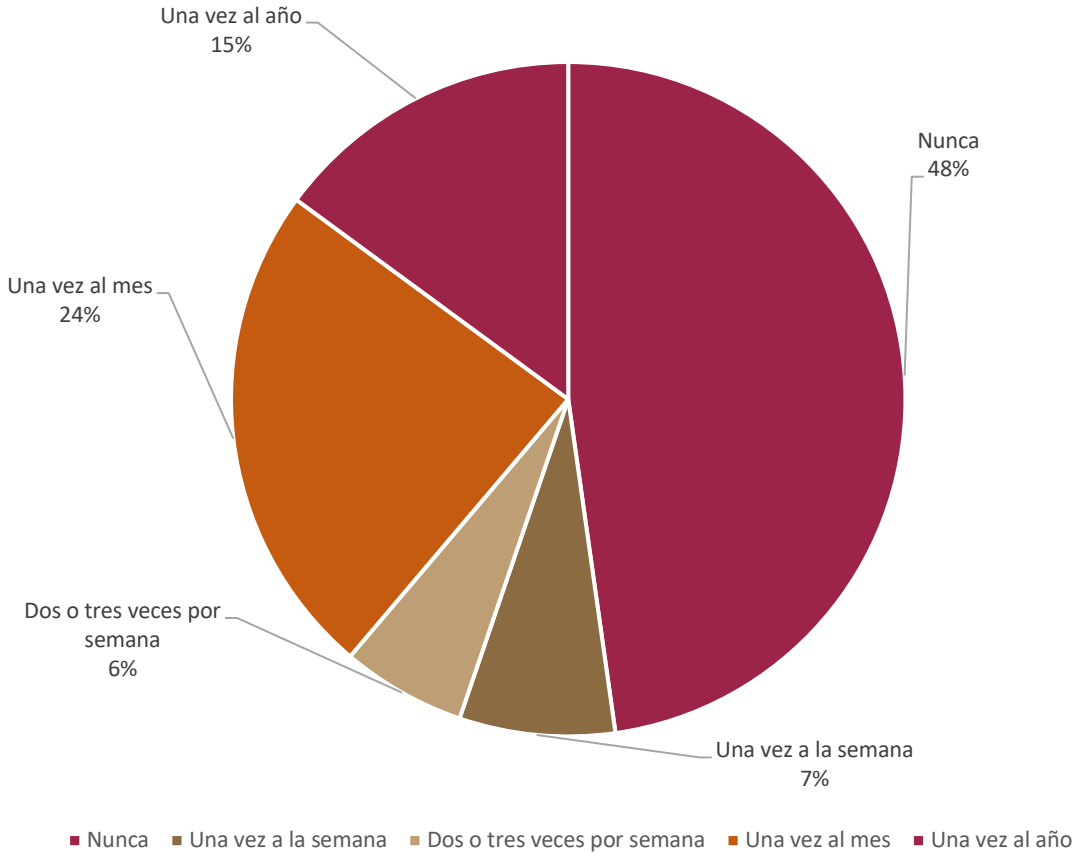


Figura 9. Frecuencia del consumo del producto en la población que vive a las empresas de la agroindustria alimentaria pesquera.

Fuente: Elaboración propia según la base de datos elaborada a partir de la encuesta a la población a los alrededores de las empresas dedicadas a la agroindustria alimentaria pesquera.

Para el caso del análisis de la frecuencia del consumo se les atribuyen a dos aspectos fundamentales el precio de venta al público y la estrategia de marketing para posicionar al

producto. Como se puede observar en la gráfica el 48% de la población no lo conoce y por esa razón no lo consume y la población que lo consume lo hace una vez al mes y entre una a tres veces por semana en un porcentaje del 37% y otro parte de la población muestra lo consume una vez al año.

Recursos Naturales:

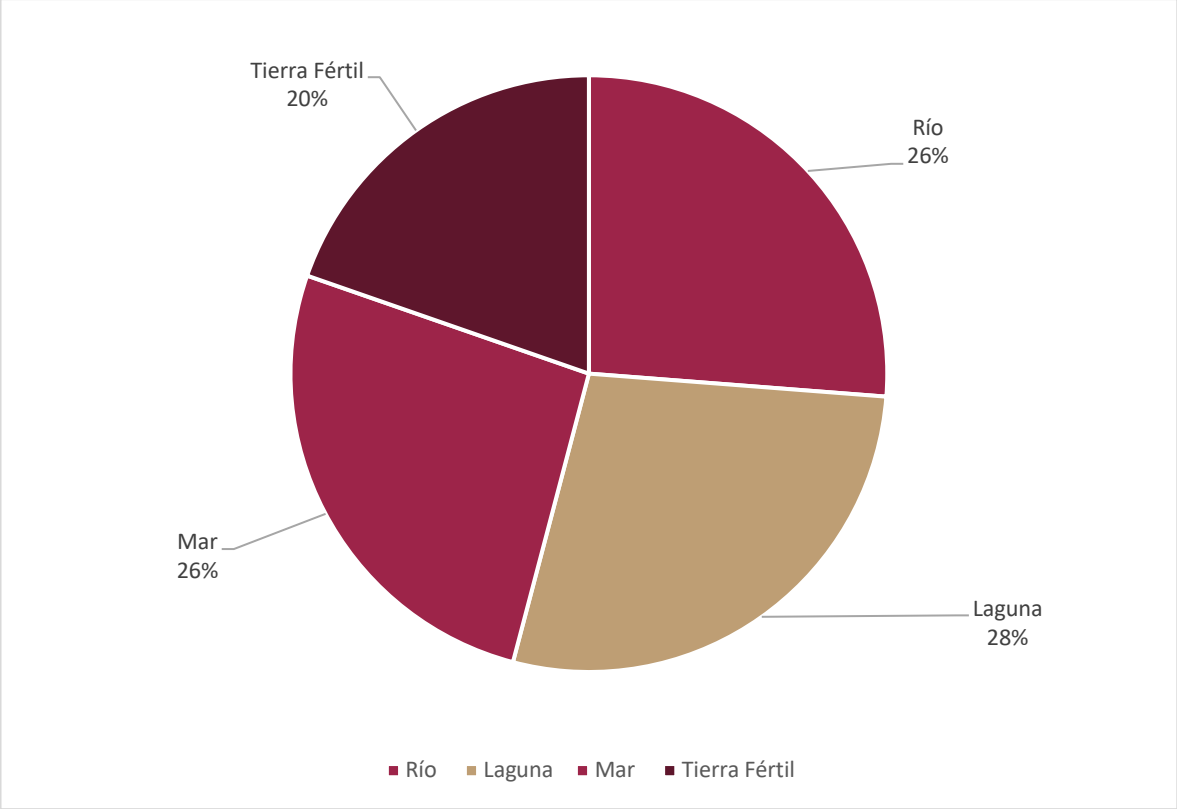


Figura 10. Recursos naturales con los que cuenta la población que vive a las empresas de la agroindustria alimentaria pesquera.

Fuente: Elaboración propia según la base de datos elaborada a partir de la encuesta a la población a los alrededores de las empresas dedicadas a la agroindustria alimentaria pesquera.

Paraíso cuenta con una importante zona lacustre, destacando la laguna de Mecoacán, la cual se encabeza como una de las primeras productoras nacionales de ostión, *ver figura 10.*

Se hallan también otras de menor importancia, como las lagunas de Tupilco, Puente de Ostión, La Encerrada o Amatillo, Tres Palmas, El Estero, El Zorro, Arrastradero, Las Flores, Lagartera, Tilapa, Manatí y El Eslabón.

Análisis de factibilidad con base al mercado actual y nacional:

Para realizar este apartado fue necesario analizar el precio de la principal materia prima y los eslabones de producción para ello se elaboraron una serie de análisis, *incluidas en tablas 4,5,6,7,8 y 9*, haciendo énfasis en un análisis cuantitativo de la capacidad enfocada en cuatro variables funcionalidades internas de las empresas, la capacidad de aprendizaje, vinculación y el territorio.

Posteriormente, se elaboraron propuestas basadas en técnicas exitosas a nivel nacional en Baja California y Sonora con especialistas dedicados a la investigación e innovación del ostión.

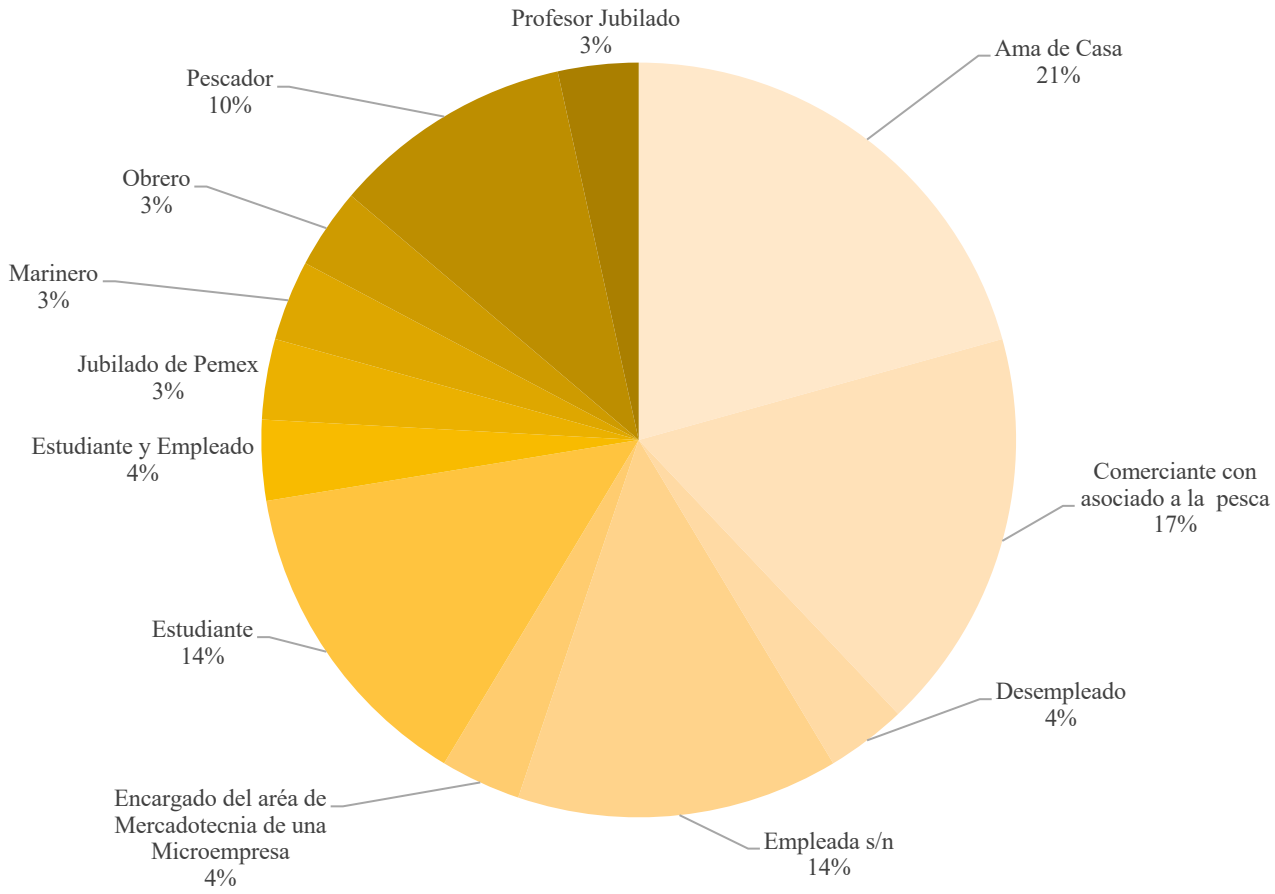


Figura 11. Perfil de consumidores actuales.

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada en Tabasco.

Nota: 70 pesos el valor del costal de arpilla del ostión o menos, dependiendo del productor o proveedor y los costos por la cantidad.

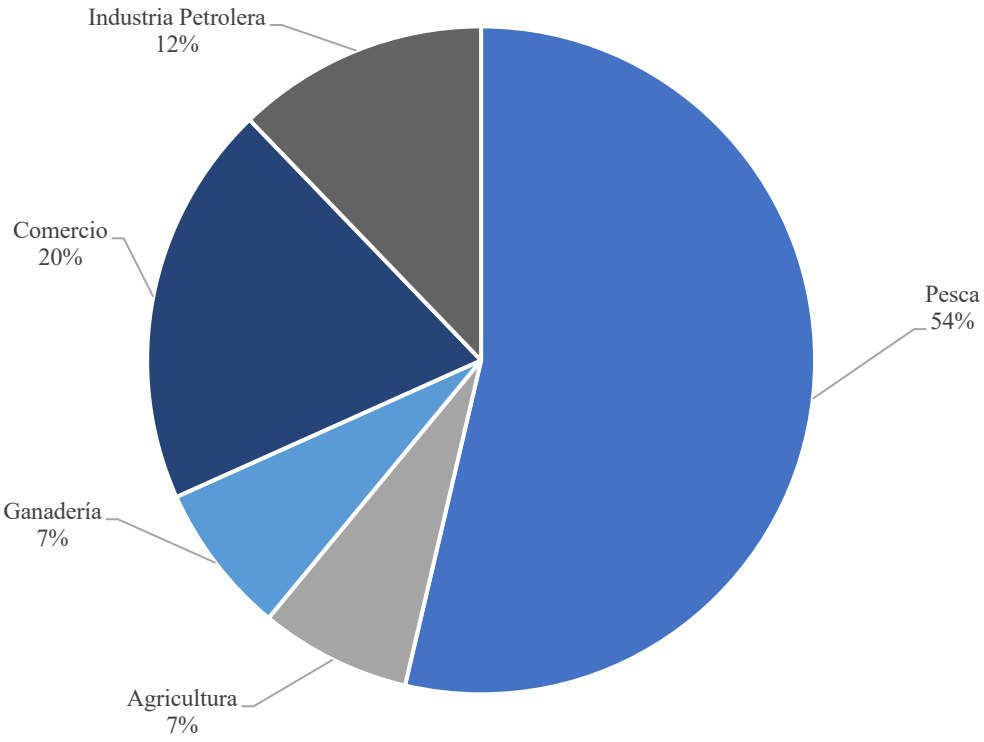


Figura 12. Fuentes de ingreso de las personas que lo consumen.

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada en Tabasco.

El análisis de los consumidores se basó en dos elementos claves el tipo de consumidor y la fuente de ingresos de este el 27% de las personas que consumen el producto están asociados a la actividad pesquera, posteriormente al comercio, seguido de la industria petrolera, es importante reconocer el poco conocimiento del producto en lugares cercanos como Chiltepec. Es muy conocido en Puerto Ceiba, pero haciendo un balance del precio dado al público y los niveles socioeconómicos que presentan ciertas villas y poblados es normal que desconozcan el producto ya que es un bien no indispensable para su canasta básica.

Tabla 4. Los precios identificados de las presentaciones actuales

Eslabón	Tipos de precios	Tipo de ostión	Precio en moneda nacional y dólares (US)	Cotización de economías de escala
Eslabón producción	Precios directos al consumidor	Ostión fresco vivo en concha	Entre $18.00 y $30.00 la docena	No
	Precios a intermediarios	Ostión fresco vivo en concha	Entre $18.00 y $24.00 docena	No
	Precios a distribuidores o tiendas de la región	Ostión fresco vivo en concha	$30.00 docena	No
	Precio a plantas de empacado	Ostión fresco vivo en concha	$22.00 docena	No
Eslabón de industrialización	Precios para restaurantes de la región	Ostión fresco vivo en concha	Entre $27.00 y $70.00 docena puesto en restaurante	Descuento entre el 17% y 58%.
	Precios de exportación	Ostión fresco vivo en concha seleccionado y empacado	US $3.30 docena	No
	Precios para restaurante	Ostión fresco vivo en concha seleccionado y empacado	Entre $30.00 y $90.00 docena puesto en restaurante	Descuento entre el 17% y 50%
Eslabón de comercialización		Ostión desconchado en frasco para venta a granel	Entre $25.00 y $18.00 el frasco de aproximadamente 500 ml y peso drenado de 350 grs.	Descuentos a partir de los $5,000 pesos de compra.

	Ostión desconchado en frasco, certificado	$20.00 el frasco de aproximadamente 500 ml y peso drenado de 350 grs.	No
Precios en el mercado	Ostión desconchado en frasco para tiendas de autoservicio	Entre $ 20.00 y $20.00 el frasco de aproximadamente 500 ml y peso drenado de 350 grs.	No
	Ostión desconchado en bolsa	$1.56 docena	No
	Ostión fresco vivo en concha	Entre $68.00 y $80.00 docena	No
	Ostión fresco vivo en concha, en arpilla	$4.56 docena	No
Precios en restaurantes de la región	Ostiones preparados	$90.00 media docena de ostiones (tamaño mediano) preparados	No
Precios de comercializador a mayoristas	Ostión fresco vivo en concha	$60.00 docena	No
Precios de comercializador a restaurantes	Ostión fresco vivo en concha	Entre $65.00 y $70.00 docena	No

Fuente: Elaboración propia conforme las entrevistas realizadas a proveedores y productores locales de ostión.

Tabla 5. Tiempos de entrega requeridos de cada presentación actual y potencial en los mercados conocidos y desconocidos

Eslabón de origen	Presentaciones de ostión	Eslabón de destino	Tiempo promedio de producción (cultivo)	Tiempo promedio de industrialización	Tiempo promedio de comercialización	Tiempo requerido de entrega
Producción	Ostión fresco vivo en concha	Consumidor directo a pie de playa Consumidor directo Para industrializadores Intermediarios y comercializadores Restaurantes de la región	10-12 meses	No aplica	1-2 días	10 meses, 3 días
Industrialización	Ostión fresco vivo en su concha	Para mercado de exportación	10-12 meses	1 día para cosechar, limpiar, seleccionar y empacar 12 a 24 hrs. para congelación	De acuerdo con los pedidos	12 meses, 2 días
Comercialización	Ostión fresco vivo en concha	Consumidor directo y/o intermediarios				
	Ostión desconcha	Consumidor directo y/o intermediarios		1 día para cosechar,		

do en frasco			limpiar y		
Ostión desconchado en frasco, certificado	Consumidor directo y/o intermediarios	10-12 meses	empacar 12 a 24 hrs. para congelación	2 a 5 días	10 meses, 7 días
Ostión desconchado en bolsa	Consumidor directo y/o intermediarios				
Ostión desconchado por kilo	Consumidor directo y/o intermediarios				

Fuente: Elaboración propia conforme las entrevistas realizadas a proveedores y productores locales de ostión.

Nota: Los tiempos de entrega requeridos se estiman considerando los tiempos de producción, industrialización y comercialización. A demás se estima un tiempo promedio de producción de 10 meses, con excepción de los productos de exportación que requieren ser mínimo talla mediana en adelante.

Tabla 6. Tiempo de producción y capacidad de almacenamiento

Presentación	Tiempo que se lleva para producir una unidad	Capacidad de almacenamiento (instalada)	Capacida de ocupada	Tiempo de conservación
Larva de ostión	6-8 semanas y de 12 a 15 días para tener la primera talla	Larva de ostión: 10 millones	25%	No se debe de conservar
Semilla de ostión con larva nacional	30 días promedio De 12 a 15 días para tener la primera talla	El producto no se almacena, una vez que llega a su talla comercial se vende	No aplica	No hay conservación
Semilla de ostión con larva importada	Producción de lotes cada semana (primera talla)			

Fuente: Elaboración propia conforme las entrevistas realizadas a proveedores y productores locales de ostión.

Tabla 7. Benchmarking de competidores

Entidad	**Total de empresas (competencia)**
Baja California	35
Baja California Sur	19
Campeche	11
Chiapas	22
Ciudad De México	4
Colima	4
Guanajuato	4
Jalisco	8
México	8
Michoacán De Ocampo	3
Morelos	1
Nayarit	2
Oaxaca	2
Puebla	1
Querétaro	1
Quintana Roo	1
Sinaloa	47
Sonora	51
Tabasco	2
Tamaulipas	7
Veracruz De Ignacio De La Llave	50
Yucatán	16
Total	**299**

Fuente: Elaborado con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI, 2018

Tabla 8. Análisis de capacidades en la agroindustria: Tapesco

		Capacidad	Comportamiento del indicador
FUNCIONALES INTERNAS	Enfocado al producto	Agregar valor al producto	Aumentó
		Diseño de producto	Aumentó
		Estandarización y control de calidad	Sin cambios
		Innovación de producto	Sin cambios
		Integración a la cadena productiva	Sin cambios
	Enfocado al proceso	Equipos y procesos	Sin cambios
		Innovación de proceso	Sin cambios
		Estructura y diseño organizacional	Sin cambios
	Enfocado a la organización	Innovación de organización	Aumentó
		Gestión del talento humano	Aumentó
	Enfocado a la comercialización	Establecer estrategias de comercialización	Aumentó
		Innovación de comercialización	Sin cambios
∑Sumatoria			Sin cambios
APRENDIZAJE	Enfocada a la gestión del conocimiento e información	Gestionar el conocimiento tácito a tácito (socialización)	Aumentó
		Gestionar el conocimiento tácito a explícito (exteriorización)	Aumentó
		Gestionar el conocimiento explícito a explícito (combinación)	Sin cambios
		Gestionar el conocimiento explícito a tácito (interiorización)	Aumentó
	Enfocada a las fuentes del conocimiento tecnológico	Aprovechamiento de fuentes del conocimiento	Aumentó
∑Sumatoria			Aumentó
VINCULACIÓN	Enfocado a la vinculación con actores del sistema	Vinculación con la estructura productiva	Aumentó
		Vinculación con la estructura científico-tecnológica	Aumentó
		Vinculación con la estructura gobierno institucional	Aumentó

∑ Sumatoria			Aumentó
TERRITORIO	Enfocada al impulso de elementos identitarios	Construcción de la identidad territorial	Aumentó
	Enfocada al impulso de acciones colectivas	Acción colectiva estructural	Aumentó
		Acción colectiva funcional	Sin cambios
	Enfocada a la Multifuncionalidad del espacio	Adopción de prácticas no alimentarias	Aumentó
∑Sumatoria			Aumentó

Fuente: elaboración propia con base en entrevistas a los diferentes actores de la cadena productiva.

Tabla 9. Análisis de capacidades tecnológicas en la agroindustria: Tapesco

		Capacidad	**Comportamiento del indicador**
FUNCIONALES INTERNAS	Enfocado al producto	Agregar valor al producto	Aumentó
		Diseño de producto	Aumentó
		Estandarización y control de calidad	Sin cambios
		Innovación de producto	Aumentó
		Integración a la cadena productiva	Sin cambios
	Enfocado al proceso	Equipos y procesos	Sin cambios
		Innovación de proceso	Aumentó
		Estructura y diseño organizacional	Sin cambios
	Enfocado a la organización	Innovación de organización	Sin cambios
		Gestión del talento humano	Aumentó
	Enfocado a la comercialización	Establecer estrategias de comercialización	Aumentó
		Innovación de comercialización	Aumentó
∑Sumatoria			Aumentó
APRENDIZAJE	Enfocada a la gestión del conocimiento e información	Gestionar el conocimiento tácito a tácito (socialización)	Aumentó
		Gestionar el conocimiento tácito a explícito (exteriorización)	Sin cambios
		Gestionar el conocimiento explícito a explícito (combinación)	Sin cambios
		Gestionar el conocimiento explícito a tácito (interiorización)	Sin cambios

	Enfocada a las fuentes del conocimiento tecnológico	Aprovechamiento de fuentes del conocimiento	Sin cambios
∑Sumatoria			Sin cambios
VINCULACIÓN	Enfocado a la vinculación con actores del sistema	Vinculación con la estructura productiva	Disminuyó
		Vinculación con la estructura científico-tecnológica	Sin cambios
		Vinculación con la estructura gobierno institucional	Aumentó
∑Sumatoria			No aumentó
TERRITORIO	Enfocada al impulso de elementos identitarios	Construcción de la identidad territorial	Sin cambios
	Enfocada al impulso de acciones colectivas	Acción colectiva estructural	Sin cambios
		Acción colectiva funcional	Sin cambios
	Enfocada a la Multifuncionalidad del espacio	Adopción de prácticas no alimentarias	Sin cambios
∑Sumatoria			Sin cambios

Fuente: elaboración propia con base en entrevistas a los diferentes actores de la cadena productiva.

VI. DISCUSIÓN

Es importante mencionar que existen varios factores que propician una influencia directa en el desarrollo endógeno dentro de las empresas y dentro de la red de personas que contribuyen al labor de impulsar la agroindustria ostrícola en el municipio de Paraíso, además, de establecer una vinculación directa con otros actores, tales como: empresa competencia, proveedores, productores, el sector gubernamental e incluso universidades a través de la investigación y el conocimiento dado a personas para establecer líneas de investigación sobre el ostión.

La vinculación viene a jugar papel sumamente importante y presente en las relaciones internas del sistema agroindustrial estudiado, y especialmente en los casos de estudio aquí referidos, ya que ésta genera redes de confianza que favorece el aprendizaje a distintos niveles; aun cuando, en el caso de las anteriormente analizadas los procesos de vinculación

entre empresas y el mismo gobierno pueden llegar a ser insuficientes, no lo es así con otros actores sociales que dependen de esta actividad económica para vivir, en muchos casos como su fuente de ingreso principal y secundario, además, las investigaciones que preceden se puede observar que este sector tiene una amplia colaboración para el desarrollo de capacidades tecnológicas.

En el caso de la agroindustria alimentaria ostrícola en México, esta se presenta como un proceso de transición de la clase productora a una nueva estructura del empresario y el pescador; el productor rural industrial, quien cultiva el ostión. Este agente interviene en todas las etapas de la cadena productiva que va desde la producción, la transformación industrial para la generación de valor e incluso la comercialización del producto terminado. El empresario local muestra un sentido de organización que en un primer momento se da bajo alguna figura jurídica, fiscal o sin ninguna de las anteriores. Este modelo de empresas familiares del sector primario fortalece la premisa de que las familias que se dedican a la actividad pesquera no desaparecen como forma productiva, sino que genera una dinámica de tradición y actualidad, garantizando de esta forma la existencia de sus formas de antiguas de producción, transformación y consumo de alimentos tradicionales de un territorio en específico.

La revalorización productiva del ostión como producto pesquero constituye una estrategia para contribuir a la atención del problema actual en el municipio de Paraíso que es el desempleo, coadyuvar al mejoramiento de los ecosistemas ambientales e impulsar los territorios de producción por medio de la agregación de valor que la dinámica agroindustrial proporciona. Así mismo, las derramas económicas, tecnológicas y sociales que la actividad agroindustrial pesquera genera favorecen el desarrollo de los territorios donde la pesca es parte de su tradición, identidad y eje primordial de su actividad económica, como es el caso del municipio de Paraíso en el Estado de Tabasco.

VII. CONCLUSIONES

Al estudiar la agroindustria alimentaria ostrícola es fundamental para elevar la calidad de los habitantes de la zona geográfica de estudio y todos los actores que participan en la

cadena productiva, debido a que se fomenta la interacción con los territorios, se respetan las tradiciones y costumbres de esta región, las estrategias para el desarrollo local mejoran las capacidades internas de las empresas locales que pueden generar empleos y ventajas competitivas no solo a nivel local sino estatal y también a largo plazo a nacional además de ser económicamente viables para las empresas, generar los vínculos claves con el sector social; Organizaciones No Gubernamentales (ONG), secretarías gubernamentales dedicadas a la generación de proyectos y aportación al sector pesquero en temas de tecnificación y sobre todo el ser sustentable porque actualmente, no existe la sobreexplotación del ostión y no se piensa en el corto plazo agotar los recursos sino utilizar técnicas para que se preserve la especie en el largo plazo en la localidad.

VIII. PROPUESTAS

Desde la perspectiva de las oportunidades, se puede exponer que las áreas de oportunidad de la agroindustria alimentaria ostrícola son amplias y vastas, ya que, como se mencionó con anterioridad, el precio medio pagado por tonelada del ostión genera beneficios económicos para productores primarios y cuando este se transforma y se vende se triplica, no solo por la agregación de valor sino por el hecho de que la agroindustria pesquera en específico el caso del ostión es económicamente viable; lo que puede ser un incentivo para la integración de más productores y proveedores a la dinámica productiva. Sin embargo, sin un mercado alimenticio que modifique la demanda, conozca el producto, los precios en el mediano plazo podrían verse amenazados dando como resultado una contraria aumento del precio y disminución de ventas del producto.

IX. REFERENCIAS

Alburquerque, & Pérez. *(2013). El desarrollo territorial: Enfoque, contenido y políticas. UNAM. Retrieved from http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/downloads/2013/09/EL-ENFOQUE-SOBRE-EL-DESARROLLO-TERRITORIAL-doc-Mesa-de-Programas.pdf*

CONAPESCA. (*2017). Estadísticas de Producción Pesquera. Tabasco: CONAPESCA. Retrieved from https://www.conapesca.gob.mx/wb/cona/estadisticas_de_produccion_pesquera*

DENUE. *(2020). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Retrieved Septiembre 21, 2020, from http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/*

Hernández, Fernández, & Baptista. (2014). Metodología de la Investigación (6 ed.). D.F, México: Mc Graw Hill.

Vázquez, A. *(1997). ¿Crecimiento endógeno o desarrollo endógeno?, en Cuadernos del Claeh. Scielo (78-79), 111-128.*

INEGI. *(2010). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Retrieved from http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=est&c=7082&e=&i=*

INEGI. *(2017). Anuario estadístico y Geográfico de Tabasco. Retrieved Septiembre 23, 2018, from http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/anuarios_2017/702825095123.pdf*

INEGI*. (2017). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Retrieved Septiembre 1, 2018, from http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=27*

INEGI. *(2018). Información para la actualización e incorporación de unidades económicas al DENUE. México: INEGI. Retrieved from http://www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/341*

Vázquez, A. *(1997). Crecimiento endógeno o desarrollo endógeno. Montevideo.*

Vázquez, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. Investigaciones Regionales (11), 183-210. Retrieved from http://www.redalyc.org/pdf/289/28901109.pdf

Análisis y Estudios para el Desarrollo Turístico Sostenible

LA MERCADOTECNIA DIGITAL COMO HERRAMIENTA DE CONECTIVIDAD EN LAS HACIENDAS CACAOTERAS DE TABASCO

Claudia Fabiola Ávila Guzmán, María Ydolina Rosales Pérez,
Sara Trejo González.

I. RESUMEN

La mercadotecnia digital representa actualmente una de las principales herramientas de comercialización de productos en ambientes digitales, por lo que es importante conocer los usos y aplicaciones que se pueden desarrollar en las empresas locales, en este estudio, se analiza su aplicabilidad a las haciendas chocolateras ubicadas en el municipio de Comalcalco, Tabasco; las cuales se caracterizan por la elaboración de productos derivados del cacao, y que tienen como misión rescatar y dar a conocer nuestros valores culturales, folklóricos y artesanales, así como la preservación, fomento y conciencia ecológica de nuestro medio ambiente, con énfasis en regenerar las últimas plantaciones del cacao criollo.

Un problema que se identificó en las chocolateras es que la publicidad que están utilizando no está de acuerdo a las tendencias que rige al mercado actualmente, lo cual genera que los clientes no conozcan a las empresas y la variedad de productos que producen a base del cacao. El objetivo de este proyecto es proponer un plan de medios para las haciendas chocolateras, que les permita ampliar su mercado a otros municipios del estado de Tabasco, identificar nuevos mercados y atraer clientes potenciales, fieles con la marca y el producto, incrementando con ello sus ventas.

Para la elaboración de este estudio, se realizó una revisión bibliográfica exhaustiva en donde se identificaron elementos clave para el desarrollo de propuestas mercadológicas apropiadas, considerando el tipo de producto y el mercado al cual se dirige, pudiendo desarrollar un plan de medios que permita el incremento de las ventas y el posicionamiento de las marcas chocolateras en el estado y fuera de él. Al aplicar el plan de medios, se pudieron

determinar aplicaciones digitales de gran impacto para estas empresas en el manejo de las marcas y sus productos.

Palabras Clave: *Mercadotecnia, Plan de medios, Haciendas cacaoteras.*

II. INTRODUCCIÓN

Durante mucho tiempo la mercadotecnia ha sido considerada un elemento clave dentro de la administración y organización de una empresa, ya que el uso de esta hace sostener un mercado propio donde se promueven productos y/o servicios, aprovechando métodos creativos y estratégicos que son difundidos en diversos medios masivos de comunicación, al igual que poder posicionarse en la mente de los consumidores, ya que permiten verificar y evaluar los resultados ya sean buenos o malos hablando en términos monetarios.

Este estudio tiene por objetivo elaborar un plan de medios digitales para dar a conocer o describir actividades mercadológicas aplicadas dentro y fuera de una empresa, y así poder descifrar el impacto y alcance que esta tuvo en el mercado al que se dirigió, mediante esa información se lleva a cabo una serie de procedimientos que puedan evaluar y/o comparar actividades realizadas y así considerar desde otra perspectiva si se continúan haciendo o más bien se convierten en gastos o un costo para la empresa.

El presente trabajo propone el desarrollo de estrategias mercadológicas elaboradas para el mercado meta al que se dirigen las Haciendas Chocolateras de Tabasco, muestra los datos generales de la organización; así como, las estrategias creativas para la mejora de estas empresas.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Elaborar una propuesta de plan de medios que defina las mejores estrategias de comunicación para publicitar los productos que ofrecen las haciendas chocolateras de Tabasco, con el propósito de captar nuevos clientes y aumentar sus ventas.

Objetivos específicos

- Desarrollar propuestas de publicidad en los medios de comunicación.
- Diseñar propuestas de anuncios publicitarios impresos y para uso exterior.

IV. MATERIALES Y METODOS

La investigación es de tipo mixta en la cual se utiliza más de un método para obtener resultados. En su mayor parte, esto involucra el desarrollo de investigaciones combinando una metodología cuantitativa con una cualitativa, para así obtener resultados más extensos.

Este trabajo fue elaborado bajo la metodología de investigación mixta, ya que comienza con un planteamiento del problema que demanda claramente el uso e integración de los enfoques cuantitativo y cualitativo. Con base al libro de Metodología de Investigación de Roberto Sampieri (2014), se realizó una observación en la publicidad de la empresa, para así tener una recolección de datos que nos ayudarían a profundizar en el tema.

Posteriormente, se identificaron los medios de comunicación como las redes sociales y los anuncios publicitarios impresos y exteriores que fueron lo óptimos para que la publicidad de la empresa pueda circular entre el mercado. Para realizar este proceso, se tomaron en cuenta los datos de la localización geográfica donde se encuentra ubicada la empresa, para tener contacto directo con su mercado meta y obtener información relevante en cuanto a la definición de los medios óptimos.

Dentro de los medios a analizar se encuentran los digitales, tales como: las redes sociales, debido a que estas son una de las herramientas que utilizan los representantes de ventas de la empresa, contienen funciones para medir el alcance de las publicaciones, el tránsito en las redes y conocer la interacción de nuestro mercado objetivo y meta, así mismo, como la concentración de ventas y seguidores.

Se realizó la recopilación de las herramientas que se utilizarían para obtener buenos resultados durante toda la investigación. Las herramientas que se utilizaron fueron las siguientes:

- Redes sociales: Facebook, Facebook Marketplace e Instagram IGTV
- Las páginas web
- Marketing en sitios web

Se realizó una investigación de las funciones de las redes sociales de Facebook e Instagram IGTV y lo que ofrecen estas aplicaciones. Una de las herramientas es el diseño de medios y anuncios publicitarios impresos y exteriores, el cual es un excelente medio para distribuir los mensajes publicitarios ya que los diferentes competidores de las fábricas de chocolate no implementan esta estrategia publicitaria.

Marco Teórico

Plan de medios

Un plan de medios está dentro de las muchas estrategias necesarias que el marketing aporta a las empresas para llevar a cabo una campaña de publicidad o comunicación en los medios óptimos de acuerdo al giro de la empresa que lo aplicará. Y lo podemos definir como la acción de analizar y seleccionar al público objetivo, canales, medios y plazos para llevar a cabo la campaña.

Distintos estilos de vida precisan de estrategias de mercadotecnia y de medios que respeten a los consumidores, no tanto por lo que estos tienen en común sino por la forma en que son únicos. De manera que la tendencia hacia una mercadotecnia más segmentada y el empleo de medios de interés especial no solo continuará, sino aumentará.

Investigación de medios

El autor Russell (1993), señala que el grupo de investigación de medios dentro del departamento tradicional es por lo general, el componente más pequeño de todos. En las agencias modernas, el investigador de medios está dedicado a reunir, coordinar e interpretar investigaciones sobre los medios masivos de comunicación, y no se encarga de la realización de estudios primarios.

Independientemente de cómo se obtengan los datos de la investigación, el investigador de medios apoya las decisiones que tomen tanto los planificadores como los compradores de medios, proveyéndolos de la información necesaria para tomar sus decisiones.

Otro papel que funge el grupo de investigación de medios es el de mantener a la empresa y a los clientes al tanto de los cambios y las tendencias que afecten a los medios. El responsable de investigación puede operar en un departamento central dentro de la compañía o estar asignado a los grupos de medios de comunicación que hacen las compras de diversas marcas o clientes.

Características de los medios

Según Russell (1993) tal como lo indica con anterioridad, una de las principales labores del planificador de medios es la de determinar los vehículos que comunicarán de mejor forma los mensajes del anunciante a un costo eficiente. Con el fin de lograr esto, tanto los planificadores de medios como los compradores de los mismos deben conocer con profundidad las diversas características, positivas y negativas, de cada uno de los medios masivos de comunicación.

Los componentes del plan de medios

El autor Russel (1993) dice que a pesar de que es necesario un conocimiento pormenorizado de las características de los diversos medios publicitarios para desarrollar un plan de medios éste es tan sólo el primer paso en la planeación de medios.

Un plan de medios está conformado de muchos elementos, además de un análisis descriptivo de los diversos medios. Aunque no existe un formato único, los siguientes elementos se encuentran en la mayoría de los planes de medios:

- Una descripción del público meta al que se dirige la publicidad
- Requisitos de comunicación y elementos creativos
- Geografía: ¿dónde se distribuye el producto?
- El presupuesto
- El calendario de medios

Estos componentes se aplicarán para la elaboración del plan de medios en los términos de diseño que se abordarán en el concepto de la investigación.

La importancia de su aplicación en una empresa

En la actualidad el marketing es una herramienta que toda empresa desea aprovechar por su importante optimización en ventas y publicidad, es raro encontrar una empresa que no vea el valor de publicarse en al menos uno de los canales sociales claves. Pero aun así hay marcas que subestiman su efectividad.

El plan de medios es una pieza fundamental que tiene como finalidad optimizar el recurso financiero del inversor (empresa), en publicidad.

Las consecuencias de las actividades a realizar traen beneficios que no cualquier empresa puede alcanzar simplemente esperando que sucedan. Para su desarrollo se debe tener en cuenta cuatro factores muy importantes que le otorgan a la empresa diversas ventajas en su promoción.

Dirección: El plan de medios nos otorga una guía y alarma para lograr el éxito, con esto nos referimos que a través del plan de comunicación podemos concretar objetivos y saber cómo alcanzarlos sin arriesgarnos a perderlo todo. Los orienta a definir cuáles son los canales óptimos que debemos utilizar para llegar a nuestra meta.

Resultados: Desarrollar un plan de medios permite pensar y por lo tanto la creatividad estará presente en todo momento. La creatividad marca la diferencia, muestra una visibilidad por encima de todo. El plan básicamente estará enfocado a mostrar una visualización de lo que se espera y qué hacer para poder obtenerlo.

Cuestionamiento: La formulación de estrategias en un plan de medios es una de las cosas que deja en la empresa mejores beneficios puesto que son las mismas estrategias mejor pensadas para que la empresa avance de la mejor manera, en el manejo más productivo de recursos, así como en los tiempos que se le dedicará a la campaña.

Motivación: El impulso que dan los pequeños grandes logros son muy importantes para mantener el ánimo intacto de una empresa, se cree que lo que con el deseo se hace bien se logra.

V. RESULTADOS

Las Haciendas Chocolateras se dedican a la producción y comercialización de productos derivados del cacao tales como: golosinas, confitería con chocolate, chocolate para mesa, coberturas de chocolate, materia prima, bebidas en polvo, chocolates para ocasiones especiales, chocolates semi procesados y artesanales, son orgánicos y 100% de origen mexicano.

Manejan una extensa cartera de productos de diferentes tamaños y precios, desde el más pequeño que es una barra de chocolate de 20 gramos, manejan diversidad de sabores en combinación de chocolates, chocolate blanco, chocolate amargo, chocolate con avellanas entre otros, donde la empresa se enfoca principalmente en la calidad de sus ingredientes.

A continuación, se presentan algunos productos que algunas Haciendas Chocolateras manejan:

Fuente: Elaboración propia

Medios

A las Haciendas chocolateras se les propone realizar anuncio publicitario que se llevará cabo y se exhibirá por medio de:

- **Flayer:** Es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles y en el cual se anuncia, solicita, cuestiona o hace constar algo. Su mensaje es breve y conciso, por lo cual se diferencia del tríptico y del folleto, las medidas que se utilizarán para que se lleve a cabo este tipo de medio es de 14 x 21.5 cms (media carta) pero debes darle

0.5 cms de rebase x lado para evitar que llegue a salir con bordes blancos o de otro color.

- **Vallas publicitarias:** Las vallas publicitarias son anuncios de gran magnitud que se encuentran a la intemperie, generalmente se instalan a una altura considerable en lugares estratégicos para que el público los pueda ver desde larga distancia hasta su aproximación al anuncio, la cual se llevaría a cabo con una dimensión de 3 metros de alto por 8 metros de ancho.

Anuncio publicitarios impresos y exteriores

El anuncio publicitario es un mensaje que se hace con la intención de que las personas puedan conocer un producto, hecho, acontecimiento o algo similar, por eso, es que los anuncios publicitarios forman parte de las compañías, debido a que los anuncios están vinculados con un propósito convincente y están encauzados a la promoción de artículos y servicios.

La publicidad impresa es una forma de publicidad que utiliza medios impresos físicamente, como vallas, revistas y periódicos. El propósito es alcanzar a consumidores, clientes comerciales y prospectos.

A continuación, se presentarán las medidas correspondientes al diseño de un flyer.

Propuesta de diseño de publicidad impresa (Flyer) es de 14 x 21.5 centímetros (media carta)

14 centímetros largo

21.5 centímetros largo

Fuente: Elaboración propia

Propuesta de diseño publicidad exterior

La publicidad exterior es aquella que utiliza lugares públicos para desarrollarse y va dirigida a un público determinado.

Está formada por carteles, vallas publicitarias, rótulos luminosos, banderolas, mobiliario urbano y todos aquellos soportes que se instalan en lugares públicos o donde se desarrollan espectáculos, eventos culturales, encuentros deportivos o simplemente de zonas con mayor tránsito de personas.

Para la propuesta de publicidad exterior se usará la misma imagen, pero con medidas correspondientes a una valla publicitaria de 8x3 metros.

8 metros de largo

3 metros de ancho

Fuente: Elaboración propia

La idea de llevar a cabo el objetivo planteado es que los clientes puedan identificar los productos de las Haciendas Chocolateras, con uno o dos atributos de los mismos, estos pueden ser identificados de acuerdo con los deliciosos sabores que pueden encantar al paladar de sus clientes, de igual manera la buena consistencia y textura de la marca, la calidad, entre otros más.

Este tipo de objetivo se puede asociar con el nombre de la marca, dando referencia a que es una Chocolatera de calidad, y que sus productos están elaborados de la mejor manera, de modo que se puedan fusionar estos dos aspectos.

Publico Meta

El público meta de las Haciendas Chocolateras, está conformado por familias que se encuentren en la etapa de nido completo y que cuentan con un nivel económico regular, el consumidor tendría una edad entre 18 y 29 años y de 30 a 40 años, son quienes tienen una edad considerable para tomar sus propias decisiones y tienen el poder monetario para realizar la compra. De igual manera los niños de entre 8 a 17 años quienes no tienen el poder monetario, pero influyen en la toma de decisiones.

Sus ingresos son de nivel regular en promedio a los $6,000.00 pesos mensuales, ya que de acuerdo con esa cifra tienen mayores oportunidades de ser usuarios que adquieran los productos con regularidad tomando en cuenta el tamaño de la familia, ya que de acuerdo con el nivel socioeconómico uno de sus principales gastos es la educación de los hijos, lo que indica que los niños interactúan por medio de los padres al momento de adquirir algunos productos.

Geografía

Las Haciendas se encuentran ubicadas en Comalcalco, Tabasco, México, en zonas geográficas fascinantes, llenas de costumbres y tradiciones arraigadas, ya que es una región que conserva intacto sus orígenes ancestrales en el cultivo del cacao, la elaboración del chocolate casero tradicional y actualmente una manera industrial y un lugar perfecto para la implantación del cacao criollo.

El municipio de Comalcalco se caracteriza por ser un lugar en donde abunda mucho el cacao, el 27 de junio del 2016 fue llamado Comalcalco, con aroma a chocolate, y una ruta chocolatera representada por tres haciendas llamadas: Hacienda Jesús María, Hacienda La Luz y Finca Cholula, estas haciendas son responsables en gran medida del cultivo y cosecha del cacao, para así poder producir y comercializar la gran variedad de chocolates orgánicos artesanales y productos similares derivados del cacao.

Uno de los objetivos principales de las haciendas, no es solo vender sus productos en las zonas más cercanas, si no que estos puedan venderse en los distintos municipios del estado de Tabasco, así como preservar nuestra cultura local.

En la siguiente imagen se muestra el alcance que se desea tener en las haciendas para poder vender sus productos y con la finalidad de que el mensaje llegue en su totalidad a las localidades aledañas.

Fuente: Elaboración propia

Alcance

El mensaje propuesto tendrá un alcance únicamente para las zonas cercanas de Comalcalco, Tabasco, tomando en cuenta los municipios de los alrededores, con la finalidad de ser reconocidos a nivel estatal, para tener una efectividad y que las personas vean la publicidad en los medios impresos, Flyer y exteriores y así se vayan familiarizando y conociendo la empresa.

Haciendas Cacaoteras

Existen tres grandes Haciendas Cacaoteras en el municipio de Comalcalco, Tabasco:

- Hacienda La Luz
- Hacienda Jesús María
- Finca Cholula

Actualmente ellos utilizan medios de comunicación en redes sociales y páginas web, por lo que tienen un gran impacto en sus ventas, además de ser chocolateras muy reconocidas lo que les permite tener mayor cobertura en el mercado, dichos competidores no cuentan con la realización de medios impresos y anuncios publicitarios en exterior, solo han desarrollado medios publicitarios como lonas, carteles y banner, algunos de ellos son colocados en el interior y exterior de los puntos de ventas, lo que sería una gran ventaja para las Chocolateras, el poder extender su marca en varios puntos estratégicos en diferentes municipios y otros en sus redes sociales y páginas web como método creativo

La mercadotecnia directa tiene el objetivo de ganar clientes y fomentar la fidelidad de los mismos, de manera que el propósito es que los clientes repitan la compra o mantengan la adquisición permanente de un producto o servicio. La mercadotecnia directa también es considerada un sistema interactivo de mercadotecnia que utiliza uno o más medios publicitarios para conseguir una determinada transacción económica, que es susceptible de medición.

Tabla 2. Propuesta de Marketing Online

PROPUESTA	
Marketing Online	Implementar estrategias de marketing online, en donde se use como herramienta las redes sociales, como lo puede ser una página de negocios en Facebook e Instagram, esto para promover la empresa como comercializadora de productos de chocolates orgánicos 100% derivado naturalmente del cacao, mediante publicidad, fotos y videos de la actividad que se realiza. Así generar contacto con posibles clientes nuevos y de igual forma comunicar posibles promociones de venta.

Redes sociales

El Facebook es una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad, a través del cual muchas personas muestran sus intereses, gustos, estilos de vida. Este medio fue creado con el objetivo de conocer un poco más acerca del consumidor potencial, además de dar a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa, con ello se puede lograr vender los productos, haciendo publicidad atractiva, es decir, postear las mejores imágenes que puedan

tener de los productos para que estas sean llamativas y atraigan al consumidor. Otro aspecto importante que debe acompañar las imágenes de los productos es una breve descripción de este para que los clientes puedan conocer el tipo de insumo con que se fabrica el producto, además de los beneficios que estos le otorgan para su mayor satisfacción.

Facebook es un medio masivo que constituye una alternativa que consideran muchas empresas cuando se trata de participar en las redes sociales con la idea de "montemos una página en Facebook para darnos a conocer", pensando que es publicidad gratuita.

Para que el esfuerzo de mantener una página y la dedicación que requiere liderar una comunidad sea redituable, lo primero es tener claro qué espera que le aporte su página de Facebook y cuál es el papel dentro de su estrategia de negocio.

Generar prospectos

Con una página de Facebook se puede construir paulatinamente una base de datos de personas interesadas en su producto/servicio, de manera que pueda seguir en contacto y estar presente cuando sea el momento de que tomen la decisión de compra.

Fortalecer la relación con clientes actuales.

El que alguien ya sea cliente no es garantía de que seguirá siendo cliente. Como en el amor, la relación debe cultivarse todos los días y para eso una página de Facebook es una excelente herramienta. Aunque seguramente su comunidad estará conformada mayoritariamente por personas que aún no son clientes, también tendrá una buena porción de clientes actuales, para quienes estar al tanto de sus novedades y de su valioso contenido les confirma que tomaron la decisión correcta.

Incrementar el tráfico en la página web.

Una página de Facebook es un medio, no un fin. Es un poderoso medio de interacción, pero su finalidad (desde el punto de vista empresarial), es generar clientes potenciales. Es por eso que el siguiente paso para las Haciendas Chocolateras, en muchos casos será movilizar personas hacia su página web, el centro de operaciones donde tiene más información de valor y donde el visitante podrá dar el siguiente paso que lo acercará a una compra futura.

En otras palabras, una página de Facebook le permite exponerse a su mercado objetivo. Como dijimos si bien no es gratis, pagar para atraer fans y luego para promover su contenido, es una forma efectiva y accesible de construir una comunidad de prospectos calificados.

Una página de Facebook es una poderosa plataforma de marketing, pero tiene que usarla de la manera correcta, para los objetivos planteados y con el contenido adecuado. El gran beneficio de tener su página y crear una comunidad alrededor de ella es que está creando su propia "cartera" de clientes potenciales que le permitirá siempre tener un flujo constante de negocios en el futuro. Las Haciendas Chocolateras, como Chocolate CACEP, cuentan con página de Facebook, una herramienta útil como plataforma de marketing que le permite exponerse a su mercado objetivo, donde muestra una gran variedad de productos, precios y la elaboración los chocolates. La página de Facebook es muy útil y no genera muchos costos en cuestión de brindar información, imágenes de productos y hasta la venta de tales productos que la empresa oferta en la página de Facebook, pero si la empresa está interesada en impulsar a más espectadores y vender más producto pueden pagar para que Facebook ayude a impulsar las publicaciones y así poder llegar a mas perfiles y a clientes potenciales. Se recomienda utilizar Marketplace en la plataforma de Facebook para poder agilizar la venta de sus productos y poder llegar a más clientes, poder utilizar la venta por Facebook ya que las haciendas utilizan la plataforma de Facebook, pero no como un medio para aumentar las ventas, si no para la publicación de sus productos, ya que en el momento que es lanzado un vídeo, se necesita darle difusión lo antes posible. Es crucial, captar "likes", comentarios, shares y visitas de forma rápida. Si esto es conseguido, la plataforma YouTube recomendará el vídeo y aumentará su difusión de forma viral.

A continuación, se muestran las páginas de Facebook de las diferentes Haciendas Chocolateras**.**

Página de la Hacienda Finca Cholula

Fuente: Elaboración propia

Página de la Hacienda Cacaotera La Luz

Fuente: Elaboración propia

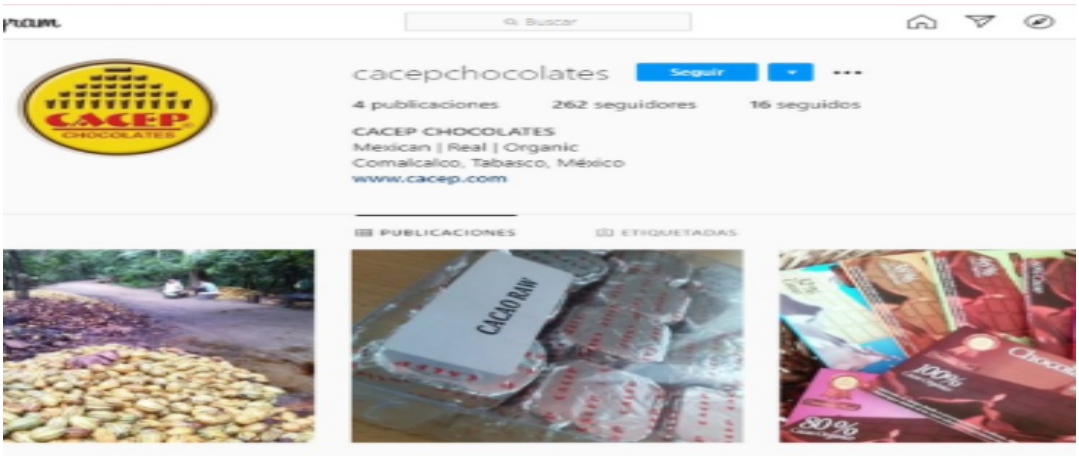
La aplicación es propiedad de Facebook y es además desarrollada en versión web.

Beneficios para las Haciendas

- Posicionamiento (visibilidad en los motores de búsqueda).
- Llegar a usuarios móviles (marketing geo localizado).
- Desarrollar su presencia en las redes sociales mediante el compartimiento de contenidos visuales originales.

- Reunir una comunidad de miembros y seguidores (embajadores de la marca y clientes potenciales).

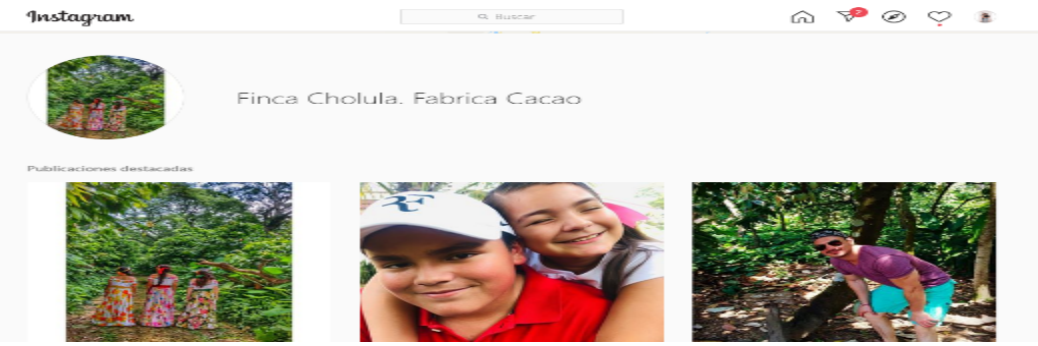
De igual forma se verifica cuantas personas están pendientes de todo lo que es publicado por la empresa y conocer que le gusta y que no le gusta. La Hacienda Chocolatera CACEP, cuenta ya con una página de Instagram donde muestra fotografías de sus productos y la realización de los chocolates, pero carece de trafico de imágenes y publicación ya que aun no es muy utilizada.



Se le recomienda sacar el máximo provecho de la página de Instagram ya que es muy utilizada en estos días, se puede utilizar el modo de página para empresa, que es similar a Facebook, de igual manera gratuita y donde pueden subir videos de sus promociones, puntos de ventas, sus productos y la fabricación de sus productos. Es una plataforma gratuita que permite llegar a más clientes potenciales, puede utilizarse para la venta de productos, para servicios de postventa y para conseguir nuevos clientes. La empresa tiene la ventaja que sus competidores no usan mucho este medio y les permite el incremento de ventas y crear una cartera de clientes.

El **servicio post** venta implica seguir ofreciendo una buena atención al cliente aun después de cerrada la venta. Esto tiene el propósito de mantener una excelente relación con el cliente y es tan importante como ofrecer buena atención antes, durante y después de la venta.

A continuación, se muestra la página de la Finca Cholula, donde muestra solo que tiene imágenes del lugar donde se encuentra y hasta algunos productos, su desventaja es que no le dan mantenimiento y no la utilizan para la postventa.



Fuente: Elaboración propia

Instagram IGTV

Instagram IGTV es una especie de canal de televisión integrado en la red social, donde los usuarios pueden consumir contenidos en vídeo creados por otros. Se puede acceder a ella desde la propia aplicación de Instagram (pulsando en el nuevo icono que aparece al lado de los mensajes directos) o bien a través de una aplicación independiente que se ha creado en exclusiva para IGTV. Para entendernos, sería algo así como Facebook y Facebook Messenger: son aplicaciones diferentes pero complementarias y una está integrada en la otra.

Marketing en sitios web

Este tipo de Marketing Online persigue los sitios web como soporte para la inserción de formatos publicitarios. Es decir, se trata del emplazamiento de publicidad en distintas sedes web. Las sedes web pueden ser las propias de la empresa que ejecutan la acción de marketing o sedes web de otras empresas con las que se llega a determinados acuerdos. Cuando los acuerdos consisten en el intercambio entre empresas de enlaces, banners o cualquier otra clase de anuncios se habla de Bartering, término que en el mundo off-line hace referencia al trueque de espacios del anunciante (Rodriguez, 2000, p.155). pero lo más usual son los acuerdos de inserción de publicidad a cambio de una compensación económica.

VI. DISCUSIÓN

Se realizó una investigación de las funciones de las redes sociales de Facebook e Instagram IGTV, y sobre lo que ofrecen estas aplicaciones. Una de las herramientas es el diseño de medios y anuncios publicitarios impresos y exteriores y es un excelente medio para distribuir los mensajes publicitarios ya que los diferentes competidores de las empresas chocolateras no utilizan esta estrategia de publicidad lo que es ventajoso para las fábricas de chocolate. La eficiencia y la efectividad está totalmente relacionada con el alcance, ya que se conoce cuál es el público total en el que un medio de comunicación realmente llega, con la finalidad de que estos capten el mensaje que se planea transmitir.

VII. CONCLUSIONES

Se determinó que, con el trabajo desarrollado para las Haciendas Chocolateras, que consiste en un plan de medios utilizando las redes sociales como Facebook, Instagram IGTV y páginas web, se permite mostrar a las empresas el sustento teórico y práctico para la elaboración de este plan que le permitirá alcanzar sus metas y objetivos, de tal forma que le ayudará a poder introducirse en el mercado.

Se pudo apreciar a través de este trabajo que su mercado actual y potencial es bastante atractivo, lo que puede traducirse directamente en crecimiento sostenido y rentabilidad positiva por muchos años más dentro del mundo tecnológico actual. Sin embargo, las Haciendas Chocolateras no son muy conocidas

por el mercado al que se dirigen, debido a que no manejan mucha publicidad dirigida a sus consumidores, pues sus páginas web y sus redes sociales no tienen un uso adecuado, ya que no publican constantemente para conseguir nuevos clientes. Como sabemos, actualmente Internet se ha convertido en una forma de dialogo en tiempo real con millones de personas que se comunican entre sí. Esto es lo que se busca lograr a través de este plan de medios.

VIII. PROPUESTAS

Actualizar sus redes sociales constantemente y su página web, si actualizan diariamente su información permitirá que nuevos prospectos conozcan a la organización.

Mantener estos medios con información ordenada, simple y fácil de acceder, es decir, tratar de mantener todo simplista o incluso minimalista con únicamente el contenido más importante en la superficie.

También, utilizar la jerarquía visual, es un término que, básicamente, significa que nuestros ojos presten atención en el espacio web a un cierto patrón, un patrón que puede ayudarte a optimizar el contenido importante en su sitio. La jerarquía visual nos dice que los ojos se mueven de arriba a abajo, de izquierda a derecha (El cerebro humano lee este tipo de contenido en forma de Z).

Facilidad de navegación, la estructura de los menús y la categorización del contenido deben garantizar que los pasos hacia la conversión sean pocos y sencillos. Idealmente, este proceso nunca debe ser superior a tres pasos, y cuanto más claro sea, mejor, ponte en el lugar del usuario y detecta aquellos puntos que puedan confundirlo o hacer que abandone el proceso.

Agregar y distribuir correctamente su información y colores en sus redes sociales como Facebook, también la distribución de su marca y productos por medio de medios publicitarios como lo son por Flyer y publicidad exterior, ya que con estos medios básicos de publicidad podrán llegar a nuevos clientes y a otros municipios del estado de Tabasco.

Es importante recordar que solo se debe de poner el contenido más importante en estos espacios, si se pone demasiado en un solo lugar el visitante se sentirá abrumado y no se obtendrá el resultado esperado. Se debe de evitar los elementos distractores y los colores chocantes también contribuirá a que la experiencia de usuario sea positiva. Siguiendo estos consejos se tendrá una página adaptada a los tiempos que corren, en los que predominan la confianza, lo simple y lo claro.

IX. REFERENCIAS

Carrero López, E. (*1994). Manuel de planificación de medios modernos. Madrid, P.: Adventure works.*

Carrillo V., C. A. *(2005). La Nueva Publicidad Digital. Quito, Ecuador.: Razón y Palabra.*

Chocolates CACEP. (s.f.). Obtenido de https://www.facebook.com/search/top?q=chocolates%20cacep

Actualidad de empresas. *(12 de agosto de 1994). Obtenido de Actualidadeempresas.com/ eficiencia y efectividad en el plan de medios*

Aroma Chocolate, Comalcalco. *(8 de noviembre de 1998). Obtenido de https://travesiasdigital.com/mexico/comalcalco-tabasco-aroma-chocolate*

Baca Urbina, G. *(2013). Evaluación de proyectos. D.F, México: McGraw-Hill.*

Distribución de empresas. (8 de diciembre de 1997). Obtenido de https://www.expansion.com/2010/08/12/empresas/distribucion/1281644833.html

Facebook.com. *(12 de Agosto de 200). Obtenido de https://www.facebook.com/search/top?q=chocolates%20cacep*

Fernando, B. *(1998). La Investigación. Madrid: Pirámide.*

González lobo, M. A. *(1997). Manual de planificación de medios. Madrid, P188.*

Inbound marketing. (12 de abril de 2018). Obtenido de https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/como-hacer-presupuesto-de-marketing-plantilla

Instagram.com. *(3 de octubre de 1998). Obtenido de https://www.cyberclick.es/numerical-blog/instagram-tv-igtv-que-es-y-como-funciona*

Patiño, S. *(junio de 1992). wordpress. Obtenido de https://laweradepubli.wordpress.com/2015/08/05/alcance-y-frecuencia-en-la-planeacion-de-medios/*

Russel, J. T. (*1993). Publicidad. México, México: Prentice Hall Inc.*

Sampieri, D. R. *(2014). Metodología de la investigación. México, D.F.: McGRAW-HILL.*

Solís, L. D. (25 de noviembre de 2019). investigaliacr.com. Obtenido de https://investigaliacr.com/investigacion/marco-metodologico-de-investigacion/

BUENAS PRÁCTICAS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE, MEDIANTE EL USO Y APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS

Rosario del Carmen Suárez Jiménez, Domingo Román Guillén,
Manuela del Socorro Camacho Gómez, Jorge Rebollo Meza.

I. RESUMEN

Este trabajo surge como resultado de la preocupación que conlleva lograr una armonía de turismo sostenible con el entorno del proyecto de infraestructura más importante del gobierno 2019-2024: El Tren Maya. En ese sentido, la investigación se realizó mediante una revisión de las páginas web gubernamentales de sitios turísticos relevantes en cada uno de los 19 puntos establecidos como estaciones, con el objetivo de conocer si en alguno de los sitios web se establecen las buenas prácticas como un sentido de responsabilidad hacia la naturaleza, que promuevan la conservación y no contaminación del medio ambiente.

Se observa que los sitios digitales consultados se enfocan más en ofrecer los servicios que prestan, horarios de acceso, sugerencias de vestimenta, ubicación, imagen gráfica, así como descripción de la historia que representan las zonas arqueológicas, sin encontrar ejemplo de las buenas prácticas que los turistas visitantes deban tener. Entendiendo las buenas prácticas como el conocimiento del comportamiento que se deban saber antes de realizar las visitas. En ese sentido, se busca transmitir la necesidad de incorporar, criterios sostenibles en los puntos turísticos que ayudarán a cumplir la relación de la planeación ambiental del proyecto Tren Maya con su entorno a través de la difusión de dichos criterios mediante el uso de tecnología.

Palabras Clave: *Buenas prácticas, turismo sostenible, tecnología.*

II. INTRODUCCIÓN

Mucho se ha dicho positivamente respecto al cuidado del medio ambiente que el proyecto del Tren Maya tendrá respecto de la realización de la infraestructura como tal, incluso promete elevar las condiciones de vida de quienes viven en el sureste y la península de Yucatán.

En este sentido, el presente documento pone sobre la mesa una propuesta que podrá aplicar el prestador de servicio en los puntos turísticos del entorno situado en las 19 estaciones que tendrá el recorrido de este medio de transporte que unirá los estados de Chiapas, Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo. Si bien, la difusión de los lugares turísticos que giran alrededor de este proyecto son ya sumamente atractivos y se realizan mediante el uso de la difusión de la tecnología, dentro de ellos se requiere impulsar el uso de buenas prácticas que sean empáticas con el modelo turístico que sea elegido amigable con el medio ambiente y los ecosistemas de la región.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Reconocer que el proyecto del Tren Maya incluye una estrategia de mitigación y compensación ambiental en cuanto a su infraestructura, luego entonces realizar esfuerzos conjuntos con los sitios turísticos entorno a los 19 puntos reconocidos como estaciones, para efectos de transmitir mediante el uso de las tecnologías, en términos de sostenibilidad los temas de buenas prácticas y generar en los visitantes un comportamiento humano que se difunda como reglas de visitas.

Promover el desarrollo del turismo sostenible a nivel local, con la ejecución de medidas de gestión sostenible del turismo y la aplicación de actitudes locales a nivel estatal.

IV. MATERIALES Y METODOS

El estudio se realiza a partir de la revisión de los sitios electrónicos de páginas gubernamentales de centros turísticos de mayor atracción por donde, de acuerdo a lo definido por la Secretaría de Turismo (2019) están establecidas las paradas del Tren Maya; que es un

proyecto integral de ordenamiento territorial, infraestructura, crecimiento socioeconómico y turismo sustentable. En este sentido, el enfoque está centrado en las buenas prácticas ambientales, que debe tener el visitante en cada una de las estaciones del recorrido del tren, para que se traduzcan en acciones que mejoren la calidad de vida de los habitantes del lugar y que puedan servir como medidas del comportamiento social y humano. Así también, contribuir a lo que se establece en el numeral 11 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible "Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles".

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo debido a que tiene como finalidad "identificar; básicamente la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones" (Martínez, 2006). En referencia a su alcance es de tipo descriptivo, Rojas (2013) menciona que un estudio será de este tipo cuando sólo pretenda conocer las relaciones y aspectos de los fenómenos que suceden en la sociedad, teniendo como objetivo central estructurar un panorama más preciso de la magnitud del problema o situación, jerarquizar los problemas, derivar elementos de juicio para estructurar políticas o estrategias operativas, conocer las variables que se asocian y señalar lineamientos para la prueba de hipótesis.

V. RESULTADOS

Teniendo como principal objetivo el bienestar social de los habitantes de la Zona Maya. Este transporte conectará las principales ciudades y circuitos turísticos de la región para integrar territorios de gran riqueza natural y cultural al desarrollo turístico, ambiental y social regional, que seguramente incrementarán las visitas teniendo como resultado un mayor impacto en el deterioro de su medio ambiente, sino se toman acciones que mitiguen de manera comunitaria dicho impacto. Por lo anterior, se enlistan por cada sitio electrónico analizado lo observado.

Tabla 1. Principales atractivos turísticos en las ciudades donde hay estación del Tren Maya

Estación	Punto turístico	Hallazgos
1. Palenque	Zona arqueológica Palenque	Descripción de Significado, acceso, importancia cultural, horario, costo de acceso, servicios disponibles, recomendaciones en cuanto a vestimenta.
2. Tenosique	Boca del cerro	Descripción del paisaje, oportunidades de diversión.
3. Balancán	Reserva Ecológica Cascadas Moral – Reforma	Descripción de las características del lugar, fecha de decreto de la reserva ecológica, extensión territorial, actividades que se pueden realizar y ubicación.
4. Escárcega	Jardín Botánico El Tormento	Descripción de las características del lugar, tipos de fauna y flora que se podrá observar, extensión territorial, actividades que se pueden realizar y ubicación.
5. San Francisco de Campeche	Fuerte de San José del Alto	Descripción de la historia del museo, descripción del inmueble, Temáticas tratadas en el Museo de Arqueología Subacuática, horarios, costos, servicios disponibles, recomendaciones en cuanto a vestimenta.
6. Mérida	Puerto Progreso	Descripción de la historia y la ubicación
7. Izamal	Ex convento de San Antonio de Padua	Descripción de la historia
8. Chichén Itzá	Zona arqueológica Chichén Itzá	Descripción de la historia y la ubicación
9. Valladolid	Zona arqueológica de Ek Balam	Descripción de la historia y la ubicación http://www.yucatan.gob.mx/?p=ek_balam
10. Nuevo Xcán	Grutas de Noch Ac Tun	Descripción de la Ubicación e informes de tours, recomendaciones de vestimenta
11. Cancún	Museo Maya de Cancún	Descripción de la Ubicación, accesibilidad, horario

12. Puerto Morelos	Parque Nacional Arrecife de Puerto Morelos	Descripción de la Ubicación, superficie, especies representativas
13.Playa del Carmen	Playa Mamitas	Descripción de la Ubicación, accesibilidad, servicio de guardavida,
14. Tulum	Zona arqueológica Tulum	Descripción del significado, importancia cultural, acceso, servicio disponible en la zona, horario, costos de acceso, como llegar.
15. Cobá	Zona Arqueológica de Cobá	Descripción del significado, importancia cultural, acceso, servicio disponible en la zona, horario, costos de acceso, como llegar.
16. Felipe Carrillo Puerto	Zona Arqueológica Muyil	Descripción del significado, importancia cultural, acceso, servicio disponible en la zona, horario, costos de acceso, como llegar.
17. Bacalar	Laguna de Bacalar	Descripción de las características, atractivos, festividades y ubicación
18. Chetumal	Museo de la cultura maya	Descripción de ubicación, horarios, costos, fecha de fundación y servicios.
19. Xpuhil	Zona arqueológica de Xpuhil	Descripción de Significado, acceso, importancia cultural, horario, costo de acceso, servicios disponibles, recomendaciones en cuanto a vestimenta.

Fuente: Secretaría de Turismo/ https://www.trenmaya.gob.mx/trazo/ y páginas de gobierno de los sitios turísticos.

VI. DISCUSIÓN

Atendiendo los propósitos de la política turística en México establecidas en el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 de abolir la concentración de la infraestructura y los servicios en pocos destinos, particularmente de sol y playa, incluyendo más localidades y fomentando el desarrollo equilibrado de regiones poco atendidas, donde paradójicamente se encuentra la mayor riqueza cultural y natural como es la región sur-sureste de México.

Entre los proyectos regionales más importantes del Ejecutivo Federal en el periodo 2020-2024 y el más relevante compromiso de infraestructura para impulsar el desarrollo

armónico socioeconómico y turístico de la historia del sureste del país, se propuso como compromiso presidencial construir el Tren Maya para comunicar por este medio de transporte rápido y moderno, a turistas y pasajeros que recorrerán esta zona.

En este sentido, la muestra analizada comprende las 19 estaciones que la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) (S.F.), ha publicado serán las que recorrerá la ruta del Trena Maya en los cinco estados del Sureste de México: Chiapas, Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo.

En la región del Sureste Mexicano existe diversidad de servicios de recreación como playas, balnearios, cenotes, parques ecológicos y culturales, museos y zonas arqueológicas que serán visita obligada de los turistas que utilicen el medio del transporte del Tren Maya. La principal y única condición cualitativa, para ser parte del objeto de estudio es que contaran con un sitio electrónico que los promocionará.

La finalidad principal fue identificar si en dichos sitios virtuales de los sitios turísticos expuestos en los resultados de la tabla 1, se localizaban algunas normas, lineamientos o avisos que promovieran las prácticas o comportamientos de los visitantes, acordes a un turismo sostenible, entendidos estos como buenas prácticas ambientales.

Este es el argumento de Silveira (2012 citado en Camacho, Rocha, 2000) las buenas prácticas son un conjunto de pautas y recomendaciones que contribuyen a una mejor calidad de vida en el entorno; aplicadas, principalmente, a través de medidas preventivas que eviten riesgos ambientales asociados a cualquier acción realizada, así como por la ejecución repetida de experiencias positivas que reducen el impacto ambiental de las actividades cotidianas.

Es en este sentido esta investigación, retoma lo expuesto en la ficha técnica del Tren Maya, aspectos legislativos, ambientales, económicos, sociales-culturales emitida por la Comisión de Asuntos Frontera Sur y la Cámara de Diputados de la LXIV Legislatura que señala que existe una demanda potencial del proyecto, por parte del turismo nacional e internacional, ya que, el proyecto del Tren Maya, recorre varios atractivos turísticos: playas, sitios arqueológicos, pueblos mágicos, entre otros., y que como se presenta en la Tabla 1, los servicios de estos atractivos se ponen a disposición en páginas electrónicas de los usuarios finales los turistas.

Se encontró entonces que los 19 lugares, dedican su sitio electrónico a otorgar la descripción geográfica incluyendo su forma de acceso, horarios y servicios que presta. Asimismo, los siete lugares dedicados a la recreación como playas, balnearios y parques naturales enuncian exclusivamente los servicios que prestan haciendo énfasis a su belleza natural y colocando imágenes gráficas. Los 12 lugares culturales describen elementos como historia y su relevancia cultural.

En referencia a modos de conducta o prácticas sostenibles únicamente tres sitios hacen recomendaciones de vestimenta dos correspondientes a espacios culturales y uno a recreación esto lleva a establecer que ningún sitio electrónico promociona o difunde prácticas sostenibles a sus potenciales usuarios quienes podrán realizar un alto impacto ecológico al desconocer algunos comportamientos que podrían prevenir en su posible visita a los lugares.

Por los hallazgos podemos concluir que no existe un criterio general para organizar y promocionar los lugares turísticos, que haga énfasis en el posible impacto negativo de no llevarse a cabo prácticas para un turismo sostenible, se dedican única y exclusivamente a promocionar mercantil y mercadológicamente los lugares sin atender o promover prácticas para el cuidado del medio ambiente. Omitir estas recomendaciones podría fortalecer el impacto ambiental de prácticas no sostenibles.

VII. CONCLUSIONES

El Tren Maya ha sido concebido por el Gobierno de México como un proyecto integral de ordenamiento territorial, infraestructura, crecimiento económico y turismo sostenible que busca el bienestar social de los habitantes de la Península de Yucatán y estados aledaños (ONU, 2020).

Luego entonces, se requiere difundir practicas sostenibles, que permitan mitigar el deterioro ambiental que ocasiona el turismo y una posibilidad para hacerlo es a través de los sitios que ofertan a través del uso de tecnologías servicios turísticos.

El Tren Maya es una gran oportunidad para lograr el desarrollo de la región Sur-Sureste sin embargo, se requiere que su impacto ambiental no solo se observe desde su construcción, sino que se observe de manera holística contemplando aspectos como la

cantidad de visitantes que acudirán a estos sitios de recreación y culturales a partir de formar parte de un corredor turístico.

VIII. PROPUESTAS

- Crear sitios electrónicos que promocionen turísticamente lugares cercanos a las estaciones del tren maya que puedan crecer en atención a los turistas.
- Diseñar un proyecto que estandarice los elementos que debe contener cada sitio electrónico para ser promocionado en México y en el Extranjero.
- Establecer dentro de los elementos de cada sitio electrónico, prácticas sostenibles que coadyuven a una mejor convivencia con el medio ambiente el día de la visita. Por ejemplo, que el turista sepa que únicamente podrá llevar consigo una botella de agua cuando visite la zona arqueológica y recomendar que dicha agua sea llevada en un envase reutilizable y no desechable, sería una gran oportunidad para mitigar el impacto ambiental.
- Crear productos turísticos que en integren varios sitios diversificando la promoción de la recreación (playas, balnearios y parques ecológicos) y los sitios culturales, utilizando el tren maya como medio de transporte.
- Pensar es un distintivo gráfico de buenas prácticas, que genere en el visitante el reconocimiento del cuidado al medio ambiente.

IX. REFERENCIAS

Cámara de Diputados LXIV Legislatura. *(2020, 19 octubre). Ficha Técnica del Tren Maya. Aspectos Legislativos, Ambientales Económicos y Sociales-Culturales. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.trenmaya.gob.mx/wp-content/uploads/2020/06/Ficha-Te%CC%81cnica-Tren-Maya.pdf*

Comisión Nacional de Áreas Nacionales Protegidas. *(2020, 10 octubre). Arrecife de Puerto Morelos. México, D.F. Nombre del sitio URL https://simec.conanp.gob.mx/ficha.php?anp=83&reg=9*

Comisión Nacional Forestal. *(2020, 10 octubre). Un tesoro en la selva. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.gob.mx/conafor/articulos/un-tesoro-en-la-selva*

Gobierno del Estado de Yucatán. *(2020, 10 octubre). Puerto Progreso. México, D.F. Nombre del sitio URL http://www.yucatan.gob.mx/?p=progreso*

Gobierno del Estado de Yucatán. *(2020, 10 octubre). Zona arqueológica Chichén Itzá. México, D.F. Nombre del sitio URL http://www.yucatan.gob.mx/?p=chichen_itza*

Gobierno del Estado de Yucatán. (2020, 10 octubre). Ek Balam. México, D.F. Nombre del sitio URL http://www.yucatan.gob.mx/?p=ek_balam

H. Ayuntamiento de Balancán, Tabasco. *(2020, 10 octubre). Reserva Ecológica Cascadas Moral – Reforma. México, D.F. Nombre del sitio URL http://balancan.gob.mx/reserva-ecológica-cascadas-moral-reforma/*

H. Ayuntamiento de Benito Juárez, Quintana Roo. *(2020, 10 octubre). Museo Maya de Cancún. México, D.F. Nombre del sitio URL https://cancun.gob.mx/cancun/sitios-de-interes/*

H. Ayuntamiento de Mérida, Yucatán. *(2020, 10 octubre). Grutas y Ecoturismo. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.merida.gob.mx/municipio/sitiosphp/merida/php/grutas.phpx*

H. Ayuntamiento de Solidaridad, Quintana Roo*. (2020, 10 octubre). Playa del Carmen, Nuestras playas. México, D.F. Nombre del sitio URL https://turismo-playadelcarmen.gobiernodesolidaridad.gob.mx/principal-playa-del-carmen/playas*

H. Ayuntamiento de Tenosique, Tabasco. *(2020, 10 octubre). Turismo/Visita Tenosique. México, D.F. Nombre del sitio URL https://tenosique.gob.mx/conoce-tenosique/*

Martínez, M. *(2016). Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa 2ª. Ed. Trillas: México, D.F.*

Naciones Unidas. *(2020). El trabajo de la ONU con relación con el Proyecto del Tren Maya. México, D.F.*

Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de Antropología e Historia *(2020, 10 octubre). Izamal. Ejemplo único de unión entre urbanismo mesoamericano y europeo México, D.F. Nombre del sitio URL https://inah.gob.mx/component/content/article?id=5839*

Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de Antropología e Historia (*2020, 10 octubre). Museo de Arqueología Subacuática Fuerte de San José. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.inah.gob.mx/red-de-museos/6885-museo-de-arqueologia-subacuatica-fuerte-de-san-jose-el-alto*

Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de Antropología e Historia *(2020, 10 octubre). Zona Arqueológica de Cobá. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.inah.gob.mx/zonas/515-zona-arqueologica-de-coba*

Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de Antropología e Historia *(2020, 10 octubre). Zona Arqueológica Palenque. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.inah.gob.mx/zonas/163-zona-arqueologica-palenque*

Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de Antropología e Historia *(2020, 10 octubre). Zona Arqueológica de Muyil. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.inah.gob.mx/zonas/100-zona-arqueologica-de-muyil*

Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de Antropología e Historia *(2020, 10 octubre). Zona Arqueológica de Tulum. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.inah.gob.mx/zonas/99-zona-arqueologica-de-tulum*

Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de Antropología e Historia *(2020, 10 octubre). Zona Arqueológica de Xpuhil. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.inah.gob.mx/zonas/71-zona-arqueologica-xpuhil*

Secretaría de Cultura. *(2020, 10 octubre). Quintana Roo/Museos/Museo de la Cultura Maya. México, D.F. Nombre del sitio URL http://sic.gob.mx/ficha.php?table=museo&table_id=106*

Secretaría de Turismo. *(2020, 10 octubre). Bacalar, Quintana, Roo. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.gob.mx/sectur/es/articulos/bacalar-quintana-roo*

Secretaría de Turismo. *(2019). Proyecto Tren Maya, blog. México, D.F. Nombre del sitio URL https://www.gob.mx/sectur/es/articulos/proyecto-tren-maya?idiom=es*

Secretaría de Turismo. (2020, 19 de octubre). FONATUR. Proyecto Tren Maya, blog. México, D.F. Nombre del sitio URL

https://www.trenmaya.gob.mx/trazo/#:~:text=La%20ruta%20del%20Tren%20Maya,19%20estaciones%20y%2013%20paraderos

Secretaría de Turismo. *(2020, 19 de octubre). Programa Sectorial 2020-2024. Gobierno de México, México, D.F. Nombre del sitio URL http://sistemas.sectur.gob.mx/SECTUR/PROSECTUR_2020-2024.pdf*

Silveira-Pérez, Yahilina, & Rodríguez-Clavijo, Yilian, & Ibar-Sánchez, Mirena, & García-Díaz, Maylín (*2012). LA MEJORA CONTINUA DE LAS BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL. Ciencia en su PC, (3),63-78. [fecha de Consulta 19 de Octubre de 2020]. ISSN: 1027-2887. URL https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1813/181324071006*

Rojas, R. *(2013). Guía para elaborar Investigaciones Sociales 38ª. Ed. Plaza y Valdés: México.*

IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

Sara Villegas de la Cruz, Rosa María Martínez Jiménez.

I. RESUMEN

Ante la creciente sensibilidad hacia los problemas ambientales, las empresas se ven obligadas a adecuar sus actividades comerciales de tal manera que sean respetuosas con el medio ambiente. La presente investigación tiene como objetivo reflexionar sobre la importancia que tiene la Contabilidad de Gestión Ambiental (CGA) en las empresas para coadyuvar con el desarrollo sostenible en nuestro entorno globalizado; por lo anterior, el presente estudio es un análisis teórico realizado a partir de la revisión documental. Se encontró que para garantizar la sostenibilidad es necesario incluir dentro de las políticas de las empresas una adecuada Contabilidad de Gestión Ambiental y que tengan bien definidos los costos ambientales para así coadyuvar con el desarrollo sostenible. Asimismo, la Contabilidad de Gestión Ambiental apoya a las empresas a evaluar su desempeño en sostenibilidad. Se propone hacer estudios en relación a este campo, debido a que es necesario evaluar las condiciones ambientales de las empresas en México.

Palabras Clave: *Contabilidad de Gestión Ambiental, Desarrollo Sostenible, Sostenibilidad.*

II. INTRODUCCIÓN

Derivado de los impactos ambientales que las empresas han generado, la Contabilidad de Gestión Ambiental (CGA) ha cobrado relevancia durante los últimos años debido a que busca organizaciones sostenibles (Christ y Burritt, 2015). Esto es a causa de que investigadores y movimientos ecologistas han sabido colocar a nivel mundial los problemas ambientales. En los años 70 se presentaron los primeros indicios de protección al medio

ambiente como respuesta a los problemas ambientales que estaban surgiendo por la explotación irracional de los recursos por parte de las organizaciones (De la Rosa, 2011).
Los problemas ambientales se han reconocido en cumbres internacionales, en 1968 se conformó el club Roma, comprometido con la investigación, en 1972 presentó el informe "Los límites al crecimiento" en la conferencia de Estocolmo convocada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Ahí se reconocieron los derechos ambientales y los 26 principios rectores para afrontar la crisis ambiental. Posteriormente se llevó a cabo la cumbre de la tierra de 1992, donde inicialmente se propuso a los gobiernos reflexionar acerca de las acciones frente a los cambios climáticos y la relación que esta situación tiene frente al desarrollo económico de los países.

Desde ese momento surgieron diversos programas, cambios en políticas y tácticas para promover hábitos y costumbres que procuren realizar las actividades comerciales de una manera más sostenible. La contabilidad, no es ajena a esta problemática y está explorando las diversas posibilidades que existen entre el medio-ambiente y lo contable a través de la Contabilidad de Gestión Ambiental (Rodríguez, 2011; Montoya 2014)

Paul Ekins, profesor del University College de Londres (UCL) y director del Centro Británico de Investigación en Energía (Silva, 2012), indica que la revolución verde es necesaria y la agricultura es el sector más importante y primordial que se debe enverdecer primero, con alimentos totalmente orgánicos y ocupando la energía con biomasa para su misma producción, esta tecnología ya se está logrando en Europa.

En el actual mundo Globalizado podemos encontrar innumerables empresas desde PYMES a multinacionales que no son reciprocas con el medio ambiente, podemos observar en la sociedad la falta de empeño por abordar esta problemática.
En las empresas, en la sociedad y en la economía se ocupa a la contabilidad para informar a través de los estados financieros; en la estructura de la contabilidad tradicional no se relacionan los aspectos financieros con los ambientales, la Contabilidad Ambiental tiene limitantes de normatividad. Actualmente la normatividad utilizada son las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), es difícil contar con un sistema de

Contabilidad Ambiental único y generalmente aceptado por todas las empresas. (Muñoz, 2014)

Se requiere de una contabilidad especializada en la gestión ambiental, que permita incorporar la Contabilidad Ambiental a la gestión de su empresa, proporcionando valor y beneficios mejorando los procesos y reduciendo la cantidad de residuos, mejorando la utilización de recursos y coadyuvando al desarrollo sostenible.

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

La presente investigación tiene como objetivo reflexionar sobre la importancia que tiene la Contabilidad de Gestión Ambiental (CGA) en las empresas para coadyuvar con el desarrollo sostenible en nuestro entorno globalizado.

IV. MATERIALES Y METODOS

El presente estudio es un análisis teórico realizado a partir de la revisión documental sobre el papel que juega la Contabilidad de Gestión Ambiental para el desarrollo sustentable, estudiando la vinculación entre lo contable y la sostenibilidad, observando sus limitantes.

V. RESULTADOS

El ámbito del desarrollo sostenible puede dividirse, conceptualmente, en tres partes: ecológica, económica y social. Esta última se considera por la relación entre bienestar social, medio ambiente y bonanza económica. El triple resultado es un conjunto de indicadores de desempeño de una organización en las tres áreas. (Palma y Marlene 2018)

Hay estudios realizados sobre la vinculación faltante de la Contabilidad de Gestión Ambiental con la Sostenibilidad, S.Chaltegger, citado por Delphine y Simón (2018) sostiene que la CGA se centra en cuestiones del entorno natural y pasa por alto aspectos de la sostenibilidad social, falta colocarla más en el contexto de las situaciones ecológicas como los nueve límites planetarios siguientes: cambio climático, uso global de agua dulce, contaminación química, ciclo del nitrógeno, ciclo del fósforo, acidificación de los océanos,

pérdida de biodiversidad, cambio de uso de la tierra, el agotamiento de la capa de ozono estratosférico y la carga de aerosoles atmosféricos. Asimismo, concluye que uno de los vínculos más importantes para la sostenibilidad es la contribución clave en ayudar a traducir y desglosar los objetivos a nivel macro en objetivos de nivel corporativo y planes de acción gerenciales que reduzcan la insostenibilidad.

Una organización enfocada en la sostenibilidad implica el estudio de seis factores que influyen positivamente en la práctica de la CGA en las empresas: 1) La exigibilidad del gobierno ante la aplicabilidad de la sustentabilidad en las corporaciones: 2) El interés de las partes interesadas (sociedad, empresa y gobierno); 3) Las estrategias ambientales positivas; 4) Las expectativas de la comunidad; 5) La red de educación profesional; y 6) La situación financiera que permite llevar a cabo planes y programas especializados en el desarrollo de la sustentabilidad.

De todas ellas, la exigibilidad del gobierno es la que guarda mayor impacto en la adopción de la CGA en las empresas. Se ha encontrado que la eficiencia ambiental tiene impacto positivo en la eficiencia financiera, debido a que la CGA está encaminada hacia el desarrollo sostenible. Las soluciones innovadoras para reducir la contaminación ambiental pueden promover la rentabilidad de las empresas. (Huu, Nguyen y Phan, 2019).

Estamos conscientes que el incremento en la población y la globalización de los negocios ocasiona una mayor exigencia de intercambio de productos y un mayor uso de nuestros recursos naturales, estamos de acuerdo de que hay limitantes y que hay factores que no permiten que la sostenibilidad tome relevancia para la CGE por lo que se requiere de profesionales que se anticipen a estos cambios

VI. DISCUSIÓN

Hasta ahora en México, los esfuerzos para alentar a las organizaciones a emprender la presentación de informes ambientales y de informes para la sostenibilidad no ha tenido éxito a pesar de ser esenciales y viables. Aún no existen normas que exijan a las corporaciones informes sistemáticos y generalizados sobre la Contabilidad de Gestión Ambiental. Sin embargo, debe existir en todas aquellas empresas que estén estrechamente

relacionadas con el uso del ambiente para su bien común, esto significa que todos los sectores deben involucrarse en su aplicabilidad. Las empresas turísticas, agroindustriales, petroquímicas, que hacen más uso de los recursos naturales deben promover una contabilidad especializada que se enfoque en la sostenibilidad social.

VII. CONCLUSIONES

Para garantizar la sostenibilidad es necesario que se incluya dentro de las políticas de las empresas la contabilidad de gestión ambiental y para que definan sus costos ambientales y así coadyuvar con el desarrollo sostenible. Asimismo, la Contabilidad de Gestión Ambiental apoya a las empresas a evaluar su desempeño en sostenibilidad generando mayor posicionamiento como empresa Socialmente Responsable.

VIII. PROPUESTAS

Se considera que se debe fomentar una mayor investigación en el trabajo de los ecosistemas que tenga en cuenta la Contabilidad de Gestión Ambiental para el desarrollo sostenible dentro de un territorio determinado, haciendo hincapié en una forma conectada de controlar o gobernar la sostenibilidad compartida entre ciudades, municipios, ciudadanos y sus organizaciones empresariales. Se propone hacer estudios de campo en relación a la CGA para el desarrollo sostenible, debido a que es necesario evaluar las condiciones reales de las empresas en México. Para el profesional contable se requiere que se realicen estudios más concretos que permitan desarrollar Sistemas Contables más eficaces relacionados con la Contabilidad Ambiental y la Sustentabilidad.

IX. REFERENCIAS

De la Rosa, M.E. *(2017) Indicadores contables socio ambientales en la industria. Recuperado de http;//congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxii/docs/4.08.pdf*

Delphine Gibassier y Simon Alcouffe *(2018) Environmental Management Accounting: The Missing Link to Sustainability? Social and Environmental Accountability Journal, 38:1, 1-18, DOI: 10.1080/0969160X.2018.1437057*

Huu Du, Nguyen & Le, Thi & Phan. *(2019). Environmental Management Accounting and Performance Efficiency in the Vietnamese Construction Material Industry—A Managerial*

Montoya, D.H. *(2014) Gestión de costos ambientales hacia el desarrollo sostenible. Recuperado de http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/tgcontaduria/article/view/323358*

Muñoz M. *(2014). Tratamiento de la problemática ambiental a través de la contabilidad medioambiental. Congreso Nacional de Medio Ambiente. CONAMAT, Recuperado de: https://www.conamat14.org*

Palma M. y Marlene C. *(2018) La contabilidad ambiental como herramienta de gestión para el turismo sostenible. Cofín Habana. Vol. 12, No. 1. 124-146*

Rodríguez Fernández, J. M. *(2008). Modelo stakeholders y responsabilidad social: el gobierno corporativo global. Management, 81-111.*

Silva, J. *(2012) Nos toca iniciar una nueva revolución industrial: gurú economía verde. Extraído el 07 de octubre de 2020 de http://m.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12301697*

ANÁLISIS JURÍDICO DE LOS PROYECTOS TREN MAYA, REFINERÍA DOS BOCAS Y SU RELACIÓN CON EL MEDIO AMBIENTE

José Armando Flores Sánchez, Ricardo Maglioni Montalvo.

I. RESUMEN

En el presente trabajo se realiza un análisis de las leyes vigentes en México en materia de protección al medio ambiente. En el ámbito de las iniciativas que impactan el sureste mexicano como lo son la Refinería Dos Bocas en Paraíso, Tabasco y el proyecto "Tren Maya". Se realiza un estudio analítico de la protección que brinda el estado mexicano a las obras que impactan en forma directa el medio ambiente, con el fin de conocer si los escenarios naturales sobre los que se realizan las mega obras se encuentran protegidas. Por un lado, no es correcto avanzar en el desarrollo turístico o buscar bienestar dañando la naturaleza, ni se debe explotar en exceso los recursos naturales para solventar necesidades, por otro lado, es obligación del Estado generar un mayor crecimiento económico, promoviendo la inversión y la generación de empleo, luego entonces si no existe un ambiente favorable sería una falta atribuible al estado el deterioro del medio ambiente sin causa justificable.

Palabras Clave: *Medio ambiente, derecho ambiental, legalidad*

II. INTRODUCCIÓN

Tomando como punto de partida los proyectos del Ejecutivo Federal que impactan el sureste mexicano como lo son la Refinería Dos Bocas en Paraíso, Tabasco y el proyecto "Tren Maya", se realiza un análisis de las leyes vigentes en México en materia de protección al medio ambiente.

La protección que brinda el estado mexicano a las obras que impactan en forma directa el medio ambiente se encuentra en el derecho sustantivo de la materia, ahora bien, es

de importancia conocer si existe protección en los escenarios naturales sobre los que se realizan las mega obras. Se debe avanzar en el desarrollo turístico y en la búsqueda de bienestar, pero sin dañar la naturaleza, asimismo se debe buscar solventar necesidades, pero sin explotar en exceso los recursos naturales. Es obligación del Estado generar un mayor crecimiento económico, promoviendo la inversión y la generación de empleo, sin dañar u ocasionando el mínimo daño el entorno natural.

III. MATERIALES Y METODOS

Tomando como punto de partida los proyectos del Ejecutivo Federal que impactan el sureste mexicano como lo son la Refinería Dos Bocas en Paraíso, Tabasco y el proyecto "Tren Maya", se realiza un estudio analítico de la protección que brinda el estado mexicano a las obras que impactan el medio ambiente, con el fin de conocer si los escenarios naturales sobre los que se realizan las mega obras se encuentran protegidas. De acuerdo con la convocatoria de este simposio internacional, se realiza un análisis de las leyes vigentes en México en materia de protección al medio ambiente.

IV. DESARROLLO

Es importante avanzar en México, es justificable la búsqueda de inversión en el país de diversas latitudes para generar proyectos que impulsen la transformación de la nación, siempre y cuando se brinde certeza a inversionistas y tranquilidad que México es un país con un sistema jurídico confiable, que trabaja en la consolidación de una cultura de la legalidad y respeto al medio ambiente.

Se aplaude la iniciativa de impulsar grandes proyectos en el sureste mexicano como la Refinería Dos Bocas en Paraíso, Tabasco y el proyecto "Tren Maya" en el sureste mexicano que involucra importantes estados de la república mexicana. Es bueno impulsar que el turismo extranjero y nacional venga a nuestro país, y que las personas vean un medio ambiente limpio y una atmosfera de cuidado de la naturaleza concatenado con respeto a las leyes.

Me es grato participar en este simposio organizado por una universidad pública, ya que el artículo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) que consagra el derecho a la educación establece que los planes y programas de estudio tendrán perspectiva de género y una orientación integral, por lo que se incluirá el conocimiento de las ciencias y humanidades y el cuidado al medio ambiente.

Sin lugar a duda en materia de derecho al medio ambiente adecuado, que se ha reconocido como un derecho de última generación, el párrafo quinto del artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar. Agregando, además que el Estado garantizará el respeto a este derecho. Concluyendo dicho precepto constitucional que el daño y deterioro ambiental generará responsabilidad para quien lo provoque en términos de lo dispuesto por la ley.

El anterior precepto constitucional que consagra el derecho a un medio ambiente adecuado para el desarrollo y bienestar de las personas, como derecho fundamental y garantía individual, se desarrolla en dos aspectos:

a) Por parte del ciudadano una facultad de poder exigir un deber de respeto de cuidados y preservación del entorno ambiental, y
b) Por parte de las autoridades, la obligación de vigilancia, conservación y garantía de que sean atendidas las regulaciones pertinentes.

Sumado a lo anterior, el artículo 25 constitucional establece que le corresponde al estado mexicano dirigir el desarrollo nacional, con el fin de que este sea integral y sustentable, para generar un mayor crecimiento económico, promoviendo la inversión y la generación de empleo, luego entonces si no existe un medio ambiente favorable sería una falta atribuible al Estado, por ello, el mismo ordenamiento jurídico establece que:

Bajo criterios de equidad social, productividad y sustentabilidad se apoyará e impulsará a las empresas de los sectores social y privado de la economía, sujetándolos a las modalidades que dicte el interés público y al uso, en beneficio general, de los recursos productivos, cuidando su conservación y el medio ambiente.

Sin duda alguna este apoyo se ha visto por parte del estado mexicano en los proyectos “Tren Maya” y “Refinería Dos Bocas”, han generado inconformidades por parte de diversos

actores que señalan daño al medio ambiente, lo anterior sin comprobar ese daño, al parecer solo se realiza por estar en contra del gobierno actual.

Se debe tener cuidado de las empresas que destruyen el medio ambiente, dado que mucho se ha cuestionado el daño que se ha revertido a la naturaleza en la construcción de la vía del tren maya en sus etapas o en sus diversos trayectos, por lo que es importante comentar lo que ha establecido en jurisprudencia la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) al señalar que a la luz del principio de precaución, se reconoce la posibilidad de revertir la carga de la prueba al agente potencialmente responsable, esto es, a quien afirma que no se causa daño o riesgo alguno al medio ambiente y, de esta manera, el juzgador está en posibilidad de allegarse de todos los elementos probatorios necesarios para identificar el riesgo o daño ambiental.

La misma SCJN ha establecido que la protección del medio ambiente sea una responsabilidad compartida entre autoridades y gobernados. (SCJN, Tesis: I.7o.A. J/7 p. 1802, 2016), debido a que el medio ambiente sano es un elemento indispensable para la conservación de la especie humana y para el disfrute de otros derechos fundamentales, refiere el máximo tribunal del país que ese derecho tiene carácter colectivo, porque constituye un bien público cuyo disfrute o daños no sólo afectan a una persona, sino a la población en general;

En otro sentido la máxima corte mexicana en un criterio reciente ha normado lo siguiente:

A la luz del principio de participación ciudadana y el correlativo de iniciativa pública, el Estado tiene la obligación de fomentar la participación del ciudadano en la defensa del medio ambiente y crear entornos propicios para ese efecto, por lo que los juzgadores tienen la obligación de hacer una interpretación amplia en relación con la legitimación activa en el juicio de amparo en materia ambiental, pues la justiciabilidad del derecho ambiental no puede desarrollarse a partir de los modelos "clásicos" o "tradicionales" de impartición de justicia, por lo que el rol del operador jurídico en juicios que involucren el derecho humano al medio ambiente, debe evolucionar, con el objeto de encontrar una respuesta más ágil, adecuada y eficaz para protegerlo, sin que esto signifique abandonar las reglas que rigen el juicio de

amparo, sino únicamente dotarlas de funcionalidad, razón por la que incluso debe requerir y allegarse de los medios de prueba necesarios para estar en condiciones de resolver el asunto. (SCJN, Tesis: PC.II.A. J/18 A, 2020).

V. CONCLUSIONES

La protección del medio ambiente es México es un hecho tutelado a través de jurisprudencias emitida por la SCJN, y en diversos artículos de la constitución Mexicana, que en su artículo 1 advierte favorecer tratados internacionales como la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, las Directrices para la elaboración de legislación nacional sobre el acceso a la información, la participación del público y el acceso a la justicia en asuntos ambientales, Directrices de Bali, entre otros tratados Internacionales que son de observancia obligatoria en nuestro país y que así se hace valer.

Sumado a lo anterior de acuerdo con el principio 2 de la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo

De conformidad con la Carta de las Naciones Unidas y los principios del derecho internacional, los Estados tienen el derecho soberano de aprovechar sus propios recursos según sus propias políticas ambientales y de desarrollo, y la responsabilidad de velar por que las actividades realizadas dentro de su jurisdicción o bajo su control no causen daños al medio ambiente de otros Estados o de zonas que estén fuera de los limites de la jurisdicción nacional.

Ahora bien, al revisar permisos ambientales relacionados con los proyectos, vemos que el Fondo Nacional del Fomento al Turismo (FONATUR) el 18 de junio de 2020 emitió un comunicado referente al proyecto Tren Maya, donde pone de manifiesto lo siguiente:

Con fundamento en lo establecido por la fracción I del artículo 34 de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA), se hace del conocimiento del público en general, que con fecha 16 de junio de 2020, Fonatur Tren Maya S.A. de C.V. presentó una Manifestación de Impacto Ambiental, en su modalidad Regional, para el Proyecto “Tren Maya Fase 1”, ante la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

La Manifestación de Impacto Ambiental modalidad Regional presentada pone de manifiesto que el Proyecto cumple con lo establecido en el artículo 35 de la LGEEPA, en cuanto a que se ajusta a la regulación jurídica ambiental vigente, así mismo no se generarán impactos negativos relevantes que pudieran afectar el Sistema Ambiental Regional y se proponen las medidas de mitigación correspondientes.

VI. RECOMENDACIONES

Sin politizar se debe analizar lo que ha expresado el actual Presidente de México, el Licenciado Andrés Manuel López Obrador, quien manifestó que al invertir dinero público en obras de gran envergadura que se realizan en el Sureste de México, en un futuro no se privaticen o por medio de concesiones se maquille el regalo que se le hace a empresas del Estado, como el mismo titular del ejecutivo federal ha mencionado que en el pasado, empresarios se han hecho millonarios cuando se privatizaron servicios que pertenecían al gobierno como son los servicios de telefonía, bancos, aerolíneas, concesiones carreteras, por mencionar algunas. ¿Qué certeza se tiene que en un futuro no se privatice las refinerías de petróleo? ¿O el servicio que ofrecerá el tren maya?, para ello se tiene que establecer los proyectos sobre bases jurídicas sólidas que las protejan sobre cualquier cambio de régimen de gobierno y queden en beneficio del pueblo de México, no tanto para hacer negocio, sino para generar trabajo a través de la plusvalía de las tierras, y los servicios que ofrecerán ciudadanos derivados del manejo y puesta en marcha de los proyectos antes mencionados.

En la actualidad existe una mayor protección a todos los derechos de los ciudadanos, y para ello existen las instituciones que hacen valer ese derecho como lo es la función jurisdiccional que representa el Poder Judicial de la Federación a través de los Juzgados de Distrito, Tribunales Colegiados y la Suprema Corte de Justicia de la Nación, ante quienes se han presentado recursos jurídicos como juicios de amparo de manera principal en contra del proyecto del “tren Maya”, que no han prosperado, si han retrasado el proyecto, y que a pesar de ello, se sigue firme en el propósito de culminar los proyectos en esta parte de México que por años se invirtió muy poco en proyectos en beneficio de los que nos ha tocado la fortuna de vivir en esta parte del mundo.

VII. REFERENCIAS

Constitución Política de los Estado Unidos Mexicano, URL

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/455316/TM_Folleto_Espa_ol.pdf

***Suprema Corte de Justicia de la Nación**. Tesis y jurisprudencias. URL*

***http://www.diputados.gob.mx/**LeyesBiblio/pdf/1_080520.pdf*

PERCEPCIÓN DEL PARQUE ECOTURÍSTICO "K'AAX KILI'ÍCH" EN TULUM, QUINTANA ROO

Clara Carlson Morales, Luis G. Maas Tun.

I. RESUMEN

Los servicios turísticos de la zona del Sureste de México, conocida como la Rivera Maya, es punto de encuentro de turistas en especial en el periodo de primavera y verano.

- El objetivo de este estudio es identificar las preferencias del turista en relación de las actividades que se ofrecen en un parque ecoturístico de aventura en Tulum, Quintana Roo. Con esta intencionalidad se busca conocer las respuestas que apliquen de forma específica al parque ecoturístico "Káax Kiliích" el cual tiene como objetivo particular enfocarse al concepto o temática de brindar espacio y actividades recreativas que favorezcan la disminución del estrés de los turistas. Para ello se realizó una entrevista semi estructurada al propietario del lugar, para conocer un poco de su historia y de los servicios que actualmente dispone, a la par se aplicó una encuesta a 100 personas, que incluyó 19 items, los resultados obtenidos muestran que los servicios ofrecidos por dicho parque, están acorde a los intereses de las visitas y turistas, teniendo en cuenta estos datos se recomienda a los actuales gestores ofrecer servicios de calidad, para continuar atrayendo turistas internacionales y nacionales que demandas servicios en contacto con las bondades de la naturaleza.

Palabras Clave: *Parque ecoturístico, Cenotes, Vacaciones, Tulum, Quintana Roo.*

II. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), se considera al destino turístico como un espacio físico en el que un turista pasa al menos una noche, incluyendo productos turísticos, como atracciones, servicios de apoyo y otros recursos turísticos dentro del periodo de tiempo de su viaje. (OMT, 2007) Con referencia a lo anterior, la Norma Oficial Mexicana proy-nom-011-tur-2018, identifica que el Turismo de Aventura, son los viajes que

tienen como fin el realizar actividades recreativas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza. (DOF, 2018).

Según la Secretaria de Turismo (SEDETUR), en el Estado de Quintana Roo, en el municipio de Tulum, el 31.7% de los turistas de Tulum proceden de Europa y 27.1% de Canadá. Una de las razones principales de su viaje es por placer, el estudio descubrió que durante el periodo Julio-Septiembre de 2017 el 72.4% de los turistas dedicaron sus vacaciones a actividades por placer, lo mismo sucedió en Enero-Marzo de 2018 con un porcentaje de 86.4%., Respecto a actividades de Tours y excursiones a cenotes y cavernas se registraron los siguientes datos: Julio-Septiembre de 2017 con 38.6%, la percepción y el sentimiento después de visitar estos destino fue la siguiente: Relajado en el periodo de Enero-Marzo de 2018 con 78.1%; , con espíritu Aventurero de Octubre-Diciembre de 2017 con 18.1%., sensación de espíritu Libre fue en Octubre-Diciembre de 2017 con 10.8% (SEDETUR, 2018).

El concepto del Mundo Maya y sus parques de atracción, han atraído a los amantes del ecoturismo. (Valenzuela Valdi, Daltabuit Godás., & Cisneros Reyes, 2007) pág. 38-40, el parque “Káax Kiliích" queda enmarcado en esta categoría, ya que se considera como un parque ecoturístico de aventura, teniendo como principal atractivo cenotes y cavernas., por lo que, en las vacaciones, el turista puede hacer este tipo actividades.

Figura 1. Fotografía provista por Luis G. Mass Tun., obtenida del estudio topográfico realizado por James G. Coke en septiembre 2013, del antes Rancho Labna Ha, ahora "cenotes caracol" en Tulum, Quintana Roo.

El destino Ecoturístico se encuentra ubicado en el municipio de Tulum, en el estado de Quintana Roo. El parque se encuentra ubicado en el rancho Labná ha, que se encuentra a 16.5 km de Tulum, Quintana Roo, con coordenadas 20.298035, -87.413506.

El parque cuenta con un sistema de cavernas que se conectan con varios cenotes y cuevas de las zonas, dicho sistema tiene el nombre de altar tigre. Figura. 1

Un poco de historia

Al rededor de los años setenta en el tiempo de los campamentos de chicle, en donde se realizaba la actividad de extraer la resina de los árboles de chicozapote en la selva de Tulum, Quintana Roo, el ciudadano Gilberto Maas Cupul tuvo la fortuna de encontrar dentro de su terreno, un circuito de cavernas que conectaba con varios sistemas de ríos subterráneos, desde ese momento el ciudadano dedicó su tiempo para poder invertir en su terreno, al

explorar las cavernas se encontraron múltiples hallazgos antiguos de las civilizaciones que antes habitaban el lugar, como vasijas, platos, comales y etc., Se invirtió en la exploración del primer cenote que se encontró el cual se identificó con el nombre de Cenote Caracol, debido a la particularidad que en su interior cuenta con antiguas conchas de caracol que quedaron fosilizados en las paredes del cenote, Por lo que se procedió en realizar una cuidadosa limpieza para convertirlo en un lugar adecuado para nadar con seguridad. Dentro del terreno se encuentra una caverna que atraviesa de un extremo del terreno al otro, esta caverna tiene como nombre la Cueva Seca, posee en su interior agua y pequeños conductores hacia otros cenotes, pero en temporada de calor en dicha caverna baja el nivel del agua quedando por esa temporada con poca de agua.

El dueño dedica un tiempo y le invierte en mantenimiento para utilizarse como espacio turístico, dos de sus hermanos toman las riendas para el cuidado y uso del espacio, brindando el servicio de tour en el Cenote Caracol y la Cueva Seca, Al igual se invirtió en las estructuras del lugar, se construyeron y adecuaron senderos, escaleras, tirolesas, palapas y caminos para vehículos. Agregando a los servicios de tour en los cenotes y cuevas; el de transporte, comida, tirolesa y entre otros. El terreno antes era conocido por nombre de Rancho Labná Ha, hoy en día, está posicionado con el nombre de Cenotes Caracol. Actualmente el destino sigue operando, ahora en convenio por un tiempo determinado y común acuerdo con el propietario, se facilitó la administración y disposición del lugar a otras organizaciones que se dedican al turismo. (Maas Cupul, 2020).

Planteamiento del problema:

El Instituto Mexicano de Seguridad Social (IMSS), reporta que el 75% de los mexicanos padece fatiga por estrés laboral**,** superando a países como China y Estados Unidos. Entre las causas se encuentran el trabajo, la violencia y el tráfico vehicular entre otros. Resulta interesante identificar alguna de las consecuencias que ocasiona el estrés laboral, en la mayoría de las personas, es la experimentación de síntomas emocionales como: la Ansiedad, miedo,

irritabilidad, mal humor, frustración, agotamiento, desmotivación, intolerancia, también sufren síntomas fisiológicos como: músculos contraídos, dolor de cabeza, problemas de espalda o cuello, fatiga, palpitaciones, respiración agitada, aumento de la presión sanguínea, agotamiento, mayor riesgo de obesidad y de problemas cardiovasculares, problemas de sueño, entre otros (IMSS, 2020)

Los espacios y actividades que se promueven en el Parque ecoturístico k'aax Kili'ích", son una grata alternativa de solución para reducir el problema del estrés laboral, cansancio y aburrimiento de una forma amigable, ya que el disfrutar de las diversas actividades facilitan la activación de los cinco sentidos en contacto con el bello estado original de la naturaleza, como respirar aire puro, ver cielos abiertos, percibir el aroma de las plantas y flores, escuchar el sonido del agua, tocar superficies y texturas, y el degustar alimentos típicos de la región, favorece la relajación y el descanso físico y mental.

El ecoturismo es una forma responsable de cuidar el medio ambiente, ya que una de sus principales características es la sustentabilidad. Es más conveniente considerar al ecoturismo como un abanico de experiencias turísticas-recreativas que utilizan como atractivo focal a la naturaleza, en lugar de intentar definirlo como un concepto único (Wight, 1993).

El atractivo principal es el recorrido por cenotes y cavernas, donde se observará formaciones antiguas como las estalactitas y las estalagmitas, así como visitar la selva y algunas cavernas por medio de la tirolesa, transporte a través de combis, en cuatrimotos y carros todo terreno, comida o en algunos casos se les brindará un lugar para que puedan cocinar, baños, vestidores, equipo de snorkel, chalecos y más.

Figura 2. Elaboración propia en base a la oferta de servicios del parque ecoturístico K'aax Kili'ích".

III. OBJETIVOS Y METAS

Objetivo general

Conocer las preferencias del turista en cuanto a las actividades que ofrece un parque ecoturístico de aventura en Tulum, Quintana Roo.

Objetivos específicos

- Conocer las actividades que realiza el parque ecoturístico y cuales son de mayor agrado de los turistas.
- Brindar espacio y actividades para disminuir el estrés de los turistas.

IV. MATERIALES Y METODOS

Los encuestados en su mayoría fueron personas profesionales y universitarios mexicanos, siendo la mayoría del estado de Chiapas, Oaxaca y Veracruz.; que acostumbran a realizar viajes en periodo vacacional.

La investigación es de tipo descriptivo, cualitativo y cuantitativo. Se diseñó un instrumento con 19 items, 100 personas respondieron la encuesta, el periodo de levantamiento fue del 11

al 14 de octubre del 2019. También se realizó entrevista semiestructurada al dueño del terreno, así como algunos familiares.

V. RESULTADOS

Los resultados se tabularon y se analizaron por medio la aplicación Microsoft Excel. Con base en la información recopilada se encontraron los siguientes resultados:

- Percepción al escuchar la palabra parque ecoturístico: el 51% de los encuestados expresaron que les evoca a naturaleza, siendo que el 28% espera actividades para recreación y diversión, otros esperan pasar momentos de relajación.

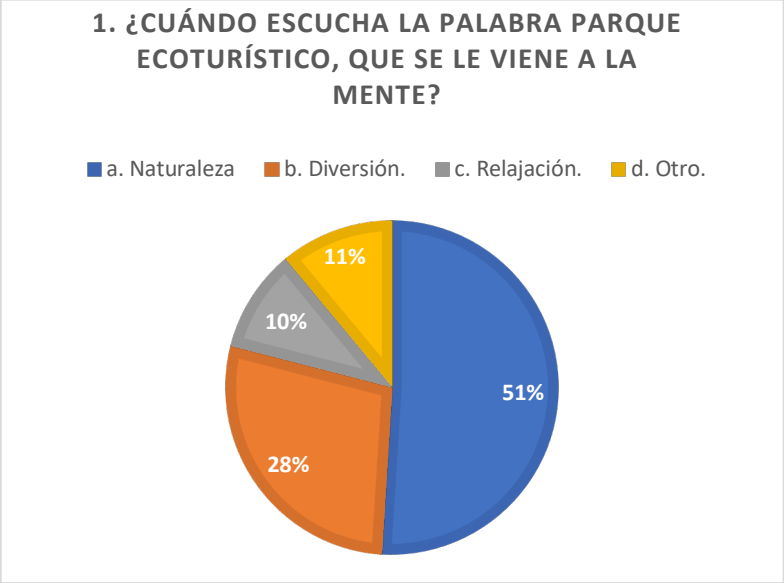


Figura 3. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

- Periodo en el que acostumbra a tomar las vacaciones: el 67% ha tomado vacaciones de verano, cuando el 15% lo hace en el tiempo de primavera y el resto en otras fechas del año.

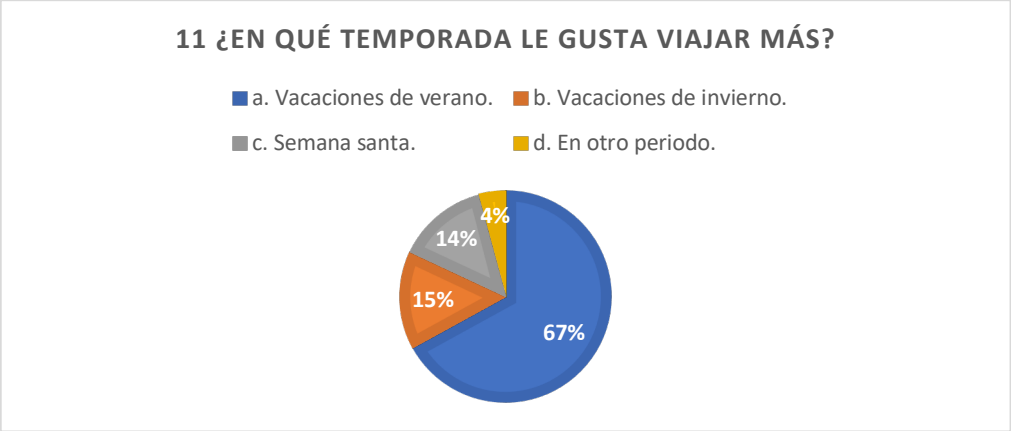


Figura 4. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

- Preferencia de acompañante de vacaciones: en familia fue un 69% de los encuestados, siendo un 17% con amigo y el resto en la opción de otros.

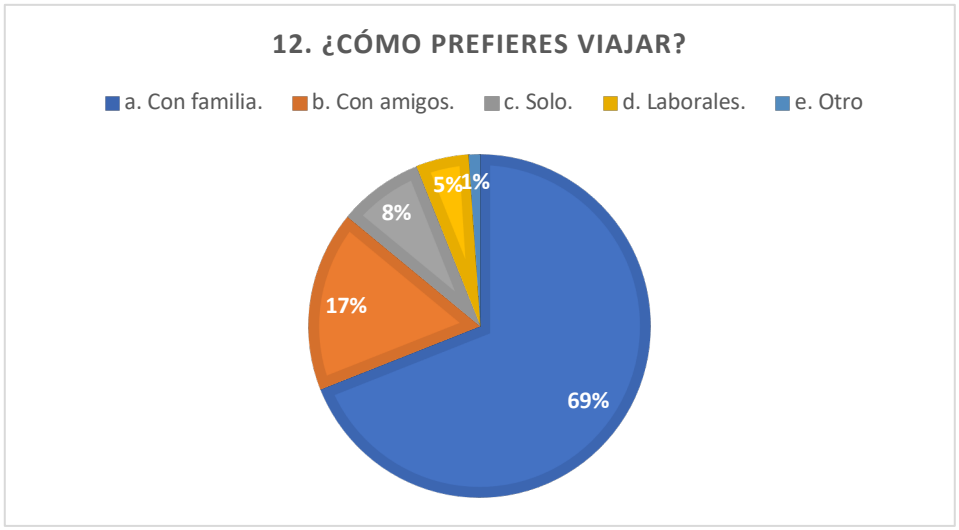


Figura 5. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

- Por medio de qué sentido hace que su estancia sea más agradable: el 74% indica que por medio de la vista y el 17% por el gusto, los demás señalan que por el tacto y el oído.

Figura 6. Resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

- Respecto a la pregunta sobre las actividades que les gusta y desean realizar durante su estancia, se reflejan los siguientes resultados en la tabla 1.

Tabla 1 Actividades que prefieren más los turistas

Actividades	**1. Mucho**	**2. Mode-rado**	**3. Neutral**	**4. Me disgusta**	**5. Lo detesto**	**Total de respuestas**
Espectáculos nocturnos	67	18	14	0	1	100
Juegos acuáticos	65	21	11	2	1	100
Excursión en la naturaleza	64	19	14	3	0	100
Recorrido en cuatrimoto	62	14	11	8	5	100
Deportes	55	21	21	2	1	100
Compras	53	27	18	1	1	100
Desestresantes	53	15	24	2	6	100
Caminatas	51	27	18	3	1	100
Explorar cuevas	47	23	24	4	2	100

Tirolesa	47	18	24	7	4	100
Tours nocturnos por cavernas	41	16	33	4	6	100
Cabalgatas	39	16	35	7	3	100
Ciclismo	35	19	36	4	6	100
Gotcha	31	17	41	6	5	100
Gastronomía	30	29	38	2	1	100
Educación	26	42	31	0	1	100
Snorkel	21	24	47	2	6	100

Fuente: Datos obtenidos de los resultados de la encuesta

VI. DISCUSIÓN

Considerando los datos estadísticos que se obtuvieron como resultado del estudio del perfil y comportamiento del turista que realizó la Secretaría de Turismo (SEDETUR), en Tulum, Quintana Roo y a la luz de los resultados obtenidos de la encuesta aplicada para conocer la percepción sobre el Parque ecoturístico K'aax Kili'ích", se puede señalar que los encuestados si acostumbran asistir a parques ecoturísticos en periodo vacacional, y han realizado actividades de contacto con la naturaleza y visitas a cenotes y excursiones, por lo que se considera que la percepción y uso de los servicios del parque es buena y tiene posibilidades de ofrecer servicios del agrado de los turistas.

VII. CONCLUSIONES

Considerando que la jornada laboral que se vive es cada día más intensa, el turista es más consiente de hacer uso correcto del tiempo libre y del periodo vacacional, para renovar energía.

El parque ecoturístico K'aax Kili'ích", se presenta como una alternativa para reducir el estrés, ofreciendo las condiciones para desarrollar diversas actividades en contacto con la naturaleza, con respeto y cuidado del medio ambiente.

VIII. PROPUESTAS

Considerando que los parques ecoturistas son cada más concurridos por los turistas, y que las instalaciones están acordes al estado natural del lugar, con bellas y agradables vistas, y que eso lo hace aún más atractivo a los turistas, se recomienda Iniciar con el proceso de mejora de la calidad por medio alguna agencia certificadora o por medio de la Secretaría de Turismo para obtener algún distintivo, con la finalidad de generar más confianza, retener y atraer turistas. Y así potencializar y disfrutar más las riquezas del país, como es el caso del parque ecoturístico que ofrece paseo de aventura y exploración en el cenote "Káax Kiliích".

IX. REFERENCIAS

DOF. *(04 de Mayo de 2018). https://www.dof.gob.mx/. Obtenido de SEGOB: PROYECTO de Modificación de la Norma Oficial Mexicana NOM-011-TUR-2001, Requisitos de seguridad, información y operación que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de turismo de aventura para quedar como Proyecto de Norma Oficial Mex: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5521669&fecha=04/05/2018*

IMSS. *(2020). Estrés laboral. http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/estres-laboral.*

Maas Cupul, G. *(Septiembre de 2020). Entrevista personal. Obtenido de Propietario del cenote el caracol.*

OMT. *(2007). Gestión Turística: El Valor de la Información. Curso dictado por Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Obtenido de www.pucvabierta.cl*

SEDETUR. *(2018). http://sedeturqroo.gob.mx. PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA: Obtenido de http://sedeturqroo.gob.mx/ARCHIVOS/pturistas/2018/TURISTA%20COZUMEL%20ENE-MZO%202018.pdf*

Valenzuela Valdi, E., Daltabuit Godás., M., & Cisneros Reyes, H. B. *(2007). Globalización y sustentabilidad: el turismo en el sur de Quintana Roo. Cuernavaca, Morelos. UNAM: https://books.google.com.mx/books?id=TbpzyG9tAPUC&pg=PA32&dq=tipos,+clases++de+parques+ecotur%C3%ADsticos+o+de+aventura+en+tulum&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwisxNOh7cjsAhUIQ60KHWmWC-*

8Q6AEwAnoECAkQAg#v=onepage&q=tipos%2C%20clases%20%20de%20parques%20ecotur%C3. Obtenido de Cuernavaca Morelos, UNAM: https://books.google.com.mx/books?id=TbpzyG9tAPUC&pg=PA32&dq=tipos,+clases++de+parques+ecotur%C3%ADsticos+o+de+aventura+en+tulum&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwisxNOh7cjsAhUIQ60KHWmWC-8Q6AEwAnoECAkQAg#v=onepage&q=tipos%2C%20clases%20%20de%20parques%20ecotur%C3

DISTRIBUCIÓN POTENCIAL DE LIGUSTRUM LUCIDUM Y KOELREUTERIA PANICULATA EN EL PARQUE ECOLÓGICO CHIPINQUE, NUEVO LEÓN

Ricardo Guevara Herrera, Yuridia León Velázquez,
María del Carmen Samaniego Baldivia.

I. RESUMEN

Debido a los daños que causan las especies invasoras se realizan estudios y métodos de control en muchas áreas, especialmente en las áreas nacionales protegidas (ANP), tal es el caso del Parque Ecológico Chipinque donde se encuentran identificadas dos especies invasoras Ligustrum lucidum y Koelreuteria paniculata, la cuales tienen la capacidad de adaptarse al tipo de condiciones diferentes, es por ello que están desplazando a las especies nativas con gran facilidad.

Tomando en cuenta los sitios, datos de monitoreo y distintas variables, se aplica un modelo de distribución para conocer el desplazamiento que pudiesen tener las especies de estudio, Ligustrum lucidum y Koelreuteria paniculata, realizando una proyección de las áreas potenciales al establecimiento de estas.

Los datos generados son mapas que muestran las zonas potenciales para el establecimiento de las especies de estudio, estos tomando en cuenta variables que nos proporciona Worldclim 2.1.

Las variables que propician la presencia de la especie L. lucidum son temperatura, precipitación, suelo, vegetación pino-encino y encino-pino, con un máximo de 82% de probabilidad de presencia. Para K. paniculata los rangos temperatura, precipitación, suelo vegetación, con probabilidad de 80% como máximo.

Palabras Clave: *Modelo de distribución, L. lucidum y K. paniculata*

II. INTRODUCCIÓN

El movimiento de los organismos y la colonización de nuevos sitios han ocurrido de manera natural a lo largo del tiempo. El incremento de la población, sus desplazamientos y actividades derivadas del desarrollo económico, social y cultural, han aumentado la frecuencia, el número y la diversidad de organismos exóticos que son transportados y que pueden establecerse en nuevas áreas transformándose en especies invasoras. (Hernández y García 2016, CONABIO, 2010).

El escaso conocimiento de las plantas invasoras exóticas en México y la necesidad de manejarlas o de impedir su expansión y/o entrada al país, hace necesario el trabajo básico de inventario y distribución de las especies exóticas que ya han entrado al país (Hernández y García 2016).

Los modelos de distribución de especies son representaciones cartográficas de un espacio para la presencia de una especie en función de las variables empleadas para generar dicha representación (Mateo, 2011). El Modelamiento de la distribución potencial con sistemas de información geográfica (SIG) demuestra la rápida expansión potencial (Coello, 2009).

El objetivo de esta investigación fue modelar la distribución potencial actual de dos especies exóticas invasoras *L. lucidum y K. paniculata* y cuantificar sus áreas adecuadas de distribución actuales y futuras.

III. MATERIALES Y METODOS

Área de estudio y puntos de presencia

Se realizaron recorridos por las brechas existentes dentro del parque, para observar y detectar la presencia de las especies de estudio *Ligustrum lucidum* y *Koelreuteria paniculata*. Se georreferenciaron 33 brechas, de las cuales en 28 de ellas se encontró la presencia de *L. lucidum* y presencia de *K. paniculata* en 9. Se tomó en cuenta al ejemplar más representativo en base a sus características fenotípicas.

Se eliminaron los datos duplicados, es decir los registros de ocurrencia que tenían el mismo valor de longitud y latitud, las coordenadas tomadas fueron arrojadas a una hoja de cálculo,

posteriormente agregadas al software GIS, con ello se generó el mapa de sitios de distribución de las especies de estudio.

Variables bioclimáticas

Los datos climáticos actuales y futuros constan de 19 capas ambientales, que son una combinación de datos de precipitación y temperatura, que fueron descargados de la base de datos de Worldclim versión 2.1 (http:// www.worldclim.org/version1) a una resolución de 30 segundos de arco (~ 1 km), donde los datos son el promedio de temperatura y precipitación de 1960- 1990 para capas actuales. Las capas se recortaron para del parque ecológico utilizando QGIS con la extensión de archivo ASC (.asc), proyectadas al sistema coordenadas WGS84. Posteriormente se verificó que el número de columnas y filas de todas las capas ambientales fueran iguales para el procesamiento en Maxent y se seleccionó las capas con correlaciones < |±0.8| para el mejor rendimiento del modelo (Ma & Sun, 2018).

Modelo de distribución de especies

Maxent es un software que funciona según el principio de máxima entropía para el modelado de distribución de especies en función a registros de solo presencia de la especie y capas bioclimáticas (Phillips, Anderson, & Schapire, 2006). El análisis del rendimiento del modelo se realizó mediante el área debajo de la curva (AUC) que es una relación entre la sensibilidad y la especificidad del modelo, donde los valores menores a 0.5 indican un bajo rendimiento y los cercanos a 1 indican un alto rendimiento del modelo (Dolgener et al., 2014).

Con todos los factores anteriores se realizaron las proyecciones de la distribución potencial de las especies estudio, generadas por el software GIS y MaxEnt 3.4.1. (Figuras 3 y 4)

IV. RESULTADOS

En las Figuras 1 y 2 se muestra la distribución actual de *L. lucidum* y *K. paniculata* dentro de los límites del PECh.

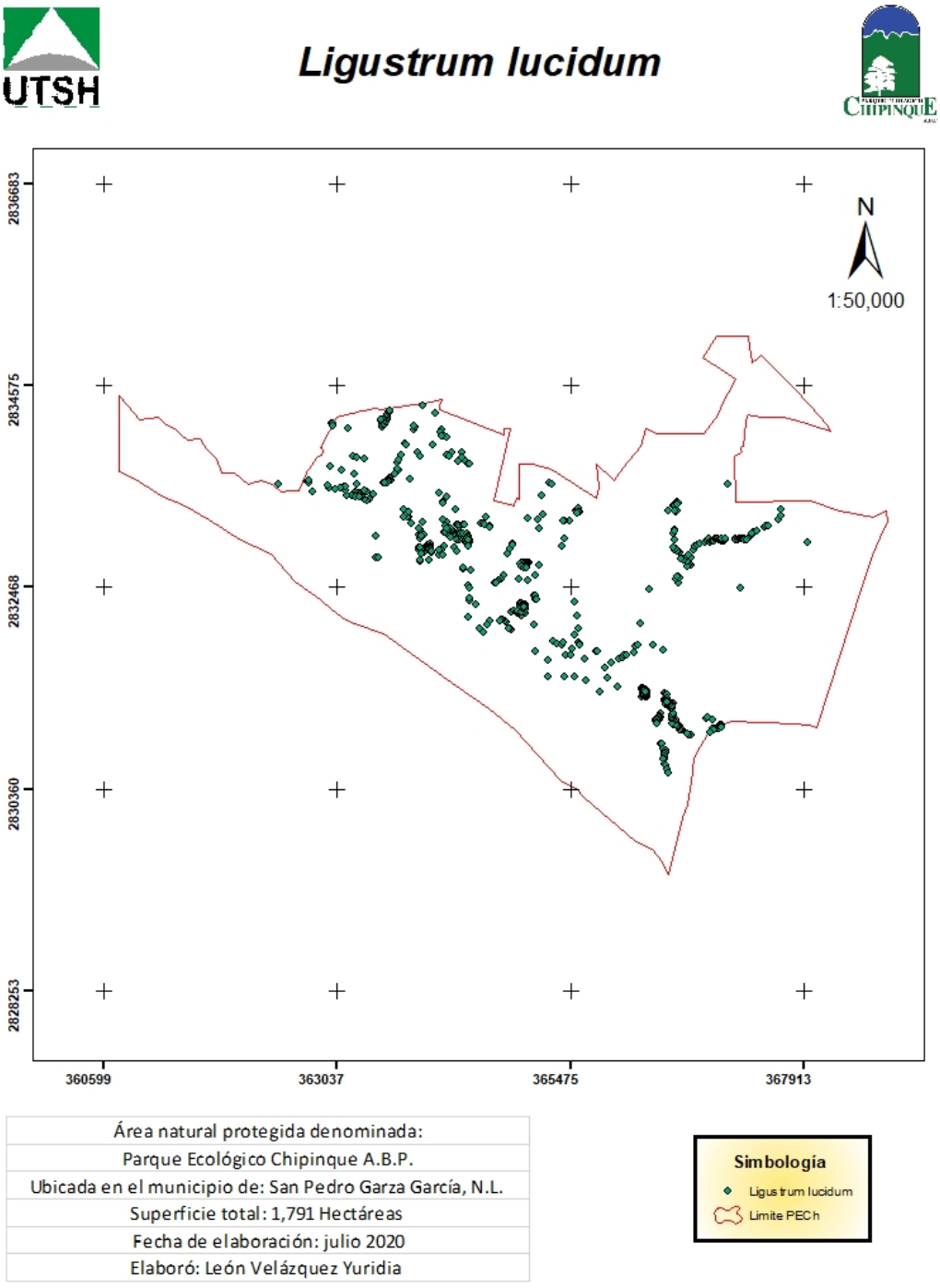


Figura 1. Mapa de la distribución actual de Ligustrum lucidum.

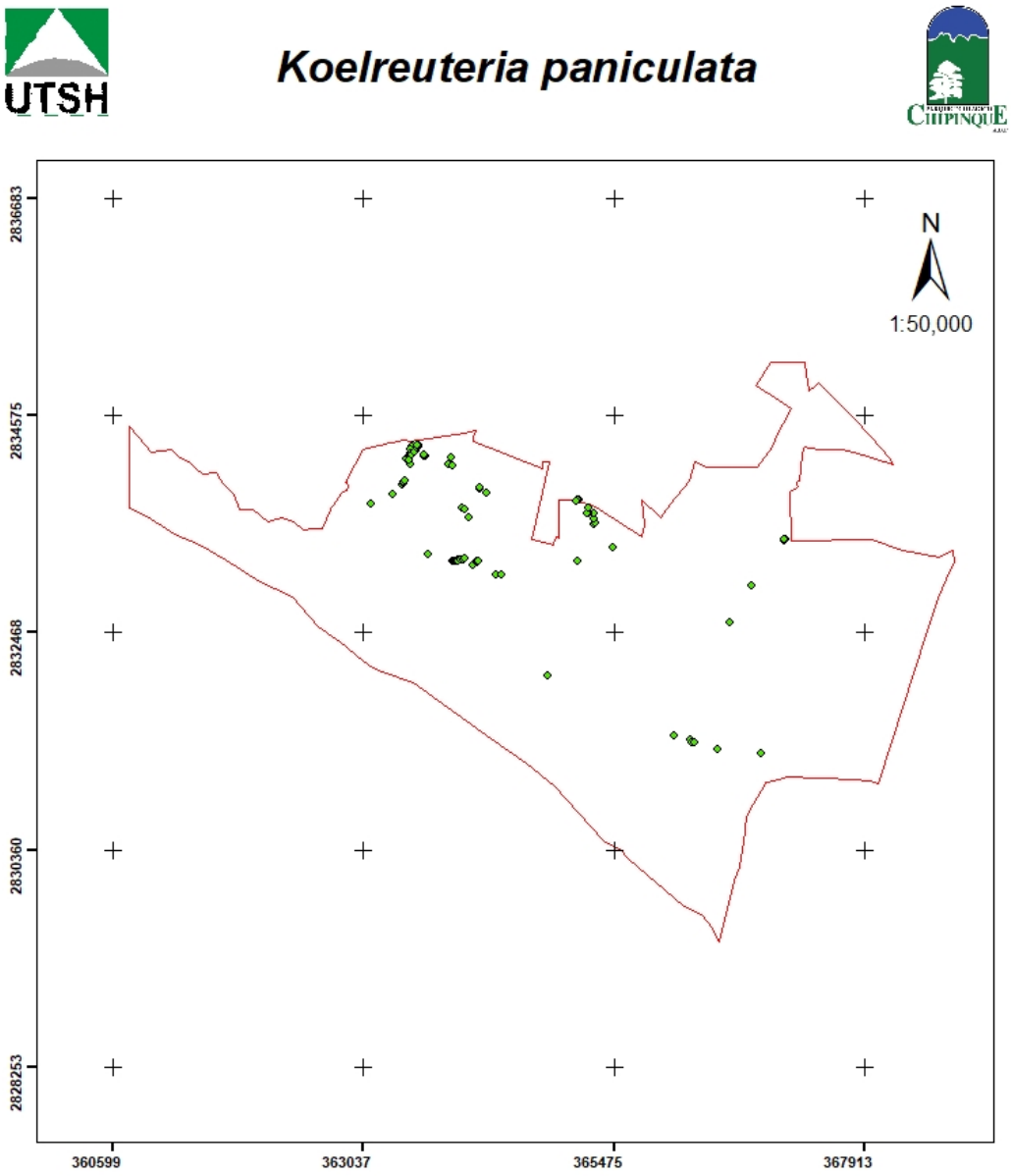


Figura 2. Mapa de la distribución actual de Koelreuteria paniculata.

El mapa muestra en escalas porcentuales las zonas con las características aptas para la presencia de las especies, esto de acuerdo con las variables ambientales obtenidas en Worldclim.

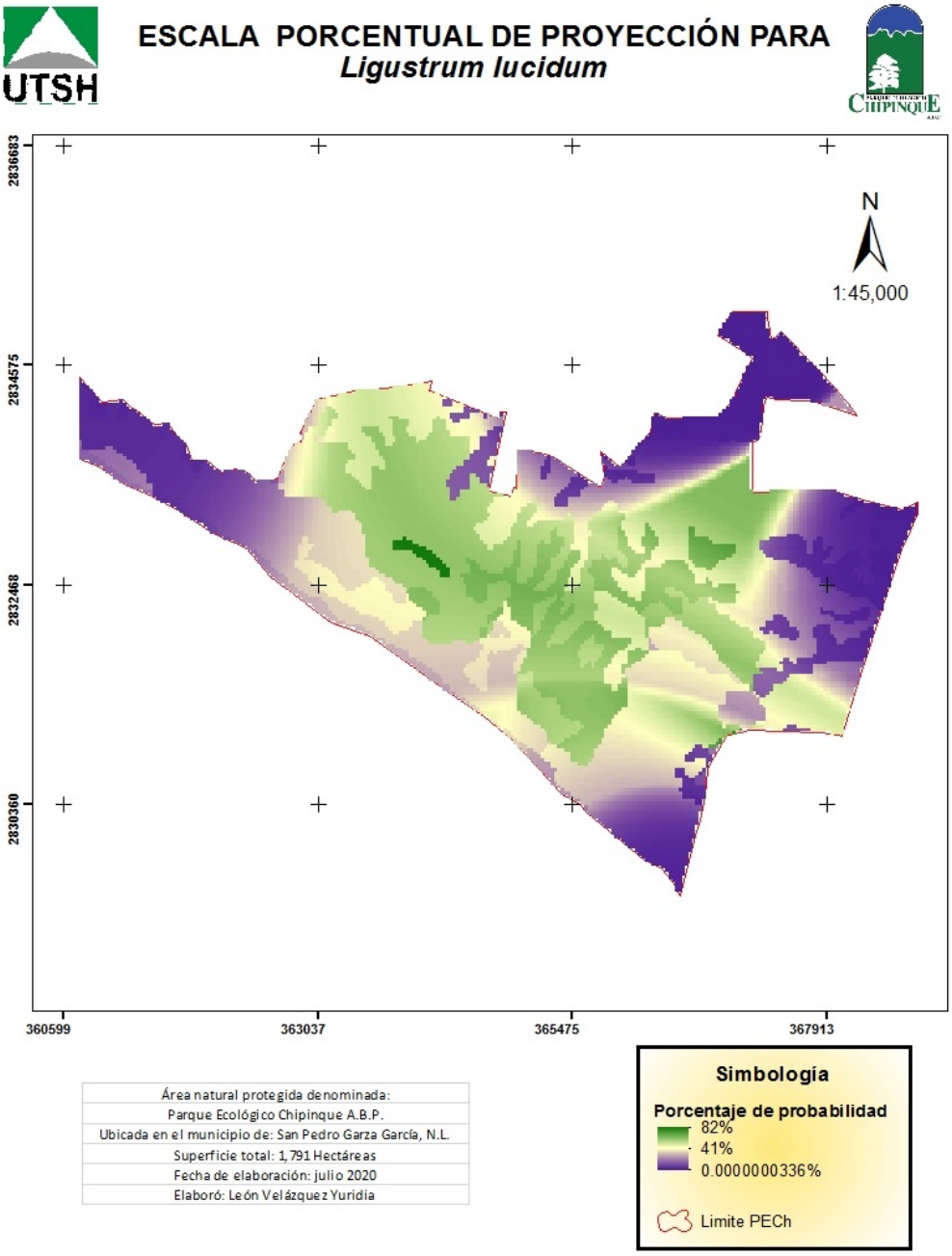


Figura 3. Mapa de zonas potenciales para Ligustrum lucidum.

La escala porcentual de las zonas con mayor potencial se muestra con un máximo de 82%; color verde y las menos probables; color morado (Figura 3).

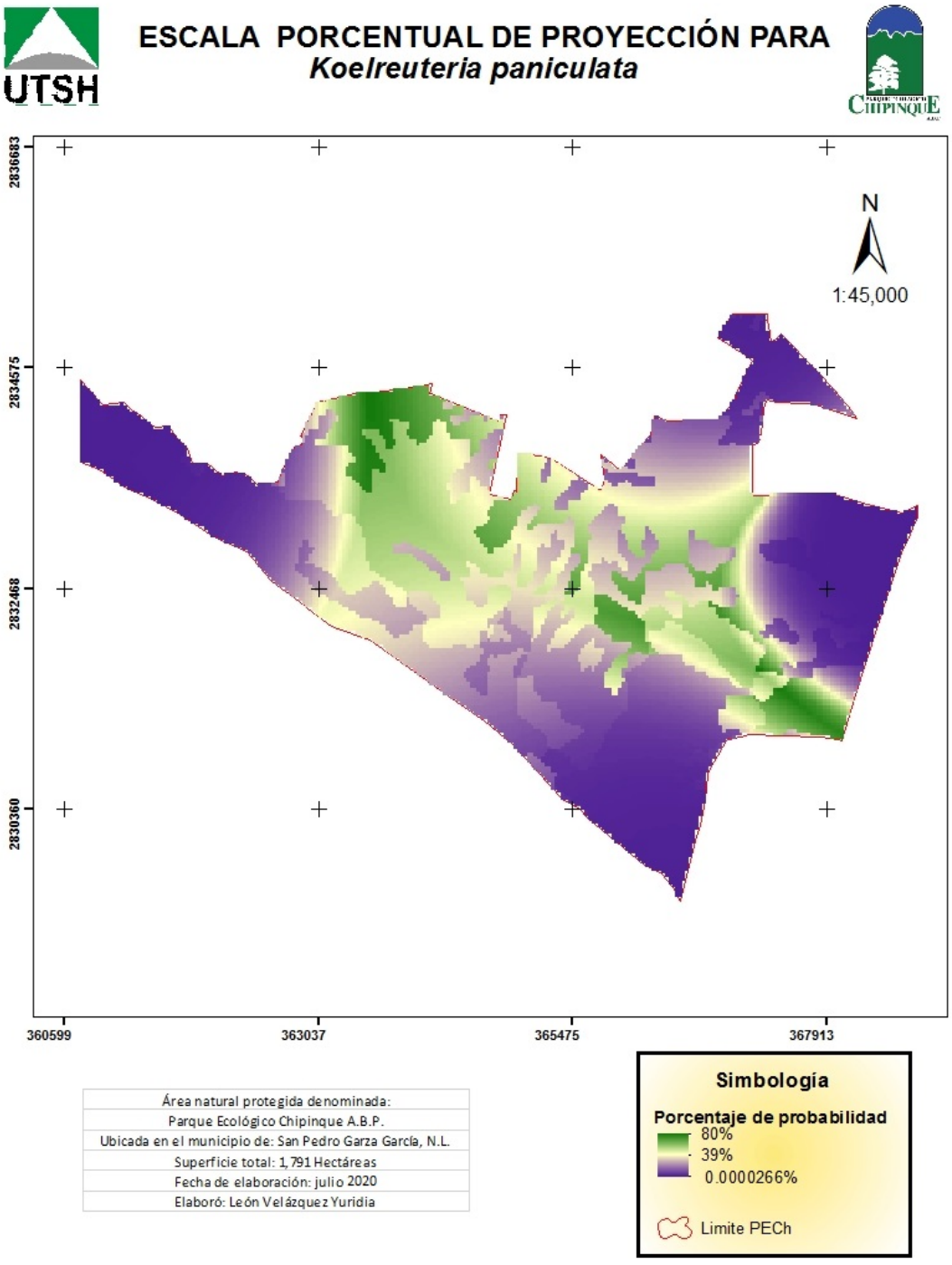


Figura 4. Mapa de las zonas potenciales para Koelreuteria paniculata.

La escala porcentual de las zonas con mayor potencial se muestra con un máximo de 80%; color verde, y el menos probable color morado (Figura 4).

La evaluación estadística tiene un alto valor predictivo del modelado de distribución actual. De nueve variables bioclimáticas incluidas en el modelo, para cada especie nos arroja.

L. lucidum

El mapa de la Figura 3 muestra que 6 hectáreas tienen la probabilidad máxima de 82%, esto debido a que presenta los rangos idóneos de las variables de estudio. El suelo castañozem y feozem, la vegetación pino-encino y encino-pino tiene una mayor probabilidad idónea esto en caso de tener la temperatura de 16 °C a 18°C y precipitación de 11mm a 465 mm.

K. paniculata

El mapa de la Figura 4 muestra que el suelo litosol y feozem, la vegetación encino y encino-pino son idóneos para la especie invasora, con los rangos favorables de 15°C a 20°C de temperatura, 11 mm a 265 mm de precipitación, con superficie de 1 ha.

V. CONCLUSIONES

Como resultado final se tiene la proyección de las zonas potenciales para la presencia de las especies estudio Ligustrum lucidum con un máximo de 82 % y Koelreuteria paniculata con un máximo de 80%.

El modelo de distribución actual para L. lucidum tiene una extensión de 6 ha. Y para Koelreuteria paniculata 1 ha. Nuestros resultados servirán como base de información para el parque ecológico Chipinque ayudando a la toma de decisiones para el control de estas especies invasoras

VI. RECOMENDACIONES

Estos datos favorecen al Parque Ecológico Chipinque como fundamento para que se generen nuevas propuestas de control y erradicación dentro del plan de manejo.

VII. REFERENCIAS

Alonso, A., & Castro-Díez, P. *(25 de marzo de 2015). Las invasiones biológicas y su impacto en los ecosistemas. Ecosistemas, 24(1): 1-3. Recuperado el 1 de junio de 2020, de http://www.revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/viewFile/10 70/869*

ArcMap (10.3) [software]. (2014) Estados Unidos, 380 New York Street: ESRI

Calixto Albarrán, I. *(s.f.). Aplicación de modelos de nicho ecológico como instrumento para predecir la distribución potencial de algunas especies de aves en las Áreas de Importancia para la Conservación de las Aves (AICA´s). Recuperado el 1 de junio de 2020, de http://wwwcpsv.upc.es/tesines/resumsig_icalixto.pdf*

Coello, M. C. *(2009). Modelación y distribución de Lissachatina fulica. Recuperado el 25 de mayo de 2020, de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31069344/lfulicaII_artic le_pdf.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1495813637&Signa ture=dALcyXhZuEAQKvNHyJKZdUbSeR0%3D&responsecontentdisposition=inline%3B% 20filename%3DCorreoso_M._Coello_M._200*

CONABIO. *(s.f.). Trueno. Recuperado el 5 de junio de 2020, de http://www.biodiversidad.gob.mx/Difusion/cienciaCiudadana/aurbanos/ficha. php?item=Ligustrum%20lucidum*

Dolgener, N., Freudenberger, L., Schneeweiss, N., Ibisch, P. L., & Tiedemann, R. *(2014). Projecting current and potential future distribution of the Fire-bellied toad Bombina bombina under climate change in north-eastern Germany. Regional Environmental Change, 14, 1063–1072. https://doi.org/10.1007/s10113- 013-0468-9*

García Mateo, M. R. *(2008). Modelos predictivos de riqueza de diversidad vegetal. Comparación y optimización de métodos de modelado ecológico. Recuperado el 1 de junio de 2020, de https://www.unex.es/investigacion/grupos/kraken/archivos/ficheros/Tesis_R GM.pdf*

Ma, B., & Sun, J. *(2018). Predicting the distribution of Stipa purpurea across the Tibetan Plateau via the MaxEnt model. BMC Ecology, 18(1), 1–12. https://doi.org/10.1186/s12898-018-0165-0*

Phillips, S. J., Anderson, R., & Schapire, R. *(2006). Maximum entropy modeling of species geographic distributions. Ecological Modelling, 190(3–4), 231–259. https://doi.org/10.1016/j. ecolmodel.2005.03.026*

Worldclim. (2020). *Obtenido de https://www.worldclim.org/data/worldclim21.html*

ESTUDIO DE INCIDENCIA DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN AMÉRICA LATINA

Magda Gabriela Sánchez Trujillo, Marisol Reséndiz Vega,
Juan Luis Reyes Cruz.

I. RESUMEN

El objetivo del presente estudio es presentar un acercamiento de las condiciones de emergencia climática en América Latina (AL) en materia de cambio climático y las afectaciones en los ecosistemas del planeta, con el fin de reconocer el valor de los recursos ambientales y la necesidad de cambiar la forma de producción y consumo. Para ello se realiza una síntesis de los puntos más relevantes que involucran la incidencia del cambio climático en la región de estudio tomando como base investigaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) entre 2009 y 2019. La recolección de documentos reconoce que, la crisis climática causará mucho más, si no hacemos lo necesario para impedir mayores repercusiones.

Palabras Clave: *Cambio climático, recursos naturales, ecosistemas.*

II. INTRODUCCIÓN

La conservación de la humanidad se encuentra en relación con el estilo de desarrollo que impera en el mundo, lo cual pone en riesgo los recursos: atmosfera, agua, mares, biodiversidad al impactar sobre el clima sobrepasando límites de inestabilidad de temperatura, precipitaciones y en general las condiciones de la atmósfera y fenómenos climáticos extremos, provocando amenaza a la vida del planeta en general.

Es un hecho, que las actividades humanas están incidiendo drásticamente en la generación de gases de efecto invernadero y su resultado el calentamiento global. Estos cambios tienen un impacto dinámico en las actividades económicas, el bienestar social y los ecosistemas. En palabras de Stern (2007) las emisiones de gases efecto invernadero son una

externalidad negativa mundial, lo que constituye la mayor falla del mercado en todos los tiempos.

Si bien la humanidad ha avanzado en el desarrollo de la ciencia, tecnología, agricultura y la productividad de las empresas, estos beneficios han tenido un costo ambiental alto. Esta es una deuda histórica que las economías desarrolladas tienen con el resto del mundo, lo que involucra emprender una transición energética de gran escala que permita armonizar la economía. Es decir, desconectar la producción y el consumo de fuentes de energía basadas en carbono por generación de energía limpia y renovable, dejar de lado la deforestación y adoptar usos sostenibles de agricultura y forestación, proteger las fuentes de agua dulce y mares de la contaminación a fin de preservar la vida de todos los ecosistemas que son relevantes para la cadena alimenticia.

El estilo de desarrollo actual resulta insostenible debido al avance del cambio climático, el agotamiento de las fuentes de explotación de los recursos naturales, insuficiencia del dinamismo económico y la constante o creciente desigualdad (CEPAL, 2018).

En América Latina se producen las mismas condiciones que aplazan el cambio hacia economías más bajas en carbono, se corre el riesgo de no lograr cumplir las metas adoptadas por los organismos y acuerdos internacionales, y crecen los retos para la adaptación, dada la insuficiencia de las respuestas globales y regionales.

Se reconoce que "los países de la región han avanzado en la incorporación de la protección ambiental en los procesos de toma de decisiones, en particular en términos de las instituciones ambientales y la legislación, pero todavía hay dificultades para incorporar eficazmente los temas ambientales en las políticas públicas pertinentes" Magrín (2015, pág. 9).

Por lo anterior, el presente trabajo tiene como propósito presentar un acercamiento de las condiciones de emergencia climática en América Latina (AL) con el fin de reconocer el valor de los recursos ambientales y la necesidad de cambiar la forma de producción y consumo que como sabemos; la crisis climática causará mucho más, si no hacemos lo necesario para impedir mayores repercusiones.

III. MATERIALES Y METODOS

Este texto que se presenta se basa en los aportes conceptuales y de investigaciones realizadas por la CEPAL entre 2009 y 2019. La recolección de documentos en el periodo permitió realizar una síntesis de los puntos más relevantes que involucran la incidencia del cambio climático en la región de estudio.

IV. DESARROLLO

Señales del cambio climático

Derivado de las decisiones globales de producción, la humanidad ha añadido cerca de medio trillón de toneladas de CO_2 a la atmósfera desde la Revolución Industrial en el Siglo XVIII. De seguir con el mismo ritmo de producción y consumo, es probable que se emita una cantidad similar en las próximas décadas, lo que resultará en un incremento de al menos 1°C en las temperaturas promedio de la tierra e incluso será mucho mayor en algunas regiones.

Las consecuencias que se han presentado son el incremento de tormentas, cambios en la viabilidad de la agricultura y el incremento del nivel del mar. Los impactos son severamente desproporcionados sobre todo en países en vías de desarrollo. El aspecto central es que la velocidad del calentamiento global y sus consecuencias rebasan la capacidad de los sistemas económicos y sociales para adaptarse a ese cambio, lo que da lugar a una distribución muy regresiva del impacto. No modificar los factores que causan el daño en el uso de combustibles fósiles, agrava el problema y posterga la adopción significativa de patrones alternativos de inversión, producción y consumo.

Efectos de cambio climático en la región

La temperatura media mundial aumentó 0,85 °C (entre 0,65 °C y 1,06 °C) de 1880 a 2012. Los cambios climáticos son evidentes (IPCC, 2013a), existe evidencia de que las últimas tres décadas han sido progresivamente más cálidas, se estima que el período entre 1983 y 2019 ha sido el de mayor temperatura en los últimos 1,400 años. Este incremento promedio de temperatura se presenta con una disminución del número de días y noches fríos, y en un aumento del número de días y noches cálidos.

Al mismo tiempo, la masa de los mantos de hielo de casi todos los glaciares ha disminuido y el hielo en el ártico se ha reducido significativamente. Esto ha provocado un aumento de nivel del mar de 0,19 metros (entre 0,17 y 0,21 metros) de 1901 a 2010 y, actualmente, sube aproximadamente 3 milímetros por año. (CEPAL/Universidad de Cantabria, 2012) (Ver figura 1 y 2).

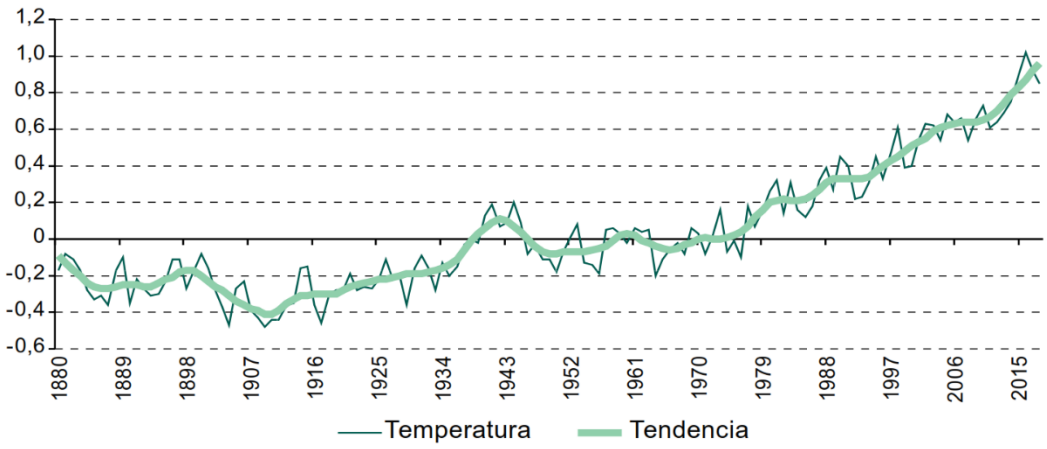


Figura 1. Cambio de temperatura superficie terrestre y oceánica 1951-1980, 1880-2018 (en grados centígrados). CEPAL/Universidad de Cantabria.

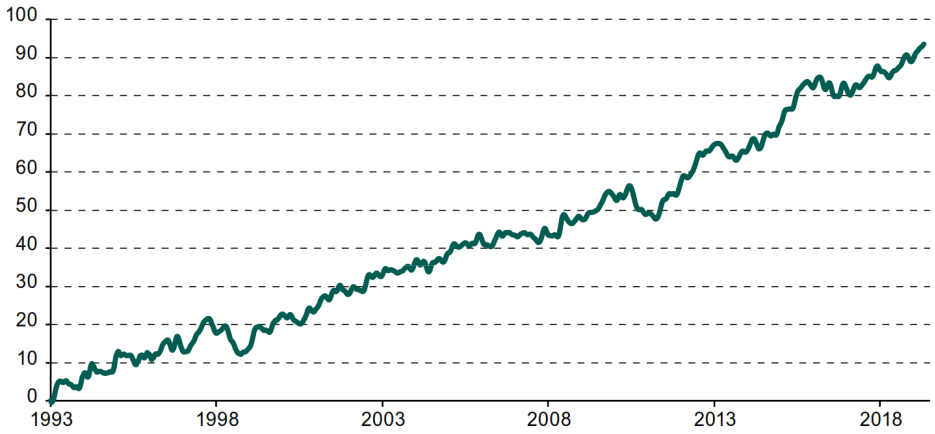


Figura 2. Incremento del nivel medio del mar 1993-2018. CEPAL/Universidad de Cantabria.

Según las proyecciones climáticas del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) (2013), la temperatura aumentará en promedio entre 1 °C y 2 °C

hacia mediados del siglo XXI en comparación con la temperatura promedio observada en el período 1986-2005.

Efectos en la Agricultura

Los cambios de clima tienen impacto sobre las actividades agropecuarias. El sector agrícola de América Latina representaba alrededor del 5% del PIB en 2018, concentrando el 14% de la población ocupada, generando alrededor del 29% de las exportaciones regionales. Este sector es prioritario para la seguridad alimentaria y dado el dinamismo económico que requiere incide en la reducción de pobreza. (Galindo et al, 2014; CEPAL, 2019; Banco Mundial, 2019).

El impacto climático es heterogéneo en los países debido a las diferentes condiciones socioeconómicas en las distintas regiones agrícolas. Del mismo modo, hay una relación negativa entre los fenómenos climáticos extremos (días de calor o precipitación extremos, sequías, inundaciones o fenómenos naturales extremos) y el rendimiento agropecuario, así como una creciente preocupación por los procesos de desertificación y degradación de las tierras, intensificados por el cambio climático (IPCC, 2014; Galindo et al, 2014).

Agua y cambio climático

El acceso y distribución de agua es heterogéneo en la región, al mismo tiempo, la demanda para el consumo humano aumenta a medida que crece la población. Esta demanda incluye el costo del suministro, precio de otros bienes, las características demográficas y socioeconómicas de los hogares, y el clima, en particular la temperatura y la precipitación. Por lo que el cambio climático pone en riesgo la disponibilidad de agua (Ver figura 3).

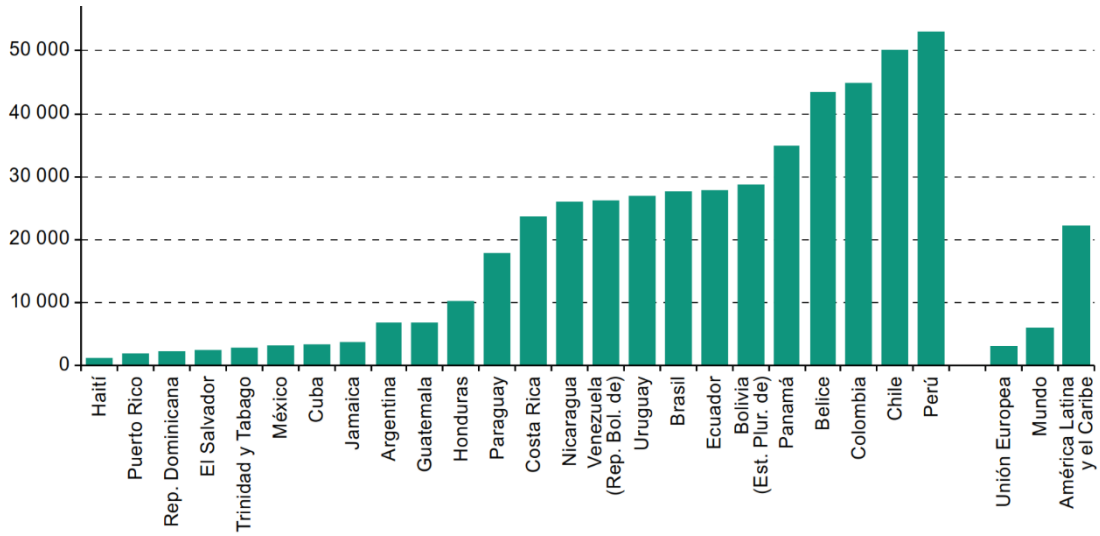


Figura 3. Disponibilidad de agua per cápita por país en metros cúbicos. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de Banco Mundial, Indicadores del Desarrollo Mundial.

Cambio climático y Salud

Los daños ambientales derivados de la actividad humana afectan diferentes ámbitos dentro de los cuales están la salud, la cual es definida por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como el estado del completo estado de bienestar físico, social y mental, no solo la ausencia de enfermedades.

Como se ha mencionado anteriormente el avance económico y la urbanización ha generado beneficios económicos y sociales. No obstante, también ha propiciado externalidades negativas, como la contaminación atmosférica, la generación de gases de efecto invernadero, los accidentes viales, la congestión vial, problemas de salud y contaminación del agua, que deterioran el sustento de la dinámica económica. (CEPAL, 2015).

El consumo de gasolina para transporte público y privado es otro factor que aporta emisiones de gases efecto invernadero (GEI). Estas emisiones dan lugar a una situación que es muy preocupante en las ciudades de la región. La OMS estima que, el 80% de las defunciones prematuras relacionadas con la mala calidad de aire exterior son la causa de cardiopatías, asma y bronquitis, el 14% infecciones agudas de las vías respiratorias, y el resto corresponde a cáncer de pulmón (PROAIRE, 2016), los niveles de contaminación

atmosférica son uno de los mayores riesgos que actualmente la sociedad enfrenta debido a que se ha vuelto cotidiano, vivir en zonas sumamente contaminadas, la población se ha acostumbrado a respirar el aire sucio, el problema es que el cuerpo no tiene la capacidad para metabolizar el aire contaminado, por lo que genera este tipo de anomalías en la población.

Asimismo, los efectos de la contaminación atmosférica en la salud de la población se intensifican como consecuencia del cambio climático (IPCC, 2013a).

Biodiversidad

La región de América Latina posee una diversidad climática y ecosistémica. Reportes de (CEPAL 2014) indican que, existe un patrimonio biológico ubicado en 178 regiones ecológicas que representan más del 50% de la biodiversidad del planeta. Además, en la región se encuentran el 21% de las ecorregiones terrestres, el 22% de agua dulce y el 16% de las marítimas, así como los hábitats del 40% de las especies de flora y fauna del mundo (Galindo y otros, 2017a).

Entre el 25% y el 50% de las especies de América Latina son endémicas (Herzog y otros, 2011), lo cual dadas las condiciones de vida es difícil resistir el cambio climático y adaptarse en hábitats diferentes (IPCC, 2002). Por tanto, está en riesgo la pérdida de biodiversidad.

Con el afán de mitigar el cambio climático y conservar los ecosistemas se han desarrollado políticas, planes y programas de respuesta a este fenómeno (Vergara et al, 2014). Si esas medidas se ejecutaran mediante procesos de gestión adecuados podrían llegar a ser más eficientes y eficaces que la creación de estructuras físicas de ingeniería (Colls, Ash e Ikkala, 2009).

En la figura 4 se muestran algunos sectores, políticas y acciones destinadas a facilitar la adaptación del estilo de vida hacia la preservación de los ecosistemas.

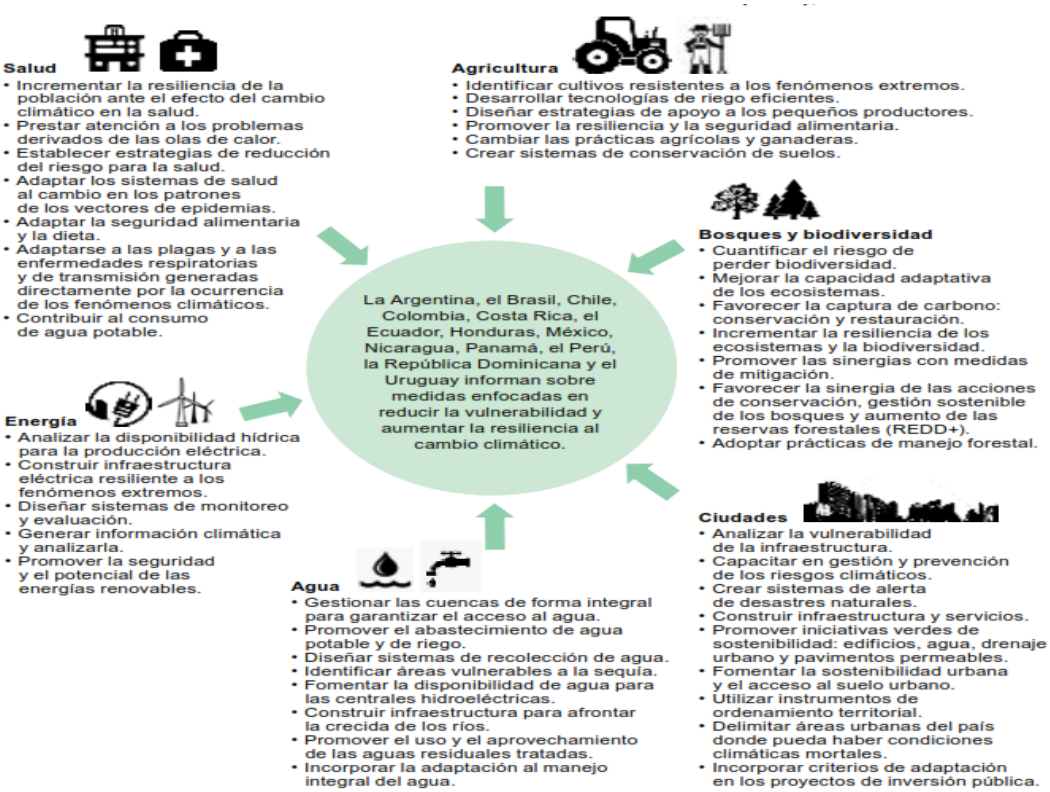


Figura 4. Medidas de adaptación incluidas en las contribuciones determinadas a nivel nacional (CDN), 2016-2018. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Se consideran también medidas transdisciplinares como: el análisis de riesgos climáticos que permitan contar con planes de monitoreo que alerten sistemas de prevención, así como la generación de información climática en tiempo real, además atender y apoyar el desarrollo de procesos participativos incluyentes, integrales, endógenos y sustentables para promover el mejoramiento integral de las comunidades, así como instruir y informar.

V. CONCLUSIONES

La información presentada, muestra parte del alcance del calentamiento global derivado de actividades antropogénicas y la consecuente generación de GEI. Todos sobrellevamos los costos del cambio climático, la respuesta de los acuerdos internacionales y nacionales hasta el momento es insuficiente para hacer frente a la emergencia ambiental.

Es de vital importancia la participación de la sociedad en primera instancia teniendo acceso a la información ambiental a fin de poder intervenir a nivel local en la toma de decisiones, en la toma de conciencia de consumo responsable y lo que corresponde como instituciones de educación superior en la formación en materia ambiental y de responsabilidad social de las generaciones presentes y futuras.

VI. REFERENCIAS

Banco Mundial *(2019). Indicadores del Desarrollo Mundial [base de datos en línea] https://databank.bancomundial.org/source/world-development-indicators.*

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) *(2018a). La ineficiencia de la desigualdad (LC/SES.37/3-P), Santiago CEPALSTAT [base de datos en línea] http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/WEB_CEPALSTAT/ .*

CEPAL/Universidad de Cantabria *(Comisión Económica para América Latina y el Caribe/Universidad de Cantabria). Efectos del cambio climático en la costa de América Latina y el Caribe: vulnerabilidad y exposición (2012). Documentos de Proyectos (LC/W.460), Santiago, abril.*

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) *(2019a), CEPALSTAT [base de datos en línea] http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/WEB_CEPALSTAT/ Portada.asp. (2016-2018), La economía del cambio climático en América Latina y el Caribe: paradojas y desafíos del desarrollo sostenible (CDN/G.2624), Santiago, febrero.*

Colls, A., N. Ash y N. Ikkala *(2009). Ecosystem-based Adaptation: A Natural Response to Climate Change, Gland, Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).*

Herzog, S. y otros *(2011), Climate Change and Biodiversity in the Tropical Andes, París, Instituto Interamericano para la Investigación del Cambio Global/Comité Científico sobre los Problemas del Medio Ambiente (SCOPE). Hochrainer, S. (2006). Macroeconomic Risk Management against Natural Disasters: Analysis.*

IPCC (Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático) *(2013a). Climate Change 2013: The Physical Science Basis, T. Stocker y otros (eds.), Cambridge, Cambridge University Press.*

IPCC (Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático) (2014a), Climate Change *2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Volume II: Regional Aspects, V. Barros y otros (eds.), Cambridge, Cambridge University Press.*

IPCC (Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (2002). Cambio climático y biodiversidad, Documento Técnico, N° 5, H. Gitay y otros (eds.), Ginebra, abril.

Galindo, L. y otros *(2014a). Paradojas y riesgos del crecimiento económico en América Latina y el Caribe: una visión ambiental de largo plazo, serie Medio Ambiente y Desarrollo, Núm. 156 (LC/L.3868), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).*

Galindo, L. y otros *(2017a). El cambio climático y sus efectos en la biodiversidad de América Latina, Síntesis de Políticas Públicas sobre Cambio Climático, Santiago, Unión Europea/Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).*

Magrin, G. *(2015). Adaptación al cambio climático en América Latina y el Caribe, Documentos de Proyectos (LC/W.692), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), diciembre.*

Stern, N. *(2007). The Economics of Climate Change: The Stern Review, Cambridge, Cambridge University Press.*

Vergara, W. y otros *(2014). El desafío climático y de desarrollo en América Latina y el Caribe: opciones para un desarrollo resiliente al clima y bajo en carbono, Washington, D.C., Banco Interamericano de Desarrollo/Comisión Económica para América Latina y el Caribe/Fondo Mundial para la Naturaleza (BID/CEPAL/WWF).*

TURISMO CREATIVO EN EL CONTEXTO DE LA ECONOMÍA NARANJA

Manuela Camacho Gómez, Rosario del Carmen Suárez Jiménez.

I. RESUMEN

La Economía Naranja apunta hacia la inversión para formar nuevas capacidades, de tal manera que, los actores involucrados sean competentes y competitivos para adaptarse a necesidades cambiantes de los mercados y de los entornos. También busca atraer talento y producir productos culturales de manera colaborativa, considerando el costo-beneficio de la oferta de éstos. Las industrias culturales se componen de tres grandes conjuntos de organizaciones: sectores tradicionales, sectores recientes y otros sectores. En este último se incluye al turismo cultural, el que, a su vez, contempla actividades de: arquitectura, museos y galerías, gastronomía, productos típicos, ecoturismo, conciertos y actuaciones, y artesanías (BID, 2007).

El turismo cultural se concentra en productos y servicios fundamentados en la creatividad de las personas y de los procesos. Además, impulsa la diversificación de productos turísticos con tendencias hacia la sustentabilidad de los sitios que poseen el patrimonio material e inmaterial susceptible de ser compartido con visitantes y turistas.

Con estas perspectivas, el presente trabajo sobre turismo creativo se enmarca en la economía naranja impulsada por el Banco Interamericano del Desarrollo (BID). Su desarrollo es estrictamente descriptivo basado en un amplio análisis documental. Las principales conclusiones dan cuenta de la importancia de la creatividad calculada, referida a productos y servicios con aceptación en los mercados turísticos orientado al turista cultural.

Palabras Clave: *Creatividad, Economía naranja, Turismo Creativo.*

II. INTRODUCCIÓN

El turismo cultural o creativo se pone de relieve la identidad y capacidades de un grupo, que, junto a otros actores relacionados con este sector, ofertan productos y servicios diferenciados. Desde esta perspectiva, las tendencias muestran que, el entorno turístico ha cambiado y, por lo tanto, se precisan de nuevos métodos para brindar servicios y atraer a los segmentos con estrategias innovadoras y creativas que formen parte de una cadena de valor.

Consecuentemente, el sector de turismo creativo es necesario gestionar las oportunidades de enriquecimiento cultural que ofrece la globalización donde también se tienen que enfrentar retos en cuanto a capacidad creativa, acceso y diversidad. Esto debido a que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial (UNESCO, 2010).

La funcionalidad de los productos y servicios creativos deben enfocarse a la satisfacción y completo agrado de los turistas reales o potenciales. En este contexto, el turismo de cultura, también denominado turismo naranja es una alternativa viable para generar más y mejores oportunidades a través de la atracción de inversiones, la generación de empleos y encadenamiento productivo, mediante el aprovechamiento responsable e incluyente de la riqueza cultural con la que cuenta el país (ICTUR, 2017).

Las tendencias de la creatividad aplicada representan un área de oportunidad para las organizaciones turísticas en el marco de la economía naranja. Ese es el motivo del análisis sobre el turismo creativo desde una óptica teórica, con el propósito de abonar al estado del arte.

III. OBJETIVOS Y METAS

El objetivo del estudio fue identificar las características del turismo creativo en el marco de la economía naranja, a través de una revisión teórica basada especialmente en organismos internacionales impulsores de esta teoría.

IV. RESULTADOS

- Economía naranja

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la economía naranja (o creativa) se define como el grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual. Incluye tres principales grupos de actividades: las actividades tradicionales y artísticas, la industria creativa y las actividades que brindan apoyo creativo a las industrias tradicionales (UNESCO, 2018).

Por su parte, la Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), y el Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (DCMS); la Economía Naranja se fundamenta en la creatividad, artes y cultura como materia prima, se encuentra estrechamente relacionada con los derechos de propiedad intelectual, particularmente con el derecho de autor; además mantiene una función directa en una cadena de valor creativa (BID, 2013) (Ver figura 1).

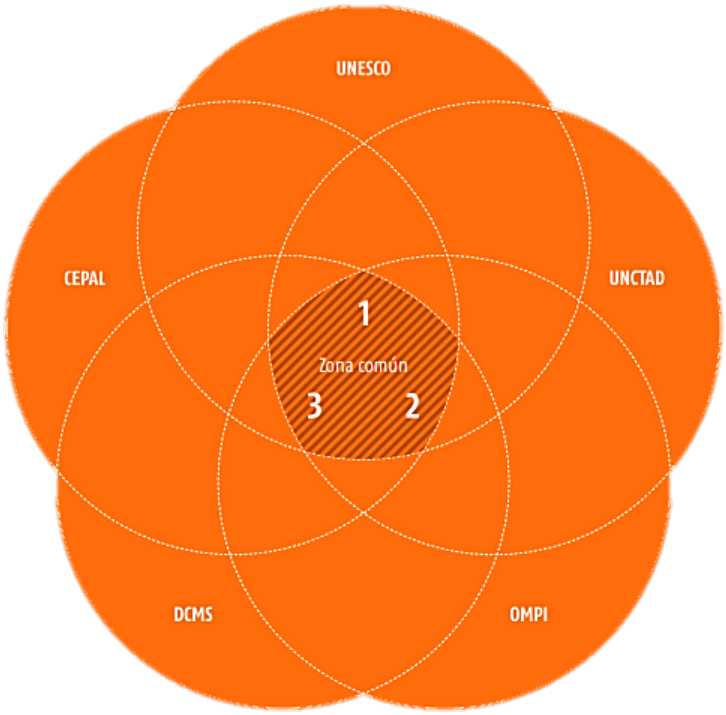


Figura 1. Economía naranja desde la perspectiva de organismos internacionales.

Fuente: BID (2013).

La EN invierte en nuevas capacidades, atrae talento y los desarrolla; priorizando, personalizando y produciendo colaborativamente. No se trata de hacer más negocios o políticas para el desarrollo de la economía, sino más economía naranja a los negocios y a las políticas (BID, 2013). Las actividades que la conforman se tipifican en: desarrollos, productos o servicios. Hacen parte de las artes y el patrimonio cultural material e inmaterial, las industrias culturales y las creaciones funcionales (Gobierno de Colombia, 2019). Para el desarrollo de la Economía Naranja el BID considera la inclusión de 7 I aplicado a productos culturales que participan en mercados altamente competidos (Ver figura 2).

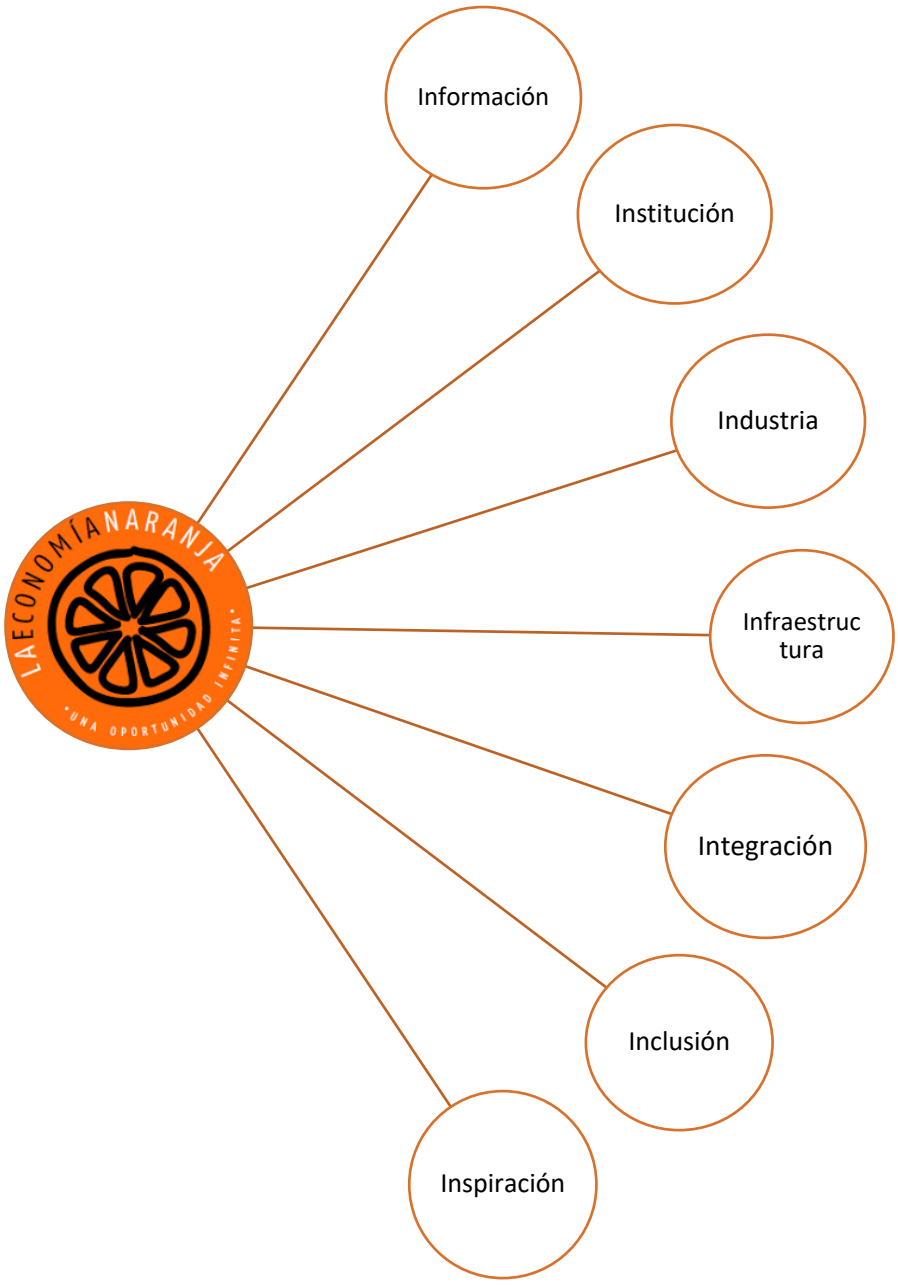


Figura 2. "7 I" de la economía naranja

Fuente: Elaboración con base en BID (2013).

Con estas vertientes, la economía naranja contempla tres grandes dimensiones de la política cultural: "1) la conservación y salvaguarda del patrimonio cultural; 2) la extensión de los servicios y beneficios de la cultura a la población; 3) el fomento y apoyo a la creación

artística" (Ejea, 2009, pp. 18-19, citado por Lozano et al, 2017). Las industrias culturales se estructuran con seis grandes componentes: competitividad e innovación, recursos humanos y formación, infraestructuras e inversiones, financiamiento, marco normativo y desarrollo de mercados (Ver figura 3).

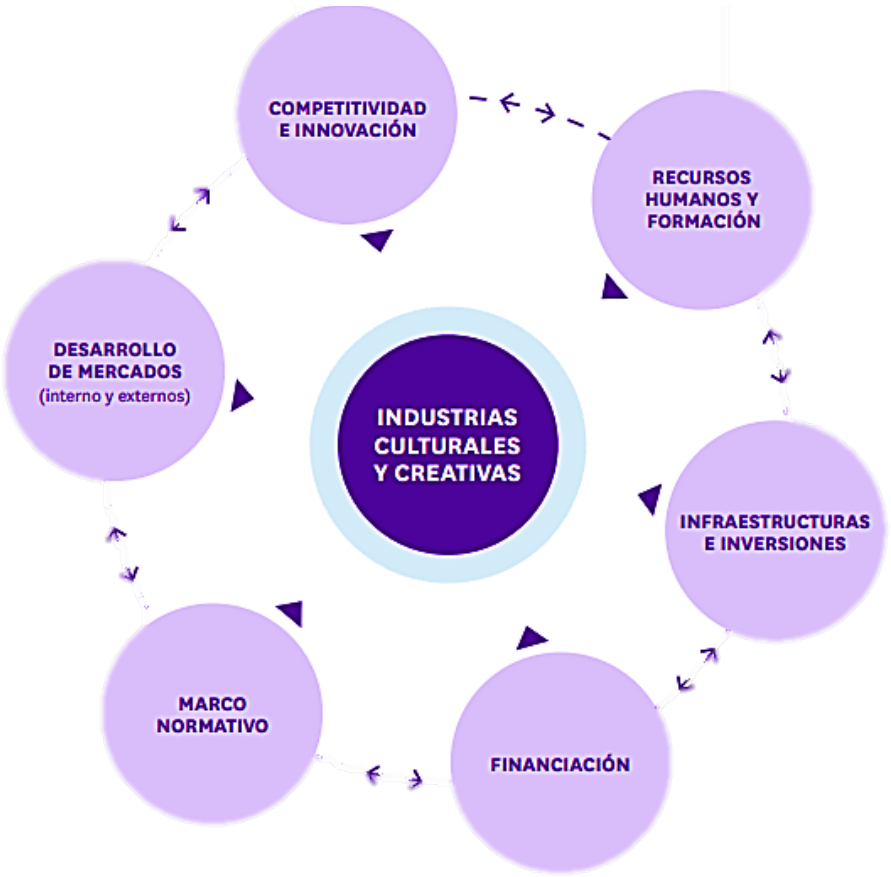


Figura 3. Características de las industrias creativas y culturales.
Fuente: UNESCO (2010).

Desde el punto de vista del desarrollo económico y social y del turismo creativo se encuentran contempladas acciones de procesos comunicativos, desarrollo de competencias y evaluación de los actores locales (Molina, 2016):

a. Procesos intensivos de comunicación multidireccional y permanente para construir imágenes-objetivo y escenarios futuros compartidos

b. Desarrollo de diversas competencias complejas en todos los actores locales que participarán de manera relevante en diversas áreas del proyecto de turismo creativo
c. Evaluación de competencias que aseguren se trata de habilidades especializadas para tener una oferta turística diferenciada y única, y que las personas que se involucran en los proyectos estén en posibilidades de agregar valor a las iniciativas que se impulsan

- Turismo naranja

Al ser el turismo una actividad ligada a efectos territoriales relacionados con la sustentabilidad de los espacios (Lozano et al, 2017), se convierte en un generador de desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural, la producción artística y las industrias culturales y creativas. Por lo tanto, el turismo naranja es un articulador y potenciador de la economía naranja, la economía cultural y creativa, contribuyendo a generar oportunidades para la comunidad local a partir de su identidad y mediante la configuración de destinos naranja, territorios o clusters turísticos con identidad cultural, tanto en medio rural como en el urbano (UNESCO, 2014).

El turismo Naranja es una gran oportunidad de acercarse a la cultura, identidad y gastronomía de las naciones, que tienen todos los elementos para realizar un turismo sostenible y que genere desarrollo cultural, económico y social a partir de la gestión turística responsable del patrimonio cultural (NITU, 2020).

- Destino Naranja

El destino naranja es un territorio con identidad cultural, un destino con recursos culturales y creativos que tiene la economía naranja como uno de sus ejes de desarrollo endógeno y genera una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hacia él (BID, 2013).

V. CONCLUSIONES

La economía naranja ha impulsado el desarrollo de la industria cultural basada en la premisa de la inspiración que fundamenta las ideas creativas con valor de mercado y que satisfacen necesidades de los segmentos que atienden. Para ello, se requiere de actividades

estratégicas de innovación, formación de competencias de los actores involucrados e incentivos para fomentar el desarrollo de productos culturales.

En este contexto, el turismo creativo tiene en la cultura su materia prima y la alta posibilidad de generar productos más competitivos que sean parte de una cadena de valor. Este tipo de turismo requiere de especialistas que generen ideas creativas con las comunidades poseedoras del patrimonio cultural material e inmaterial para que con un proceso estructurado den como resultados productos y servicios rentables con ventajas diferenciadas y de largo plazo.

VI. PROPUESTAS

- La Economía Naranja se fundamenta en la creatividad, artes y cultura como materia prima, se encuentra estrechamente relacionada con los derechos de propiedad intelectual (BID, 2013).
- La economía naranja (o creativa) son ideas que se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual (UNESCO, 2018).
- El turismo cultural o creativo como parte de la economía naranja redimensiona la identidad y capacidades de un grupo o comunidad que ofrecen productos y servicios diferenciados.
- Se precisan de nuevos métodos para brindar servicios y atraer a los segmentos con estrategias innovadoras y creativas que formen parte de una cadena de valor en el turismo.
- Es necesario gestionar las oportunidades de enriquecimiento cultural que ofrece la globalización donde también se tienen que enfrentar retos en cuanto a capacidad creativa, acceso y diversidad.
- La funcionalidad de los productos y servicios creativos deben enfocarse a la satisfacción y completo agrado de los turistas reales o potenciales.
- El también denominado turismo naranja genera oportunidades a través de la atracción de inversiones, la generación de empleos y encadenamiento productivo, mediante el

aprovechamiento responsable e incluyente de la riqueza cultural mexicana (ICTUR, 2017).

- Las tendencias de la creatividad aplicada representan un área de oportunidad para las organizaciones turísticas en el marco de la economía naranja.
- El turismo es un articulador y potenciador de la economía naranja, la economía cultural y creativa, contribuyendo a generar oportunidades para la comunidad local (UNESCO, 2014).

VII. REFERENCIAS

BID *(2013). Economía Naranja.*

Creative Turismo Network *(2016). I Congreso de la OMT sobre Turismo Creativo. Recuperado de http://www.creativetourismnetwork.org/unwto-congress-on-creative-tourism/?lang=e.*

García Suárez, J.A., Pulido Fernández, J.I. *(2018). Creacity, una propuesta de índice para medir la creatividad turística. Aplicación en tres destino urbano - culturales españoles. Revista de Estudios Regionales, núm. 103, pp. 69-108.*

Gobierno de Colombia *(2019) ABC de la economía naranja.*

ICTUR *(2017). Boletín de Nuevas Adquisiciones. Recuperado de http://desarrollo.sectur.gob.mx/docsmail/BNA4totrimestre2017.pdf*

Lozano Uvario, K.M., Méndez Guajardo, P., y Castañeda Castro, R. (2018). Políticas públicas y economía naranja en la región.

Valles de Jalisco, México. CORIMA, *Revista de Investigación en gestión cultural. Núm. 4, pp. 1-28*

Molina, S. *(2016). Turismo Creativo. Turismo: Estudios & Prácticas, Mossorpo (5), No. 1, pp 205-223*

NITU *(Enero 28, 2020). Turismo naranja destaca en la Riviera Maya. Recuperado de https://www.nitu.mx/index.php/2020/01/28/turismo-naranja-destaca-en-la-riviera-maya/*

Sernatur *(2014). Turismo Cultural: una oportunidad para el desarrollo local. Guía Metodológica.*

Macarena Sosa, R. *(2017). Turismo creativo: Casos Ciudad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económico-UNLP. Recuperado de file:///C:/Users/Hp/Downloads/Sosa.%20Turismo%20creativo.pdf*

UNESCO (*Octubre 22, 2013). Turismo creativo en Porto Alegre. Recuperado de http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/turismo_creativo_en_porto_alegre/*

UNESCO (2018). *Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. Montevideo Uruguay: UNESCO.*

ESTUDIOS Y PROYECTOS REGIONALES COMUNITARIOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN MÉXICO.

Esta obra se terminó de editar el 03 de noviembre de 2021, en la Universidad Tecnológica de Tabasco, ubicada en Carretera, Villahermosa-Teapa, Km. 14.6, Parrilla II, Tab. C.P. 86288, Villahermosa, Centro, Tabasco. El cuidado estuvo a cargo de los autores, coordinadores, revisores y editores del Departamento Editorial de la UTTAB.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TABASCO

UT

¡Excelencia académica,
innovación con sentido social!

SEP
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

TABASCO

UTyP
DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES TECNOLÓGICAS Y POLITÉCNICAS