



Percepción de los impactos del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco

Edmundo Andrade Romo
Rosa María Chávez Dagostino
Rodrigo Espinoza Sánchez
José Luis Cornejo Ortega
Tatiana Gómez Morales

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Percepción de los impactos
del turismo de naturaleza
en la costa de Jalisco

Esta obra se logró con el apoyo del
Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI)

Percepción de los impactos del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco

Edmundo Andrade Romo
Rosa María Chávez Dagostino
Rodrigo Espinoza Sánchez
José Luis Cornejo Ortega
Tatiana Gómez Morales

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Tonatiuh Bravo Padilla
Rector general

Miguel Ángel Navarro Navarro
Vicerrector ejecutivo

José Alfredo Peña Ramos
Secretario general

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

Marco Antonio Cortés Guardado
Rector

Jorge Téllez López
Secretario académico

Gloria Angélica Hernández Obledo
Secretaria administrativa

Percepción de los impactos del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco

Primera edición 2013

D.R. © 2013, Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de la Costa
Av. Universidad de Guadalajara 203, Delegación Ixtapa
48280 Puerto Vallarta, Jalisco

Fotografía de portada: Alfredo Gutiérrez R.

ISBN: 978-607-450-772-0

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

ÍNDICE

Prólogo	9
I. Turismo en la costa de Jalisco	11
II. El turismo de naturaleza y la percepción de impactos	23
III. Aspectos metodológicos y perfil del encuestado	41
IV. Percepción de los impactos ambientales en la costa de Jalisco ...	51
V. Percepción de los impactos económicos en la costa de Jalisco	69
VI. Percepción de los impactos sociales en la costa de Jalisco	105
Epílogo	147

PRÓLOGO

El objetivo general de esta publicación es identificar los aspectos significativos a partir de la percepción del impacto ambiental, económico y social del turismo y empresas de turismo de naturaleza en las poblaciones costeras de Jalisco con actividad turística. El objetivo específico es evaluar la percepción de la comunidad sobre la relevancia de los recursos naturales, el grado de transformación del paisaje de su localidad, y como el grado de información que tienen los habitantes sobre acciones de conservación de los recursos ambientales.

Establecidos los impactos generados por el turismo, se puede dar paso a propuestas de política pública que contrarresten los efectos negativos.

Diversos autores han estudiado el impacto social y cultural que tiene el turismo respecto al desarrollo local, y estos se refieren principalmente a dos aspectos: la satisfacción del visitante y el impacto negativo de la actividad turística en las comunidades. Se considera que son los habitantes quienes registran los efectos de la actividad turística.

El presente libro es parte de los resultados del proyecto *Impacto del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco* (2009-440) aprobado por COECYTJAL, que dirigió la Dra. Rosa María Chávez Dagostino como parte del trabajo del cuerpo académico Análisis regional y turismo (UDG-CA-446) y la colaboración del Centro de investigación, análisis ambiental y prospectiva regional (AAPRE).

La obra presenta seis apartados numerados, un prólogo y un epílogo, el primer tema versa sobre el turismo en la costa

de Jalisco y se describe la dimensión temporal-locativa en que se enmarca el desarrollo y la evolución de la actividad turística en el gran litoral formado por el actual corredor Costa Alegre-Puerto Vallarta; en segundo término se desarrolla la temática relacionada con los conceptos de turismo de naturaleza, impactos y percepción, que forman la parte nodal del trabajo; el siguiente capítulo está dedicado a los aspectos metodológicos y perfil del encuestado como parte de los primeros resultados y caracterización del sujeto de estudio; en cuanto a los resultados por región y municipios se presentan en los siguientes tres capítulos, que describen la percepción de los impactos ambientales, los impactos económicos y los sociales en la costa de Jalisco, en dichos apartados se presentan como parte de los resultados, los datos inferidos, análisis de datos, conclusiones y tablas; finalmente, el epílogo cierra la edición con una conclusión general y propuesta.

Agradecemos a todos los colaboradores de esta edición y reiteramos la importancia de estos trabajos de carácter regional.

Alejandro Palafox Muñoz

I. TURISMO EN LA COSTA DE JALISCO

Todos los países manifiestan gran diversidad en modos de producción, que han ido evolucionando con el tiempo. La costa de Jalisco, integrada por cinco municipios, no ha sido excepción, ha impulsado la búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo económico para sus pobladores.

El turismo es una actividad económica que durante las últimas décadas del siglo pasado y lo que va de esta, ha mostrado ser uno de los eslabones en los que se sostiene el discurso oficial construido para afrontar los embates de las crisis recurrentes de los modelos tradicionales, y con ello, dicha actividad se ha convertido para las economías periféricas en el sueño dorado que puede subsanar las heridas que el diseño y ejecución de políticas públicas erróneas han generado en los diferentes colectivos de la sociedad asentada en estas grandes porciones territoriales que ansían nuevas oportunidades que les generen satisfacciones en su vida cotidiana, elementos éstos necesarios para el desarrollo integral tanto de los individuos como de los territorios.

En el mismo sentido, los planes y programas de desarrollo impulsados por el sector oficial en México siguen la constante determinista del modelo neoliberal del sistema capitalista, donde los lineamientos de reestructuración económica obedecen a políticas de los gobiernos centrales, el turismo como una de las vertientes de este modelo acumulativo, se convierte en uno de los ejes centrales para su implementación en la periferia de la economía global. El fenómeno de poblamiento de los litorales para su uso en la industria turística, presenta un fuerte avance en territorios propenso a la voracidad inmobiliaria y, donde el

estado en ocasiones es el desarrollador directo. México tiene una política gubernamental de priorización sectorial que presenta el escenario ideal para un ejercicio turístico de masas, que se antepone a otras actividades económicas, y donde los municipios se convierten en ejecutores de dichas políticas. La costa de Jalisco cuenta con un desarrollo relativamente nuevo, que presenta dos fisonomías diametralmente opuestas, sus dos extremos con un desarrollo de infraestructura turística adecuada para el esparcimiento masivo y, donde el crecimiento turístico se ha gestado en el viejo paradigma de explotación de sus recursos naturales de litoral, como es el caso de Puerto Vallarta, cuya infraestructura hotelera y restaurantera es una de las más modernas de Latinoamérica, así como sus medios de comunicación para que la actividad se vea fortalecida, a través de un aeropuerto internacional para el flujo turístico, mientras que en su extremo sur, el municipio de Cihuatlán cuenta con otro destino tradicional de sol y playa como es el caso de Barra de Navidad y Melaque, destinos con infraestructura turística para flujos turísticos domésticos e internacionales representadas por escasas cadenas hoteleras. En contraste, la mayor parte de la franja central costera manifiesta un crecimiento turístico desproporcional a sus recursos naturales, ya que su ecosistema es vasto, sin embargo, el crecimiento de este segmento turístico no es el más deseado para la política turística ya referida, y este perfil natural homogéneo posibilita el crecimiento económico de los cinco municipios a través del turismo.

La ocupación de las costas es y ha sido una tendencia del ser humano desde su búsqueda de techo y alimento. La costa del Pacífico mexicano es uno de los territorios más codiciados por los políticos mexicanos y las oligarquías, de manera que las decisiones han perturbado el desarrollo armónico de valles, costas y

montañas; la famosa marcha al mar emitida por el sector oficial indujo a grandes movilizaciones con el objeto de ocupar franjas de terreno federal e indígena que a la postre representaban un “diamante en bruto” para las poblaciones de inmigrantes del centro y centro sur del país que orillados por la densidad demográfica de sus poblaciones de origen se ilusionaron a aventurarse en un nuevo viaje hacia esta porción territorial de ensueño e incógnita.

La costa de Jalisco no es la excepción a esta visión del poder gubernamental, que respaldado en un discurso persuasivo impulsa el desarrollo de polos turísticos, bajo la constante de los municipios turísticos que agregarían valor a las actividades económicas convencionales que se desarrollaban en esta franja caracterizada por una riqueza natural exuberante, y donde el litoral es el objetivo para la apropiación capitalista de grandes y hermosos terrenos con comunicación directa al mar y, donde los pobladores con una identidad exógena representaban un elemento fácil de convencer para la toma de decisiones en la política de gobierno.

Al respecto, la política gubernamental ha planificado el crecimiento y desarrollo a partir de regiones con un enfoque *de facto* y *de jure*, lo que ha incrementado la desigualdad social.

Los corredores y polos turísticos de la costa de Jalisco por mucho tiempo fueron considerados como los eslabones que permearían el desarrollo de esta gran región, sin embargo ese imaginario quedó en recuerdos de un caciquismo político que agudizó la pobreza manifiesta en todos aspectos como: a) ambiental, b) económica, c) social y d) política-cultural.

Acorde a lo anterior, la intención del presente capítulo es mostrar cómo se ha desarrollado el turismo en la franja litoral del estado de Jalisco.

Crecimiento y desarrollo turístico en la costa de Jalisco

Hablar de crecimiento y desarrollo turístico en un espacio determinado, implica hacer énfasis en los actores y factores que propiciaron dicho auge o deterioro. Del litoral jalisciense parecía estar olvidado por el gobierno federal, pero por otra parte asomaba una vía establecida para responder a ciertos intereses estratégicos engendrados en el gobierno mexicano.

Por otra parte, las estrategias de los grupos de poder enclaustrados en sus trincheras de los “generalísimos” operaban dentro de estos territorios costeros con el objetivo de tener y poder controlar sus propios intereses que ostentaban como un premio a su trayectoria. Así aparecen personajes simbólicos cuya visión de geoconomía y geopolítica emanada desde el estado funcionando como rectores de toda actividad económica que se suscitará dentro de este hermoso territorio. Las políticas gubernamentales y públicas formuladas en el sector oficial dictaminan las ocurrencias que se ejercitarán en un escenario determinado, en este caso se alude al crecimiento y desarrollo del turismo no únicamente en la costa alegre sino en toda la costa jalisciense (Orozco *et al.*, 2008; Universidad de Guadalajara, 2005; Espinoza *et al.*, 2009).

El caciquismo político de la costa de Jalisco suscribe entre sus rubros principales a actores que de alguna forma u otra apostaron al crecimiento o al desarrollo de la región desde su propia visión, y desde la óptica de la política tradicional, quienes parecían tener las llaves para incursionar en este mosaico territorial, por la parte sur se puede nombrar al general Marcelino García Barragán, y en el centro-norte a la familia Zuno Arce. Estos caciquismos abrían o cerraban el desarrollo, aunque ya contemplaban al turismo como un instrumento que traería crecimiento económico a la región.

El fenómeno de crecimiento y desarrollo del turismo requiere para su expansión de marcas distintivas que le den sentido y proyección a sus productos, y así se rescata el concepto de costa alegre mismo que data de la década de 1970 bajo el *slogan* de corredor turístico de costa alegre y, en el año de 1990 se oficializa a través del Diario Oficial de la Federación (Universidad de Guadalajara, 2005; Espinoza *et al.*, 2011).

Puede precisarse que estas estrategias gubernamentales para el crecimiento turístico de este litoral obedece a la “belleza inmaculada” y a la vez fundamenta la esencia del crecimiento y desarrollo económico a través del turismo: “El incremento del turismo se basa en la protección que hace el Gobierno Federal y Estatal [...] con esto se fundamenta que el turismo es factor de progreso social ya que favorece las relaciones culturales, comerciales y el incremento en la producción” (Gutiérrez, 1971).

Con una extensión estimada en 341 km de litoral en Jalisco se establece el aprovechamiento a través de corredores, polos, y sitios turísticos en cada una de las bahías, caletas y humedales de esta franja, estrategia plasmada en los planes de desarrollo encaminados a atraer inversiones mediante la industria turística, restaurantera, transporte, comercial y de autoservicio.

El nuevo *slogan* turístico de “Riviera” aparece en la franja turística en cuestión, pero su origen es con los desarrollos turísticos de: El Tamarindo, El Tecuán, Club Méditerranée, Playa Blanca, Fraccionamiento Chamela, Las Alamandas, Hotelito Desconocido, Hotel Maito, y las cadenas hoteleras y restauranteras asentadas en Puerto Vallarta, y su extremo opuesto Cihuatlán con una infraestructura hotelera reconocida.

La formulación e implementación de estas estrategias gubernamentales conducen a analizar en el espacio y en el tiempo, cómo se ha desarrollado la actividad turística dentro de un litoral que contiene elementos naturales y culturales de alto valor patri-

monial, y a la vez se observa, cómo el fenómeno turístico ha ido desplazando al modelo de desarrollo agropecuario sustentado en la actividad primaria, donde la política pública generada en el centro no ha impactado lo suficiente como para retener los flujos de migración a las urbes más cercanas, como Puerto Vallarta, Guadalajara, Manzanillo, Tepic, sin olvidar a la unión americana.

En el mismo sentido, se puede analizar el megaproyecto agropecuario en el municipio de Tomatlán con la construcción de la presa “Cajón de Peñas” en la década de 1970, misma que fue creada para irrigar más de 33,000 hectáreas para generar oportunidades para el desarrollo local soportado en las actividades del sector agropecuario, que llevó a este municipio a ser el tercer productor de carne bovina en el estado de Jalisco y primero en la región Costa de Jalisco (Espinoza *et al.*, 2007; Universidad de Guadalajara, 2005; Gómez, 2000; Vargas, 2003).

Dicho vaso lacustre creado para propósitos agropecuarios, inicia a albergar actividades turísticas, algo notorio es la aparición de empresas de alojamiento turístico no convencionales, enfocadas al turismo de naturaleza que representa una opción adicional para el desarrollo turístico.

Haciendo referencia a un principio administrativo denominado “principio de Peter”, en el que enfatiza que el ser humano crece hasta su máximo grado de ignorancia o incompetencia, y para entonces reflexionar sobre el camino que ha recorrido, pensamos que eso ocurrió con la construcción de la presa referida, ya que este modelo depredador de recursos naturales ocasionó que se afectara al bosque del valle de Tomatlán y a la vez se afectara la interconexión de los ecosistemas de este paraíso natural (Daft, 2007; De Jong, 2001; United States Environmental Protection Agency, 2002; Wherther y Davis, 2000).

En congruencia, con la incursión de esta marca turística de costa alegre, en Jalisco se transita de manera rudimentaria a un

sector sensible como es el turismo, lo que puede ocasionar un desplazamiento avasallador por parte del capital hacia las comunidades locales, que ya manifiestan la presencia de grandes firmas transnacionales en hotelería en sitios donde la comunicación al mar es privilegiada como el caso de Careyitos, La Cocina, Playa de Mezcales, Chalacatepec, Peñitas, El Chorro, Agua Dulce, San Carlos, Tehua, Cucharitas, Playitas, Corrales, entre otras.

Se puede inferir que la geografía del turismo y la recreación son aspectos que desde el siglo pasado y principio del presente han tenido una gran consideración en la formulación e implementación de la política turística, con el énfasis del desarrollo para todos propuesto desde el centro y, donde la población de la periferia se ha convertido en mero espectador del desarrollismo gestado a partir de un crecimiento voraz, donde la realidad social construida en el discurso queda muy distante de la realidad de las comunidades locales (Hall y Page, 2000; Rodríguez y Méndez, 2005; Gutiérrez, 1971).

En el mismo sentido, el costo socioeconómico que ha causado la transición del sector primario al terciario y específicamente al subsector turismo, es en verdad catastrófico, ya que en un primer momento, se aprecia cómo la estrategia gubernamental construida a partir del discurso oficial, se centra en la apropiación de los recursos con alta plusvalía y, una vez, desmantelado el territorio, desplaza a las comunidades rurales que se ven forzadas a emigrar a la ciudad.

La identidad cultural es un elemento que permite la protección del desarrollo local comunitario, y que la ocurrencia de lo contrario, permite ver claramente que facilita el desplazamiento y la generación de asimetrías territoriales, llegando a la consideración planteada por Adam Smith y David Ricardo como ventaja absoluta y ventajas comparativas respectivamente, lo que ha llevado al retroceso del desarrollo local de esta Costa Alegre

diluida entre dos entidades federativas (Rionda, 2008; Espinoza *et al.*, 2012).

Reflexiones y consideraciones finales

La costa de Jalisco es un litoral que alberga dos pilares fundamentales para el desarrollo del turismo en sus diferentes modalidades: recursos naturales y recursos culturales, acorde a esto es prioridad para el estado su administración y manejo relacionado al desarrollo sustentable, que es a partir de la construcción de un discurso oficial orientado a la apropiación de este espacio litoral como el turismo ha estado manifestando su crecimiento acelerado, y al mismo tiempo subyugando y devorando los recursos contenidos en esta superficie territorial. El turismo como estrategia de colonización y bajo la máscara de bondad a corto plazo muestra la capacidad de generar empleos en zonas donde la miseria rural y el hombre contemporáneo han encontrado un punto de intersección que los hace dependientes entre sí, donde sus nuevas formas de pensar han acabado con el sentido de pertenencia convirtiéndose en agentes directos de su propia tristeza y enajenación en un mundo con escasa calidad de vida.

Por otra parte, el turismo como actividad preponderante para la costa de Jalisco, debe de manejarse bajo un nuevo paradigma en el que el eje central sea el encuentro de la visión de los colectivos locales y, donde las premisas de dicha planeación se sustenten en la implementación de un planeamiento de abajo hacia arriba donde la gente esté integrada a esta nueva forma de vida, y no lo inverso, ya que la planeación gubernamental desde el centro desplazará a las poblaciones locales y las desigualdades sociales se verán recrudecidas ocasionando pobreza extrema o cinturones de miseria en buena parte de la zona costera aludida.

Además, el crecimiento y desarrollo del turismo en esta región ha respondido a intereses particulares, lo que ha ocasionado

conflictos de tenencia de la tierra, y ha presionado para el desalojo de ejidatarios, aspecto que ha transformado la vida de los pobladores de la costa jalisciense, por lo que se requieren estudios con mayor profundidad sobre el turismo para evitar errores que entorpezcan el desarrollo en toda la extensión de la palabra.

Referencias bibliográficas

- Blauert, J. y Simon Zadek (1999). *Mediación para la Sustentabilidad. Construyendo políticas desde las bases*. Institute of Development Studies, Universidad de Sussex, CIESAS, Consejo Británico. Plaza y Valdés Editores. México.
- Daft, R. (2005). *Teoría y diseño organizacional*. 8ª ed. Thomson. México.
- De Jong, J. M. (2001). *Introducción al método regional*. Laboratorio patagónico de investigación para el ordenamiento ambiental y territorial, Facultad de Humanidades, Universidad de Comahue. Argentina.
- Espinoza, R., E. Andrade y R. M. Chávez (2009). El Imaginario del Desarrollo Sustentado en el Turismo Comunitario. Caso: Techos de México en Chacala Nayarit, México. *TURyDES*, vol. 2, núm. 5, junio.
- , E. Andrade, R. M. Chávez y J. D. Medina (2011). Geopolítica y Geoeconomía Turística en una Costa Alegre. Caso de las Riberas de los “Nuevos Cancún” en el estado de Jalisco y de Nayarit, México. Ponencia presentada en el 4º Congreso Internacional sobre Turismo y Desarrollo celebrado del 9 al 28 de julio. Grupo Eumed. Net. Universidad de Málaga, España.
- , R. M. Chávez y E. Andrade (2007). Análisis Patrimonial de la Región Baja del río Tomatlán. *TURyDES*, vol. 1, núm. 1, octubre.
- , (2012). Lo global-local como base del turismo y la sustentabilidad. Una aproximación a la discusión teórica concep-

- tual, en López, A.; G. López; E. Andrade; R. M. Chávez y R. Espinoza. *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*. Academia Mexicana de Investigación Turística, A.C. / Universidad de Guadalajara. México.
- Gómez, I. (2000). *Tomatlán tierra de retos y oportunidades*. Talleres de Maquiladora Gráfica Mexicana. Guadalajara. México.
- Gutiérrez, S. (1971). *Plan de desarrollo turístico*. Complejo Costa Alegre Municipio de Compostela Nayarit. Gobierno del Estado de Nayarit, Dirección General de Promoción y Desarrollo. México.
- Hall, C. M. y S. J. Page (2000). *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, place and space*. Routledge Taylor and Francis Group. Londres y Nueva York.
- Orozco, J., P. Núñez y C. R. Virgen (coords.) (2008). *Desarrollo turístico y sustentabilidad social*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa. México.
- Rionda, J. I. (2006). *Microeconomía*. Edición electrónica gratuita. Texto completo en: www.eumed.net/libros/2006a/
- Rodríguez, F. y R. Menéndez (2005). *Geografía de Asturias*. Ariel. España.
- United States Environmental Protection Agency (2002). *Community Culture and the Environment*. United States Environmental Protection Agency Office of Water. USA.
- Universidad de Guadalajara (2005). Estudio de Vocacionalidad Turística de la Costa de Jalisco. Universidad de Guadalajara, COECYTJAL. México.

Vargas, A. (2003). *Raíces de Tomatlán. El Náhuatl en sus nombres*. H. Ayuntamiento Constitucional de Tomatlán, Jalisco 2001-2003. Talleres gráficos de Grupo Ágata. Guadalajara, México.

Wherther, W. y K. Davis (2000). *Administración de Personal y Recursos Humanos*. McGraw-Hill. México.

Ligas de internet:

<http://mx.vallartaonline.com/maps/puerto-vallarta-mexico-regional/>

<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/jalisco/medi.htm>

<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/nayarit/regi.htm>

<http://www.mexicodiplomatico.org/imagenes/mapa.jpg>

Si bien, el turismo de naturaleza ha sido muchas veces definido, no existe un acuerdo internacional sobre su esencia y características y menos aún cuando se contrasta con vocablos como turismo verde o turismo alternativo, sigue siendo controvertido.

Por otra parte, el turismo se ha convertido en un fenómeno socioeconómico verdaderamente global y en reuniones de expertos se ha reflejado en todo el mundo que, a fin de maximizar el potencial del turismo como verdadero motor de desarrollo y bienestar para los pueblos, todos los sectores: autoridades de turismo, el sector privado y los medios deben cooperar y estrechar sus lazos a fin de lograr una percepción más justa y equilibrada de los destinos en sí mismos y en relación con otros, hecho que puede analizarse a escala regional en las naciones.

La percepción de los consumidores de destinos y viajes ha sido durante muchos años el centro de atención de numerosas investigaciones en turismo, pero en su mayoría han sido dirigidos a averiguar cómo atraer más viajeros.

Los impactos son un tema recurrente también en la actividad turística, por supuesto los impactos negativos se reconocen hoy, mismos que tratan de minimizarse y a su vez maximizar los positivos de tipo ambiental, social o económico.

En este capítulo se analizan por separado los conceptos de turismo de naturaleza, impacto y percepción así como la relación entre los tres.

El turismo de naturaleza en el mundo

Existe un variado repertorio de posibles causas del nacimiento y auge del turismo de naturaleza, pero la constante es que es multifactorial. Se ha relacionado con “los naturalistas” del siglo XVIII, quienes no eran necesariamente expertos en la naturaleza pero eran exploradores que hacían largos viajes y elaboraban extensas notas de trabajo de campo, que se difundían poco y lentamente, así el efecto de boca a boca era también reducido pero de mayor rapidez. Aunque esta idea de viajar, en donde el disfrute se orientaba más hacia la búsqueda del conocimiento de la naturaleza y la cultura de las regiones y localidades, podría tomarse como un primer antecedente de lo que ahora se conoce como turismo de naturaleza, habría que explicar por qué, esta forma de viajar no tuvo muchos seguidores hasta fines del siglo XX, y fue también debido a diversos hechos que permitieron que se desarrollara más rápido el hoy conocido como turismo convencional o de masas. La vuelta a lo “natural” fue un valor no reconocido en el turismo por cerca de 50 años.

El turismo de naturaleza en México

Además de la dificultad planteada a nivel internacional sobre una definición única de turismo de naturaleza, en México se utilizaba frecuentemente el término de turismo alternativo con tres segmentos bien definidos: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural. A partir del año 2004 se empezó a dudar del uso de este término y el sector oficial decidió cambiarlo por el de “turismo de naturaleza”, con implicaciones que posiblemente fueron discutidas. Sobre los tres segmentos que la Secretaría de Turismo (SECTUR) aceptaba como incluidos en el turismo alternativo, existen también diversas definiciones y conceptos, sin embargo, hay un aspecto que se presenta de forma constante en

todas ellas, que es considerada una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza. Lo que suponía “lo alternativo” no siempre estaba presente, además había contradicciones con el sistema económico dominante, el planteamiento del turismo en este contexto y el paradigma alternativo planteado por Wearing y Neil (1999), que puede resumirse en los siguientes puntos: En tanto el turismo convencional procura la gestión del cambio evolutivo para la mejora continua y adaptación del sector, el turismo alternativo proponía un cambio radical hacia los enfoques basados en la comunidad, con la idea de transformación de los sistemas sociales promoviendo de alguna forma la emancipación, en tanto el modelo convencional ponderaba prioritariamente a la rentabilidad como resultado de la eficacia de los sistemas turísticos. Así, el turismo alternativo no proponía solidaridad con el sistema establecido, probablemente este tipo de reflexiones hicieron que en México se utilizara un término más cómodo y de menor exigencia que la planteada por el paradigma alternativo.

Así la SECTUR, con el fin de facilitar la planeación y desarrollo de productos turísticos que atendiera las exigencias, gustos y preferencias de este tipo de servicios en el mercado turístico, buscó estandarizar y unificar criterios bajo el término de “turismo de naturaleza”.

Para ello, basó su definición desde el punto de quién compra y efectúa el viaje, en tres puntos característicos (SECTUR, 2006a):

1. El motivo por el cual se desplazó el turista:
2. En dónde busca desarrollar estas actividades:
3. Condiciones y actitudes que el turista debe asumir al realizar estas actividades:

La Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo de la SECTUR (2006a: 2) definió al turismo de naturaleza y difundió ésta actividad como “los viajes que tienen como fin realizar actividades

recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”. Esta definición ha facilitado, a su vez, realizar una segmentación del turismo de naturaleza, basado en el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza. Es así que la secretaria conservó los mismos tres segmentos del turismo alternativo para el turismo de naturaleza, cada uno compuesto por diversas actividades.

Así, a partir del 2005, podemos leer al turismo alternativo como sinónimo de turismo de naturaleza y cualquier actividad dentro del ecoturismo, turismo de aventura y rural, como segmentos de éste.

Otros autores (SECTUR, 2007) abundaron sobre la visión del desarrollo turístico y su relación con el turismo de naturaleza. Concretaron que el desarrollo turístico se caracteriza por la búsqueda de resultados que creen y diversifiquen las fuentes de empleo y promuevan la generación de otros proyectos productivos o de servicios comunitarios. Así, desde la perspectiva social, el turismo de naturaleza pretende motivar el esparcimiento a través de un reencuentro con la naturaleza, difundir la preservación de tradiciones y costumbres a fin de reforzar la identidad nacional y promover el arraigo territorial. Relacionado con el ambiente, el turismo de naturaleza pretende promover el uso alternativo y la conservación de los recursos naturales, la educación ambiental y la protección de las áreas naturales entre turistas, comunidades y empresarios, así como promover el cambio de la relación de los residentes y visitantes con el medio natural, su valor y los servicios ambientales derivados de ella.

En el año internacional del ecoturismo en 2002, México se comprometió con el objetivo de fomentar el desarrollo regional y

comunitario a través del impulso a productos de ecoturismo dentro de un marco de sustentabilidad y competitividad, con varias líneas de acción, entre ellas:

- Inversión en infraestructura especializada.
- Talleres de profesionalización y especialización de los servicios.
- Edición de materiales técnicos.
- Eventos de intercambio y actualización de información para alianzas comerciales.
- Campañas de concientización para la conservación y uso racional de los recursos naturales.
- Edición de material de información y difusión.
- Participación y organización de eventos promocionales y de comercialización.
- Estímulo a la demanda.
- Políticas e instrumentos ambientales para el turismo.

Para ello se identificaron sitios en el país que tuvieran elementos para desarrollar actividades de ecoturismo: áreas naturales protegidas, sitios turísticos cercanos consolidados, comunidades con actividades ecoturísticas. Estos criterios sirvieron para identificar áreas naturales protegidas en el país, en los que instancias gubernamentales federales, estatales y locales se involucrarían a fin de desarrollar el ecoturismo en México. Muchas acciones de las prometidas se desarrollaron, sin embargo, los problemas planteados en los segmentos del turismo de naturaleza siguen aquejando a los prestadores de servicios a diez años del año internacional del ecoturismo, sobre todo a los que lo hacen de forma comunitaria (Chávez-Dagostino *et al.*, 2010).

También para entonces, se habían elaborado ya las normas oficiales mexicanas que reglamentan directamente al turismo alternativo, las normas NOM 05 TUR 2003, que establece

los requisitos mínimos de seguridad en que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la prestación del servicio, la NOM 09 TUR 2002 que establece los elementos a que deben ajustarse los guías especializados en actividades específicas y la NOM 11 TUR 2001, sobre los requisitos de seguridad, información y operación que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de aventura. Sin embargo, en ese tiempo no estaba definido en la Ley Federal de Turismo ni su reglamento, el turismo alternativo o el carácter de “sustentable”, menos aún los segmentos que se reconocen en México como parte del turismo de naturaleza: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural, o que estuvieron catalogados alguna vez como parte del turismo alternativo.

Para el año 2004 la SECTUR ya había completado una serie de fascículos de turismo alternativo, diez fascículos en total, donde se abordaban desde temas generales, hasta la elaboración de proyectos, señalización, equipo, diseño y operación de senderos, ecotecnologías y arquitectura, entre otros.

Estrategia de turismo de naturaleza

Tal como lo señalaba el Programa Nacional de Turismo 2001-2006, se trataba de aplicar un enfoque estratégico que privilegiara el ejercicio turístico limpio, respetuoso del ambiente y de las culturas locales, con beneficios a las comunidades, con calidad en la oferta expresada en servicios, productos, destinos y empresas, garantizando rentabilidad económica, ecológica y social. En este contexto, se determinaron objetivos dentro del apartado de “crecimiento con calidad”, propuestas que guardan una relación estrecha con el propósito de identificar, desarrollar, conservar y fomentar la práctica de actividades que vinculen al quehacer turístico con el entorno natural y cultural: elevar y extender la competitividad del país, promover el desarrollo económico regional equilibrado y crear condiciones para un desarrollo sustentable.

En el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 consideró la necesidad de establecer una política de desarrollo sustentable, consensuada con otras instancias de gobierno para valorar y privilegiar la acción del turismo como generador de recursos que contribuyan al desarrollo social y a la protección del patrimonio natural así como para su preservación. También propuso el desarrollo de una “política de turismo de naturaleza”, con el propósito de establecer lineamientos integrales que fortalecieran la implantación de procedimientos en zonas adecuadas a la función producto-segmento, incluyendo la participación de comunidades, autoridades locales, sociales y ambientales.

El objetivo general del programa rector del turismo de naturaleza (SECTUR, 2006b), derivado del Programa Nacional de Turismo 2001-2006 fue:

...Desarrollar una oferta competitiva de Turismo Alternativo y de sus modalidades de ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura y demás actividades de turismo de naturaleza, bajo criterios de sustentabilidad, que garanticen estadios de bienestar social, conservación ambiental y crecimiento económico, estableciendo líneas de política y estrategias que incluyan la participación responsable y comprometida de los sectores público, privado y social...

A fin de establecer los sitios en los que se desarrollaría el turismo de naturaleza en México, se hizo un análisis a nivel nacional de los criterios que debían cumplirse. Ese análisis arrojó que de las 154 áreas con alguna categoría de protección en el año 2005, solamente 46 tenían proyectos turísticos entre sus acciones y que ninguna de las áreas naturales protegidas de carácter federal en el estado de Jalisco contaba con un proyecto de desarrollo turístico. Más aún, entre las zonas declaradas como prioritarias para el desarrollo turístico se eligieron sitios en el estado de

Jalisco no asociados a las áreas naturales de carácter federal, salvo las relacionadas con los recursos de la Sierra de Manantlán y el Volcán de Colima, compartidas con el estado de Colima.

A pesar de que Jalisco cuenta con una gran variedad de recursos naturales y culturales asociados, como las Áreas de Importancia para la Conservación de Aves (AICAS), que son Chame-la-Cuixmala y la Presa de Cajón de Peñas en la costa de Jalisco y cinco más en el resto del estado (CONABIO, 2008) y que es de los pocos estados del país que cuentan con más de cinco Áreas Naturales Protegidas (ANP) de carácter federal (en total once) y siete más administradas por el gobierno del estado o por el gobierno municipal, las áreas naturales protegidas no fueron incluidas entre las zonas prioritarias para el desarrollo del turismo de naturaleza. Además, los Sitios Ramsar en el estado de Jalisco que son doce: cuatro continentales (lagunas de Sayula, Zapotlán, Atotonilco y el Lago de Chapala) y ocho costeros (reserva de la biósfera Chamela-Cuixmala, sistema lagunar estuarino Agua Dulce-El Ermitaño, esteros El Chorro, Majahuas, La Manzanilla, las lagunas Barra de Navidad, Xola Paramán y Chalacatepec) tampoco fueron suficientes para justificar el desarrollo del turismo de naturaleza, para beneplácito de muchos.

A lo anterior le sumamos UMAS, sitios de conservación de cetáceos marinos que forma parte de las áreas marinas, terrestres e hidrológicas de México, reconocidas como prioritarias para la conservación por la CONABIO (2008).

Los impactos del turismo y su medición

Medir un impacto en general, implica determinar lo que se ha alcanzado o lo que se ha mantenido a lo largo del tiempo y del espacio con respecto a algo anterior. Para lograrlo es necesario determinar el resultado de una acción planteada y cuáles situa-

ciones han perdurado en el tiempo y el espacio. Aunque la palabra impacto puede tener connotación de perdurabilidad, en la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente, se define impacto como “modificación del ambiente ocasionada por el hombre o la naturaleza...” (DOF, 2007: 3).

En general el proceso de estimar un impacto se denomina evaluación de impacto y se define como la medición de los cambios en el bienestar de los individuos que pueden ser atribuidos a un programa o a una política específica (SECTUR, 2007). Su propósito general es determinar la efectividad de las políticas, programas o proyectos ejecutados. La evaluación de impacto se puede utilizar para determinar el grado en que los resultados planificados fueron producidos o logrados, así como para mejorar otros proyectos o programas en ejecución o futuros.

A fin de evaluar monitorear el turismo de naturaleza, se propuso una serie de indicadores que permitieran su seguimiento en México (Tabla II.1) y que han sido directrices para otros estudios.

Tabla II.1

Protección del sitio	Categorías de la protección del sitio según el índice de la (UICN 1992).
Presión (sobre el sitio)	Número máximo de turistas que visitan el sitio (por año, por mes).
Intensidad de uso	Intensidad de uso en temporada alta (persona / hectárea)
Impacto social	Radio entre turistas y residentes (alta temporada)
Control de desarrollo	Existencia de procedimiento de revisión ambiental o controles formales de desarrollo del sitio y densidades de uso.
Gestión de desechos	Porcentaje de aguas residuales de sitio receptor del tratamiento (entre otros indicadores adicionales pueden incluirse los límites estructurales de la capacidad de infraestructura del sitio, como el suministro de agua).
Proceso de planificación	Existencia de plan regional organizado para la región o destino turístico (con inclusión de los componentes turísticos)
Ecosistemas críticos	Número de especies raras / Número de especies en peligro.
Satisfacción del turista	Nivel de satisfacción de los visitantes (basado en encuestas)
Satisfacción de la población local	Nivel de satisfacción de los residentes (basado en encuestas)
Contribución del turismo a la economía local	Proporción de la actividad económica local generada por el turismo.

Fuente: Elaboración propia.

Existen muchas formas de medir estos impactos y herramientas para hacerlo, difieren en los objetivos, herramientas, anticipación o posterior a la realización del proyecto.

En este caso, el estudio de percepción que se plantea, trata de medir los impactos generales creados por un proyecto inexistente de desarrollo turístico en la costa de Jalisco y en este, el turismo de naturaleza, propiciado por el modelo dominante de “sol y playa”.

El impacto así, será entendido como cualquier modificación producida en el ambiente natural, social o económico por actividades humanas relacionadas directamente con la actividad turística.

La percepción del turismo

La percepción frecuentemente se analiza en proyectos turísticos con diversos fines.

Se entiende por “percepción” la sensación o idea fundamentada en vivencias que tienen los habitantes de las localidades, respecto de los efectos económicos, sociales y ambientales, ya sea positivos, negativos o neutros, como consecuencia del desarrollo de actividades vinculadas con el turismo de naturaleza.

Algunos autores han considerado los impactos sociales y culturales que está teniendo en la comunidad de acogida en general. Los trabajos se refieren principalmente a dos cuestiones principales: la satisfacción del visitante y la reducción de los impactos negativos de la actividad turística en las comunidades locales. Conclusiones significativas de los estudios realizados por investigadores en la percepción del turismo en general se basan en la teoría de intercambio social (Homans, 1961). Así, los individuos seleccionan intercambios después de haber evaluado recompensas y los costos. Esta teoría tiene algunas ventajas, ya que puede proporcionar un marco teórico para explicar por qué los miembros de la comunidad tienen percepciones positivas y negativas del turismo, tanto a nivel individual como colectivo. Según la teoría, cuando el intercambio de recursos entre los miembros de la comunidad y el turismo ha alcanzado un alto nivel de equilibrio a favor de los participantes de la comunidad, el impacto del desarrollo turístico se reconoce de manera positiva. Por otra parte, cuando el intercambio es más bajo en un lado

o cuando hay un desequilibrio, los impactos son reconocidos negativamente.

En general los hallazgos indican:

- a) Dependencia económica sobre las actitudes de los residentes de la influencia del turismo ‘hacia el turismo (Caneday y Zeiger, 1991).
- b) Distancia de los hogares de los residentes al principal destino turístico también influye en sus actitudes (Murphy y Andresen, 1988).
- c) Las actitudes hacia el turismo se ven afectadas por el tipo de turismo (Dogan, 1989).
- d) Hay una relación entre el tiempo de residencia y la percepción del turismo: a mayor tiempo de residencia se desarrolla una mayor actitud negativa hacia el turismo (Liu y Var, 1986; Allen *et al.*, 1988).
- e) Existe una relación entre las variables demográficas y actitudes de los residentes hacia el turismo (Pizam y Pokela, 1985; Caneday y Zeiger, 1991; Lankford, 1991; Fredline y Faulkner, 2000), estos hallazgos no son apoyados por otros estudios (Allen *et al.*, 1993; Brayley y Var, 1989; Tomljenovic y Faulkner, 2000; Sharma y Dyer, 2009). En términos demográficos, ser mujer, ser empleado, tener un ingreso más alto y más alto nivel de educación y ser habitantes de las ciudades, están asociados con una actitud más positiva hacia el turismo (Inbakaran y Jackson, 2006).

Una de las dimensiones que puede ayudar a valorar el impacto del turismo sobre el medio natural, social y económico, es la centrada en la percepción del turista o residentes, mismo que ha sido propuesto por diferentes autores, sobre la potencialidad del turismo basado en la naturaleza y en la mejora de las condiciones de vida de los residentes (Besculides *et al.*, 2002; Hillery, 2001 y Jurowsky y Gursosy, 2004).

Aunque se acepta que el turismo afecta el ambiente en sentido amplio, es difícil establecer de forma clara y directa las consecuencias reales sobre los escenarios que se desenvuelve.

Se considera que son los habitantes de las localidades y regiones quienes “registran” los efectos directos o indirectos de las actividades de ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural. La percepción que tengan de éstas actividades, está relacionada con las actitudes que tomen frente a la actividad y su participación estará influenciada por su percepción.

Si las políticas de desarrollo del sector, estrategias y acciones específicas del turismo de naturaleza han sido aplicadas a nivel nacional, deben reflejarse los impactos positivos en la percepción de las comunidades de la costa de Jalisco.

El turismo de naturaleza en la costa de Jalisco

En el año 2009 se inició un trabajo de investigación con la finalidad de establecer las características del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco (Universidad de Guadalajara, 2011). Algunas conclusiones derivadas del estudio sobre la oferta de turismo de naturaleza en la costa de Jalisco fueron:

- a) Existen 59 prestadores de servicios turísticos que ofertan actividades de turismo de naturaleza en la costa de Jalisco.
- b) Solamente dos empresas de turismo de naturaleza en la región, estaban afiliadas a la Asociación Mexicana de Turismo de Aventura A.C. (AMTAVE).
- c) Las actividades de turismo de naturaleza se concentran principalmente en el municipio de Puerto Vallarta.
- d) La mitad de estas empresas han sido creadas en los últimos diez años. Y más del 80% fueron creadas en los últimos veinte años.
- e) La mayoría son empresas privadas, aunque las comunitarias a través de la figura ejidal están bien representadas en la región.

- f)* El número de socios en las empresas es de uno o dos en el 55% de los casos.
- g)* Las empresas con mayor número de socios son las comunitarias de base ejidal.
- h)* La forma de tenencia de la tierra más frecuente asociada a las empresas de turismo de naturaleza es la pequeña propiedad, siguiendo en importancia el ejido y concesiones federales.
- i)* La razón social dominante de las empresas es principalmente “persona física”, “sociedad cooperativa” y “sociedad anónima”, aunque se encuentran también los formatos de “comité comunal”, “sociedad de producción rural”, “asociación civil”, “sociedad cooperativa de responsabilidad limitada y capital variable” y “comité ejidal”.
- j)* El segmento mejor representado es el turismo de aventura, donde domina el canopy, buceo (autónomo, con snorkel, libre) y pesca recreativa.
- k)* El ecoturismo es el segundo segmento mejor representado con la actividad dominante en el rubro de “observación de la naturaleza”.
- l)* El turismo rural está escasamente representado en la costa de Jalisco a través de actividades de etnoturismo, agroturismo y talleres gastronómicos.
- m)* El 11% de las empresas cuentan con guías acreditados por la norma NOM-09-2002, que establece los elementos a que debe sujetarse los guías especializados en actividades específicas.

Referencias bibliográficas

- Allen, R., Long, P., Perdue, R. y Kieselbach, S. (1988). The Impact of Tourism Development on Residents' Perceptions of Community Life, *Journal of Travel Research*, 27(1), pp. 16-21.
- Allen, L., Hafer, H. T., Long, P. T. y Perdue, R. R. (1993). Rural Resident Attitudes Towards Recreation and Tourism Development, *Journal of Travel Research*, 31, pp. 27-33.
- Besiculides, A., Lee, M. y McCormick, P. (2002). Residents Perceptions of the Cultural Benefits of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 29(2), pp. 303-319.
- Brayley, R. y Var, T. (1989). Canadian Perceptions of Tourism's Influences on Economic and Social Conditions, *Annals of Tourism Research*, 16(4), pp. 578-582.
- Caneday, L. y Zeiger, J. (1991). The Social Economic and Environmental Costs to a Gaming Community as Perceived by the Residents, *Journal of Travel Research*, 30, pp. 45-49.
- CONABIO (2008). Regionalización. Regiones terrestres prioritarias, regiones marinas prioritarias, regiones hidrológicas prioritarias, para la conservación. <http://www.conabio.gob.mx/conocimiento/regionalizacion/doctos/regionalizacion.html>.
- Chávez-Dagostino, R. M., Andrade, E., Espinoza, R. y Navarro, M. (2010). *Turismo comunitario en México*. Universidad de Guadalajara.
- Deng, J., King, B. y Bauer, T. (2002). Evaluating Natural Attractions for Tourism, *Annals of Tourism Research*, 29(2), pp. 422-438.
- DOF (2007). Ley General de Equilibrio Ecológico. Última reforma publicada el 5 de julio del 2007.

- Dogan, H. Z. (1989). Forms of Adjustment: Socio-cultural Impacts of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 16(2), pp. 216-236.
- Fredline, E. y Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A Cluster Analysis, *Annals of Tourism Research*, 27(3), pp. 763-784.
- Hillery, M., Nancarrow, B., Griffin, G. y Syme, G. (2001). Tourism Perception of Environmental Impact, *Annals of tourism reserach*, 28(4), pp. 853-867.
- Homans, G. (1961). *Social Behavior*. Nueva York: Harcourt, Brace & World Ed.
- Inbakaran, R. y Jackson, M. (2006). Resident Attitudes Inside Victoria's Tourism Product Regions: A Cluster Analysis, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13(1), pp. 59-74.
- Jurowsky, C. y Gursoy, D. (2004). Distance Effects on Residents Attitudes Toward Tourism, *Annals of Tourism Research*, 31(2), pp. 296-312.
- Lankford, S. V. (1994). Attitudes and Perceptions Toward Tourism and rural regional development, *Journal of Travel Research*, 32(4), pp. 35-43.
- Liu, J. C. y Var, T. (1986). Resident Attitudes Toward Tourism Impacts in Hawaii, *Annals of Tourism Research*, 13, pp. 193-214.
- Murphy, P.E. y Andressen, B. (1988). Tourism Development on Vancouver Island: An Assessment of the Core-periphery Model, *The Professional Geographer*, 40, pp. 32-42.
- Neil, J. y Wearing, S. (1999). *Ecotourism. Impacts, Potentials and Possibilities*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Pizam, A. y Pokela, J. (1985). The Perceived Impacts of Casino Gambling on a Community, *Annals of Tourism Research*, 12, pp. 147-165.

- Sharma, B. y Dyer, P. (2009). An Investigation of Differences in Residents' Perceptions on the Sunshine Coast: Tourism Impacts and Demographic Variables, *Tourism Geographies*, vol. 11, núm. 2, pp. 187-213.
- Tomljenovic, R. y Faulkner, B. (2000). Tourism and Older Residents in a Sunbelt Resort, *Annals of Tourism Research*, 27(1), pp. 93-114.
- SECTUR (2006a). *El turismo de naturaleza: retos y oportunidades*. Dirección de desarrollo de turismo alternativo, p. 17.
- (2006b). Plan rector de ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura y demás actividades de turismo de naturaleza 2005-2015. Documento de discusión.
- (2007). Elementos para evaluar el impacto económico, social y ambiental del turismo de naturaleza en México.
- Universidad de Guadalajara (2011). Informe técnico final del proyecto “Impacto del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco”. Fondo COECYTJAL-UdeG/ PS 440-2009.

III. ASPECTOS METODOLÓGICOS Y PERFIL DEL ENCUESTADO

En este apartado se describe la percepción de los habitantes de la costa de Jalisco sobre los impactos que genera el turismo en las comunidades a nivel local. La percepción de los encuestados incluyó tres aspectos: el medio ambiente natural, el económico y el social.

El análisis de los resultados se basa en las tablas con información procesada en el programa estadístico para ciencias sociales (SPSS), mismas que se adjuntan al final de cada capítulo.

El instrumento elaborado para medir la percepción sobre los impactos ambientales, económicos y sociales del turismo en las poblaciones costeras de Jalisco, está basado en el propuesto por SECTUR (2007) y adaptado para el caso de la población de la costa de Jalisco.

La encuesta está formada por cuatro partes, la primera refiere a los datos del encuestado, el segundo apartado refiere sobre lo ambiental, en tanto que el tercero abarca lo económico y, finalmente, el cuarto aborda lo social.

Se reproduce la vitrina metodológica que determinó los criterios para establecer el número de encuestas y características de los encuestados por municipio, género y grupo de edad para la aplicación del instrumento sobre percepción.

Tabla III.1

Vitrina metodológica										
MUNICIPIO	LOCALIDAD	POB. Total	POB. 15 años o más	Gpo 1 (15-29)		Gpo 2 (31-49)		Gpo 3 (50 o más)		Encuestas por aplicar
				H	M	H	M	H	M	
PUERTO VALLARTA	Puerto Vallarta	177,830	133,372	8	8	8	8	8	8	48
	La Desembocada	692	519	2	2	2	2	2	2	12
	Mismaloya	922	692	2	2	2	2	2	2	12
	Las Palmas	3,681	2,760	2	2	2	2	2	2	12
	El Jorullo	25		1	-	-	1	1	-	6
	Llanitos	87		1	-	-	1	1	-	
CABO CORRIENTES	El Tuito	2,836	1,890	2	2	2	2	2	2	12
	Las Juntas y los Veranos	517	344	1	1	1	1	1	1	6
	Las Guásimas	39	26	1	-	-	1	1	-	3
	Yelapa	715	476	1	1	1	1	1	1	6
	Pedro Moreno	24	16	1	-	-	1	1	-	3
	Ipala	175	115	1	-	-	1	1	-	9
	Villa del mar	128	85	1	-	-	1	1	-	
	Tehuamixtle	81	57	1	-	-	1	1	-	
TOMATLÁN	Tomatlán	7,899	5,266	4	4	4	4	4	4	24
	José María Morelos	2,567	1,711	2	2	2	2	2	2	12
	La Gloria	743	495	1	1	1	1	1	1	6
LA HUERTA	Boca de Iguana	20	14	1	-	-	1	1	-	3
	La Manzanilla	1,037	705	2	2	2	2	2	2	12
	Tenacatita			2	2	2	2	2	2	12
CIHUATLÁN	Barra de Navidad	3,532	2,472	2	2	2	2	2	2	12
	San Patricio-Melaque	6,351	4,445	4	4	4	4	4	4	24

Fuente: Elaboración propia con información del Consejo Estatal de Población con base en CONAPO, La población en los municipios de México 1950-1990; INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda 2000 y II Censo de Población y Vivienda 2005.

Para efectos de establecer un número adecuado de encuestas (E) aplicadas por localidad en la costa de Jalisco se utilizaron los siguientes criterios:

- a) Las localidades se determinaron a partir del establecimiento de por lo menos una empresa turística registrada bajo el giro de turismo de naturaleza, en el caso de la modalidad comunitaria, se contemplan por lo menos las tres localidades más importantes según número de pobladores.
- b) Se calculó la población total de 15 o más años por localidad, su relación proporcional genérica.
- c) Se establecieron tres grupos de edad, a partir de la segmentación cuantitativa de la población, quedando: grupo 1: 15 a 29 años; grupo 2: 30 a 49 años; grupo 3: 50 o más años, excluyéndose el grupo de 0 a 14 años.
- d) La distribución de encuestas por género obedeció a la proporción de 49% hombres y 51% mujeres, se detectó un caso (Las Guásimas en Cabo Corrientes) donde la relación fue inversa y atípica con un 58% hombres y 42% mujeres.
- e) En cuanto a la consideración espacial, se determinó que sólo en tres casos (Puerto Vallarta, Tomatlán y San Patricio-Melaque) deberá aplicarse en cinco zonas urbanas distintas, para el primer caso por efectos de la conurbación de las localidades de Puerto Vallarta, Pitillal, Las Juntas e Ixtapa se establecieron las siguientes zonas: Zona Niños Héroes, Zona Loma Bonita, Zona La Aurora, Zona Pitillal, Zona Ixtapa y en tres zonas urbanas los dos casos restantes.
- f) Para los casos de empresas comunitarias de turismo de naturaleza El Jorullo y El Cielito se determinaron para el primer caso las localidades de Llanitos y El Jorullo, en tanto que para el segundo caso se consideran las localidades de Ipala, Villa del Mar y Tehuamixtle, siendo este último la excepción en cuanto al total de encuestas, ya que de seis pasa a nueve, para representar de forma equitativa a las tres localidades.

g) El número total de encuestas determinadas por localidad obedeció a la relación siguiente:

1 a 50 habitantes = 3 encuestas

51 a 500 habitantes = 6 encuestas

501 a 5,000 habitantes = 12 encuestas

5,001 a 50,000 habitantes = 24 encuestas

50,001 a 500,000 habitantes = 48 encuestas

De los cinco municipios costeros solo dos, Puerto Vallarta y Cabo Corrientes cuentan con sus cabeceras municipales ubicadas dentro de dicha zona, es decir, al margen o dentro del área delimitada por la carretera federal 200, sin embargo, sólo uno es considerado destino turístico internacional, en tanto que el otro es uno de los municipios de Jalisco con alta marginación; por otro lado, gran parte de las poblaciones costeras se encuentran dependientes de la dinámica económica generado por el flujo vehicular de la carretera federal 200, por lo que los poblados con playa, apartados de dicha carretera se caracterizan por alta marginación: menos de 2,500 habitantes, con servicios públicos insuficientes, dispersos, incomunicados y monodependientes del sector primario (ganadería, agricultura, pesca, recolección y caza).

La carretera 200 que va de Tepic, Nayarit hasta Tapachula, Chiapas, construida en la década de los 70, se convirtió en línea divisoria entre la costa y la montaña, sobre los pocos valles existentes en dichos municipios jaliscienses. En el área costera señalada se asientan la mayoría de los destinos, desarrollos, complejos o empresas turísticas, por ende el presente estudio se ubica geográficamente en la zona turística costera de Jalisco.

Regionalmente, el turismo representó la actividad más importante con 38.7%, sin embargo, si los resultados se interpretarán por sector productivo, el sector primario ocuparía el primer lugar con 59.6%. En lo referente al impacto económico

del turismo de naturaleza en la región se considera positivo en lo general, la población demanda mayor participación directa y mejor distribución de la derrama económica, aunque, una mayoría relativa, aun dependen del sector primario, en particular la pesca es la actividad que en el proceso de cambio hacia el turismo se ve mayormente beneficiada.

Los resultados estadísticos descriptivos sobre los datos de los encuestados en cuanto al tiempo de residencia (Tabla III.2) en general la tendencia se inclina a los últimos treinta años ya que durante este periodo se concentra 66.1%, y coincide con el periodo de desarrollo turístico de la costa de Jalisco (Andrade, Chávez y Espinoza, 2010), lo que en principio indica que en la región se presenta una alta migración, al menos en los sitios encuestados, aunque no está expresado el lugar de origen, se debe suponer que existe un flujo de zonas agropecuarias exclusivamente del municipio hacia zonas turísticas y un posible flujo de otros municipios o estados de la república a estos sitios en desarrollo.

Los resultados con respecto a grupos de edad de los encuestados y sexo de los mismos (Tablas III.3 y III.4), se encuentran dentro del rango establecido con antelación en el diseño metodológico, sin embargo, no deja de ser interesante que el grupo de 15 a 29 años resulte con el mayor porcentaje con 35.7% y que el género con mayor representación es el de hombres con 53.0%, en ambos casos podría existir una correlación con el hecho de ser comunidades con actividad turística, pero en particular por ser comunidades con alta migración.

Si consideramos que en México la educación obligatoria es la secundaria concluida, podríamos afirmar que una gran mayoría cubre este aspecto ya que 62.6% (Tabla III.5) de la población encuestada manifestó haber concluido la secundaria, este dato resulta alto en comparación con los datos registrados en otras comunidades, lo que supone cierta congruencia con lo expresado

en el párrafo anterior, sin embargo debemos considerar que todos los municipios pertenecen al estado de Jalisco, donde por ley el nivel de bachillerato o preparatoria es el obligatorio, en ese sentido un 69.6% de la población está en rezago educativo.

Con relación al *status* social o grupo social de pertenencia es notoriamente representativo el denominado como “avecindado” con 60.4%, lo que confirma lo supuesto anteriormente con relación a fuerte flujo de inmigrantes, ya que tan solo 25.2% está representado por la figura de comuneros, siendo los ejidatarios el de mayor porcentaje con 22.6% y los pertenecientes a una comunidad indígena los menos con tan sólo 2.6%, este dato es especialmente importante, ya que la gran mayoría de los ejidos costeros de Jalisco fueron creados en la década de los 70 y sus integrantes fueron mayoritariamente grupos de origen michoacano y guerrerense, lo que debe considerarse para efectos del análisis sobre el fenómeno de los procesos migratorio y poblacionales, llama la atención el 14.0% correspondiente a otros (Tabla III.6), dado que el porcentaje es alto, debe considerarse en otro momento la precisión de esta respuesta, ya que dentro de los supuestos y posibilidades esta de que la gran parte de dicho porcentaje sean turistas.

Anexos

Tabla III.2

Tiempo de residencia

		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	1 a 10 años	47	20.4	20.4	20.4
	11 a 20 años	57	24.8	24.8	45.2
	21 a 30 años	48	20.9	20.9	66.1
	31 a 40 años	33	14.3	14.3	80.4
	41 a 50 años	27	11.7	11.7	92.2
	51 a 60 años	11	4.8	4.8	97.0
	61 a 70 años	5	2.2	2.2	99.1
	81 a 90 años	1	.4	.4	99.6
	91 a más años	1	.4	.4	100.0
Total		230	100.0	100.0	

Tabla III.3

Edad

		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	15-29 años	82	35.7	35.7	35.7
	30- 49 años	79	34.3	34.3	70.0
	50 a más	69	30.0	30.0	100.0
Total		230	100.0	100.0	

Tabla III.4

Sexo

		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Mujer	108	47.0	47.0	47.0
	Hombre	122	53.0	53.0	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla III.5

Escolaridad

		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Sin estudios	11	4.8	4.8	4.8
	Primaria	75	32.6	32.6	37.4
	Secundaria	74	32.2	32.2	69.6
	Preparatoria	46	20.0	20.0	89.6
	Licenciatura	24	10.4	10.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla III.6

Estatus social

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Avecinado	139	60.4	60.4	60.4
	Ejidatario	26	11.3	11.3	71.7
	Hijo(a) de ejidatario	26	11.3	11.3	83.0
	Indígena	3	1.3	1.3	84.3
	Hijo(a) de indígena	3	1.3	1.3	85.7
	Otro	33	14.3	14.3	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Referencias bibliográficas

Andrade, E.; Chávez, R. M. y Espinoza, R. (2010). Desarrollo en la región Costa Alegre de Jalisco: El papel del turismo. En la revista de economía, sociedad, turismo y medio ambiente, *RESTMA*, núm. 11, Oviedo, España.

SECTUR (2007). Elementos para evaluar el impacto económico, social y ambiental del turismo de naturaleza en México.

CONAPO (1995). La población en los municipios de México 1950-1990, en *XII Censo General de Población y Vivienda*, INEGI, 2000, México.

—, (2005). II Censo de Población y Vivienda, INEGI, México.

IV. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES EN LA COSTA DE JALISCO

Para efectos de este capítulo, se entiende como “percepción” la sensación o idea fundamentada en vivencias que tienen los habitantes de las localidades, respecto a los efectos ambientales, ya sean positivos, negativos o neutros, como consecuencia del desarrollo de actividades vinculadas con el turismo de naturaleza. Esta percepción frecuentemente se analiza en proyectos turísticos con diversos fines.

Para objeto de investigar la percepción de los impactos ambientales en la costa del estado de Jalisco, se diseñaron variables clave e indicadores, los cuales se describen a continuación:

Variable clave: Factores que originan cambios en la estructura y composición de los recursos naturales.

Variable clave: Conocimiento sobre las acciones de conservación de la localidad.

Para establecer cuál es la percepción que tienen los habitantes de las localidades y regiones respecto al papel del turismo de naturaleza como estrategia para conservar el capital ambiental, en primera instancia, se evaluó el tipo de valor que las comunidades les otorgan a sus recursos naturales y qué tanto su deterioro está transformando el paisaje. Una vez establecida esta visión, se analizó el papel que tiene el turismo de naturaleza como una estrategia para proteger, restaurar o preservar el capital ambiental.

INDICADORES

- Relevancia de los recursos naturales de la localidad. Detecta qué recursos naturales son más importantes de acuerdo con su valor de uso o de opción de cambio.

- Significancia de los recursos naturales. Detecta qué recursos naturales son los más valiosos porque su existencia conlleva un significado estético, de unicidad y orgullo de una comunidad.
- Tipo y cantidad de eventos naturales o antrópicos que afectan al capital ambiental. Detecta las actividades humanas o eventos naturales que afectan la existencia y calidad de los recursos naturales de una zona.
- Severidad en el grado de deterioro de los recursos naturales. Mide el grado de daño que han sufrido los recursos naturales por una actividad, lo que modifica su calidad y cantidad en términos de sus atributos estructurales y funcionales.
- Magnitud en la tasa de cambio de los recursos naturales. Mide el grado de cambio que han tenido los recursos naturales de acuerdo con su distribución, abundancia y permanencia.
- Participación de la población local en programas y acciones de conservación ecológica apoyados por el turismo de naturaleza. Mide el grado de involucramiento que tienen los miembros de una comunidad para realizar actividades de gestión ambiental que efectúan de manera autónoma para preservar sus recursos naturales.

Análisis de resultados

En este apartado se analizan los resultados en lo general de las variables por municipio, fecha de la entrevista, tiempo de residencia, edad, género, escolaridad y estatus social, que se establecieron previamente en el diseño del método utilizado para la elaboración de los instrumentos aplicados, elaborados en formato de encuestas de percepción sobre los impactos de las empresas de turismo de naturaleza, así como los aspectos relacionados al factor ambiental, considerado en la encuesta en forma de preguntas

directas de las cuales sólo se tomarán en cuenta aquellas de opción uno (primera) sin considerar las “otras” ni donde se solicita que “especifique”, a menos que sea determinante o contrastante de la respuesta principal.

Resultados a nivel regional

En lo general para todas las comunidades encuestadas el “agua” es el recurso natural más importante al registrar 76.5%, siendo el recurso “vegetación” quien obtuvo el segundo lugar con apenas 10.0% en las respuestas, seguido del recurso de “animales” con un 8.7% (Tabla IV.1).

En cuanto a la pregunta “Aspecto, de los recursos naturales, que la comunidad valora más” (Tabla IV.2) en la región costera de Jalisco dividió su respuesta en básicamente dos aspectos, con 38.7% los recursos naturales son valorados en primer lugar “por ser una fuente de ingresos”, en segundo lugar con 31.3% por su “belleza” y en tercer lugar con 9.1% determinó valorar los recursos naturales como un elemento identitario al preferir la opción “distinguen a la comunidad”.

Con relación a la percepción sobre “cambios en los últimos quince años” los resultados son abrumadores con un 80.4% que contestaron “sí” y relacionado con la siguiente pregunta de que cómo observa (valora) estos cambios, una mayoría con 60.9% los considera “negativos” (Tablas IV.3 y IV.4).

En lo relativo a que si la población de la región conoce de algún programa o acción que se haya llevado a cabo en beneficio del medio ambiente natural las respuestas más significativas fueron “no” con 43.0%, en tanto que por el “sí” fue representado por 31.9%, sin embargo, estas respuestas adquieren verdadero sentido al considerar las respuestas a la pregunta de “cuáles son” donde 60.3% contestó “no sabe”, además las otras respuestas

ninguna logró rebasar 6% por lo que se consideran no significativas. Al preguntarles sobre si conoce al “promotor del programa” nuevamente la mayoría aceptó “no sabe” con 63.5% y sólo 10.4% respondió que el “gobierno federal” (Tabla IV.5).

Finalmente, con relación al medio ambiente natural las siguientes respuestas están relacionadas directamente con el turismo y la empresa de turismo de naturaleza, en ese sentido ante la pregunta ¿sabe si existe una empresa de turismo de naturaleza en su comunidad? Podría decirse que existe un empate técnico al respecto ya que 46.1% declaró un “sí” frente a 41.7% que lo negó y ante la pregunta de que si el turismo ha contribuido al cuidado de la naturaleza en su comunidad. Las respuestas, nuevamente, empataron técnicamente ya que el “sí” con 31.3%, el “no” con 30.9% y los que contestaron “no sabe” fue representado por 29.6%, en este caso la percepción de la población está muy dividida, por lo que resulta un tema a considerar en futuros análisis. Por otro lado, las respuestas a la pregunta ¿en qué aspectos se han dado esos cuidados? La mayoría se inclinó por el “no sabe” con 49.6% en tanto que las respuestas sobre protección de los recursos naturales fue de 20.4% y, conciencia y respeto por el medio ambiente natural representó 15.7%.

Si bien una clara mayoría se inclinó por no saber, lo cierto es que la idea de la protección de los recursos naturales está presente, aunque de forma insuficiente. Finalmente, los resultados para la pregunta ¿Qué tan marcado ha sido ese efecto en los recursos naturales?, nuevamente dividió a la región, ya que 31.7% “no contestó”, en tanto que 26.1% contestó que era “evidente”, como “poco evidente” contestaron 25.7%, cabe aclarar que sólo el 8.7% optó por la respuesta “muy evidente” (Tablas IV.6, IV.7, IV.8 y IV.9), todo lo anterior muestra que no importa lo que se hace, ni quien lo hace, ya que la población no logra advertirlo.

Resultados a nivel municipal

Los resultados obtenidos por municipio nos muestran que el recurso natural más importante es el agua, cabe mencionar que Tomatlán es el que aprecia más este recurso y Puerto Vallarta es el que menos lo hace, esto sin dejar de tomar en cuenta que en este municipio el porcentaje es del 67.8% (Tabla IV.10) que sigue siendo alto.

En Puerto Vallarta y Tomatlán la población valora los recursos naturales por su belleza, pero muy cerca de esta respuesta se encuentra la opción de que estos son una fuente de ingresos, por lo que respecta a los municipios de Cabo Corrientes, La Huerta y Cihuatlán se inclinan definitivamente a valorar los recursos naturales por ser fuentes de ingreso (Tabla IV.11).

Los cinco municipios observan un comportamiento similar pues todos ven cambios negativos en los recursos naturales, sin embargo en Cabo Corrientes la opción de que los cambios son positivos es relativamente alta (Tabla IV.12).

En el municipio de Puerto Vallarta y Cabo Corrientes es mayor la cantidad de personas que saben de la existencia de empresas de turismo de naturaleza, esto por el alto desarrollo turístico que presenta Puerto Vallarta y la cercanía de Cabo Corrientes a éste, en los municipios de La Huerta, Tomatlán y Cihuatlán es donde menos se conoce de la existencia de empresas de turismo de naturaleza (Tabla IV.13).

La población de Tomatlán ha observado que el turismo no contribuye al cuidado de la naturaleza en su comunidad, de igual manera la de Puerto Vallarta, sin embargo la opción de que sí contribuye al cuidado de la naturaleza en la comunidad de Cabo Corrientes es abrumadoramente alta (Tabla IV.14).

Se observa que la población de Puerto Vallarta, Cabo Corrientes y Tomatlán ha visto un efecto muy evidente de los cam-

bios en los recursos naturales de su comunidad, en cambio en los municipios de La Huerta y Cihuatlán estos efectos han sido poco evidentes (Tabla IV.15).

A continuación se detallaran los resultados por municipio de acuerdo con su división territorial de norte a sur del estado.

PUERTO VALLARTA

Para la población del municipio de Puerto Vallarta el recurso más importante con el que cuenta su comunidad es el agua (67.8%) seguido por la vegetación (15.6%) pero con una gran diferencia en el porcentaje de respuesta (Tabla IV.10).

En Puerto Vallarta la población valora los recursos naturales por su belleza 32.2%, pero muy cerca de esta respuesta se encuentra la opción de que estos son una fuente de ingresos con 31.1% (Tabla IV.11).

La gran mayoría de la población del municipio ve cambios negativos en los recursos naturales (68.9%), sin embargo, algunos (15.6%) observan cambios positivos (Tabla IV.12).

En el municipio de Puerto Vallarta no conoce si sus autoridades han llevado a cabo programas o acciones en su comunidad (48.9%), sólo 26.7% conoce programas o acciones que se hayan llevado a cabo (Tabla IV.13).

En el municipio de Puerto Vallarta es mayor la cantidad de personas que saben de la existencia de empresas de turismo de naturaleza (64.4%), 24% no conoce la existencia de dichas empresas (Tabla IV.14).

El 48.9% de la población de Puerto Vallarta opina que el turismo no contribuye al cuidado de la naturaleza en su comunidad, sólo 36.7% opina lo contrario (Tabla IV.15).

Se observa que la población de Puerto Vallarta considera que el efecto ya sea positivo o negativo ha sido evidente (24.4%) en los recursos naturales de su comunidad, seguido muy de cerca (21.1%) de que los efectos han sido poco evidentes (Tabla IV.16).

CABO CORRIENTES

Para la población del municipio de Cabo Corrientes el recurso más importante con el que cuenta su comunidad es el agua (76.9%) seguido por la vegetación (10.3%), pero con una gran diferencia en el porcentaje de respuesta (Tabla IV.10).

En Cabo Corrientes la población valora sus recursos porque son una fuente de ingresos (38.5%), 33.3% los valora por su belleza (Tabla IV.11).

La mayoría de la población del municipio ven cambios negativos en los recursos naturales (43.6%), sin embargo 35.9% observan cambios positivos en los recursos (Tabla IV.12).

En el municipio sí conocen si sus autoridades han llevado a cabo programas o acciones en su comunidad (59.0%), sólo 28.2% no conoce programas o acciones que se hayan llevado a cabo (Tabla IV.13).

En el municipio de Cabo Corrientes es mayor la cantidad de personas que saben de la existencia de empresas de turismo de naturaleza (61.5%), 28.2% no conoce de la existencia de dichas empresas (Tabla IV.14).

El 71.8% de la población de Cabo Corrientes opina que el turismo sí contribuye al cuidado de la naturaleza en su comunidad, sólo 12.8% opina lo contrario (Tabla IV.15).

Se observa que la población considera que el efecto ya sea positivo o negativo ha sido evidente (35.9%) en los recursos naturales de su comunidad, seguido muy de cerca (28.2%) de que los efectos han sido poco evidentes (Tabla IV.16).

TOMATLÁN

Para la población del municipio de Tomatlán el recurso más importante con el que cuenta su comunidad es el agua (85.7%) seguido por la vegetación y los animales (7.1%) pero con una gran diferencia en el porcentaje de respuesta (Tabla IV.10).

En Tomatlán la población valora sus recursos por su belleza 40.5%), 38.1% los valora porque son una fuente de ingresos (Tabla IV.11).

La mayoría de la población del municipio ve cambios negativos en los recursos naturales (54.8%), sin embargo 16.7% observa cambios positivos en los recursos (Tabla IV.12).

En el municipio no conoce si sus autoridades han llevado a cabo programas o acciones en su comunidad (52.4%), sólo 35.7% sí conoce programas o acciones que se hayan llevado a cabo (Tabla IV.13).

En el municipio de Tomatlán es mayor la cantidad de personas que no saben de la existencia de empresas de turismo de naturaleza (69.0%), 16.7% sí conoce la existencia de dichas empresas (Tabla IV.14).

El 52.4% de la población de Tomatlán opina que el turismo no contribuye al cuidado de la naturaleza en su comunidad, sólo 26.2% opina lo contrario (Tabla IV.15).

Se observa que la población considera que el efecto ya sea positivo o negativo ha sido evidente (21.4%) en los recursos naturales de su comunidad, seguido muy de cerca (16.7%) de que los efectos han sido poco evidentes (Tabla IV.16).

LA HUERTA

Para la población del municipio de La Huerta el recurso más importante con el que cuenta su comunidad es el agua (80.0%) seguido por los animales (16.0%) pero muy lejano de la primera opción (Tabla IV.10).

En La Huerta la población valora los recursos naturales por ser una fuente de ingresos (64.0%), con un 16.0% se encuentran las opciones de por su belleza y porque son únicos (Tabla IV.11).

La mayoría de la población del municipio ve cambios negativos en los recursos naturales (64.0%), sin embargo 32.0% observa cambios positivos (Tabla IV.12).

En el municipio de La Huerta no conocen si sus autoridades han llevado a cabo programas o acciones en su comunidad (44.0%), sólo 36.0% conoce programas o acciones que se hayan llevado a cabo (Tabla IV.13).

En el municipio de La Huerta es mayor la cantidad de personas que no saben de la existencia de empresas de turismo de naturaleza (48.0%), 32.0% sí conoce la existencia de dichas empresas (Tabla IV.14).

En cuanto a la pregunta de que si el turismo ha contribuido al cuidado de la naturaleza en la comunidad, no se obtuvieron respuestas en este municipio, esto significa que el 100% no contestó (Tabla IV.15).

Se observa que la población de La Huerta considera que el efecto ya sea positivo o negativo ha sido poco evidente (48.0%) en los recursos naturales de su comunidad, seguido por la opción de que los efectos han sido evidentes con 24.0% (Tabla IV.16).

CIHUATLÁN

Para la población del municipio de Cihuatlán el recurso más importante con el que cuenta su comunidad es el agua (85.3%) seguido por los animales (8.8%) pero muy lejano de la primer opción (Tabla IV.10).

En Cihuatlán la población valora los recursos naturales por ser una fuente de ingresos (41.2%), con 26.5% se encuentra la opción de por su belleza (Tabla IV.11).

La gran mayoría de la población del municipio ven cambios negativos en los recursos naturales (64.7%), sin embargo 17.6% observa cambios positivos (Tabla IV.12).

En el municipio de Cihuatlán sí conocen si sus autoridades han llevado a cabo programas o acciones en su comunidad (55.9%), sólo 32.4% no conoce programas o acciones que se hayan llevado a cabo (Tabla IV.13).

En el municipio de Cihuatlán es mayor la cantidad de personas que no saben de la existencia de empresas de turismo de naturaleza (64.7%), 26.5% sí conoce de la existencia de dichas empresas (Tabla IV.14).

En cuanto a la pregunta de que si el turismo ha contribuido al cuidado de la naturaleza en la comunidad, no se obtuvieron respuestas en este municipio, esto significa que el 100% no contestó (Tabla IV.15).

Se observa que la población de Cihuatlán considera que el efecto ya sea positivo o negativo ha sido poco evidente (29.4%) en los recursos naturales de su comunidad, seguido por la opción de que los efectos han sido evidentes con 26.5% (Tabla IV.16).

Conclusiones

De este estudio se puede realizar una conclusión en dos apartados, la primera es con relación a las características demográficas de la población de la costa de Jalisco, pues la característica más significativa es la condición de migrantes, ya que la mayoría (60.4%) son avecindados, en tanto que, los oriundos se representan con (25.3%) y otros (14.3%). Además de que la población económicamente activa, en los últimos años, ha estado disminuyendo con relación a la migración al país vecino del norte.

La segunda conclusión va en relación con el impacto del factor ambiental, de acuerdo con la percepción local donde se realizan las actividades de turismo de naturaleza, donde primeramente se afirman los cambios en el medio ambiente natural y éstos están considerados como negativos, aunque no les queda claro quién es el responsable de dichos cambios, además no advierten lo que se hace ni quién lo hace en pro del medio ambiente natural, los recursos naturales son percibidos por su valor económico (fuente de ingreso) más que por lo que representan, o como parte de un ecosistema.

La falta de información en los niveles medio y bajo de la sociedad es la principal señal de alerta de que se desconozcan las actividades que pueden contribuir al deterioro de los recursos ambientales, además de la falta de actores locales líderes en la toma de decisiones para mejorar la calidad de vida de los habitantes, sobre todo en las zonas con un grado de marginación alto.

También resalta la falta de empoderamiento de los actores locales, centralización de recursos está todavía en manos de poblaciones con un grado de marginación mínima (Puerto Vallarta), o peor aún la falta de interés por parte de las comunidades para involucrarse en la toma de decisiones con respecto al importante factor ambiental que se ve afectado por las actividades económicas preponderantes en sus comunidades, pues las personas entienden que esos asuntos sólo le atañen al gobierno.

Finalmente, la mayoría de las personas encuestadas, consideran a los recursos naturales como una fuente inagotable (por la falta de información), que ayuda al crecimiento económico de sus localidades y no como un potencial de aprovechamiento para el desarrollo local endógeno.

Anexos

En este apartado se adjuntan las tablas como parte de los resultados analizados.

Tabla IV.1

Recursos naturales más importantes en la comunidad (opción 1)					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Agua	176	76.5	76.5	76.5
	Animales	20	8.7	8.7	85.2
	Vegetación	23	10.0	10.0	95.2
	Montaña	8	3.5	3.5	98.7
	No contestó	3	1.3	1.3	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla IV.2

Aspectos que la comunidad valora más (opción 1)					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Su belleza	72	31.3	31.3	31.3
	Distiñuen a la comunidad	21	9.1	9.1	40.4
	Son únicos	13	5.7	5.7	46.1
	Forman parte de sus tradiciones	13	5.7	5.7	51.7
	Son una fuente de ingresos	89	38.7	38.7	90.4
	No sabe	12	5.2	5.2	95.7
	No contestó	10	4.3	4.3	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla IV.3

Cambios en los recursos naturales (últimos 15 años)					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Si	185	80.4	80.4	80.4
	No	38	16.5	16.5	97.0
	No sabe	7	3.0	3.0	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

IV. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES EN LA COSTA DE JALISCO

Tabla IV.4

Los cambios observados son:					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Positivos	49	21.3	21.3	21.3
	Negativos	140	60.9	60.9	82.2
	No sabe	24	10.4	10.4	92.6
	No contestó	17	7.4	7.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla IV.5

¿Conoce programa y/o acción que se haya llevado a cabo?					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Sí	90	39.1	39.1	39.1
	No	99	43.0	43.0	82.2
	No sabe	38	16.5	16.5	98.7
	No contestó	3	1.3	1.3	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla IV.6

¿Sabe si existe una empresa de turismo de naturaleza?					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Sí	106	46.1	46.1	46.1
	No	96	41.7	41.7	87.8
	No sabe	28	12.2	12.2	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla IV.7

¿El turismo ha contribuido al cuidado de la naturaleza en su comunidad?					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Sí	72	31.3	31.3	31.3
	No	71	30.9	30.9	62.2
	No sabe	19	8.3	8.3	70.4
	No contestó	68	29.6	29.6	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla IV.8

En qué aspectos se han dado esos cuidados (opción 1)					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Uso alternativo de los recursos naturales	14	6.1	6.1	6.1
	Protección de los recursos naturales	47	20.4	20.4	26.5
	Mejora en la apreciación y el respeto	36	15.7	15.7	42.2
	Apoyos para la conservación ambiental	19	8.3	8.3	50.4
	No contestó	114	49.6	49.6	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla IV.9

¿Qué tan marcado ha sido ese efecto en los recursos naturales?					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Poco evidente	59	25.7	25.7	25.7
	Evidente	60	26.1	26.1	51.7
	Muy evidente	20	8.7	8.7	60.4
	No sabe	18	7.8	7.8	68.3
	No contestó	73	31.7	31.7	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla IV.10

			Recursos naturales más importantes en la comunidad (opción 1)					Total
			Agua	Animales	Vegetación	Montaña	No contestó	
Municipio	Puerto Vallarta	Count	61	8	14	4	3	90
		% within municipio	67.8%	8.9%	15.6%	4.4%	3.3%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	30	2	4	3	0	39
		% within municipio	76.9%	5.1%	10.3%	7.7%	.0%	100.0%
	Tomatlán	Count	36	3	3	0	0	42
		% within municipio	85.7%	7.1%	7.1%	.0%	.0%	100.0%
	La Huerta	Count	20	4	1	0	0	25
		% within municipio	80.0%	16.0%	4.0%	.0%	.0%	100.0%
	Cihuatlán	Count	29	3	1	1	0	34
		% within municipio	85.3%	8.8%	2.9%	2.9%	.0%	100.0%
	Total	Count	176	20	23	8	3	230
		% within municipio	76.5%	8.7%	10.0%	3.5%	1.3%	100.0%

IV. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES EN LA COSTA DE JALISCO

Tabla IV.11

		Aspectos que la comunidad valora más (opción 1)								Total
		Su belleza	Distinguen a la comunidad	Son únicos	Forman parte de sus tradiciones	Son una fuente de ingresos	No sabe	No contestó		
Mpio	Puerto Vallarta	Count	29	9	2	5	28	9	8	90
		% within municipio	32.2%	10.0%	2.2%	5.6%	31.1%	10.0%	8.9%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	13	4	2	5	15	0	0	39
		% within municipio	33.3%	10.3%	5.1%	12.8%	38.5%	.0%	.0%	100.0%
	Tomatlán	Count	17	1	4	0	16	3	1	42
		% within municipio	40.5%	2.4%	9.5%	.0%	38.1%	7.1%	2.4%	100.0%
La Huerta	Count	4	1	4	0	16	0	0	25	
	% within municipio	16.0%	4.0%	16.0%	.0%	64.0%	.0%	.0%	100.0%	
Cihuatlán	Count	9	6	1	3	14	0	1	34	
	% within municipio	26.5%	17.6%	2.9%	8.8%	41.2%	.0%	2.9%	100.0%	
Total	Count	72	21	13	13	89	12	10	230	
	% within municipio	31.3%	9.1%	5.7%	5.7%	38.7%	5.2%	4.3%	100.0%	

Tabla IV.12

Municipio * Los cambios observados en los recursos naturales en su comunidad son:

		Los cambios observados son:					Total
		Positivos	Negativos	No sabe	No contestó		
Mpio	Puerto Vallarta	Count	14	62	10	4	90
		% within municipio	15.6%	68.9%	11.1%	4.4%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	14	17	5	3	39
		% within municipio	35.9%	43.6%	12.8%	7.7%	100.0%
	Tomatlán	Count	7	23	8	4	42
		% within municipio	16.7%	54.8%	19.0%	9.5%	100.0%
La Huerta	Count	8	16	0	1	25	
	% within municipio	32.0%	64.0%	.0%	4.0%	100.0%	
Cihuatlán	Count	6	22	1	5	34	
	% within municipio	17.6%	64.7%	2.9%	14.7%	100.0%	
Total	Count	49	140	24	17	230	
	% within municipio	21.3%	60.9%	10.4%	7.4%	100.0%	

Tabla IV.13

Municipio * ¿Conoce programa y/o acción que se haya llevado a cabo en su comunidad?							
			¿Conoce programa y/o acción que se haya llevado a cabo?				Total
			Si	No	No sabe	No contestó	
Mpio	Puerto Vallarta	Count	24	44	20	2	90
		% within municipio	26.7%	48.9%	22.2%	2.2%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	23	11	4	1	39
		% within municipio	59.0%	28.2%	10.3%	2.6%	100.0%
	Tomatlán	Count	15	22	5	0	42
		% within municipio	35.7%	52.4%	11.9%	.0%	100.0%
	La Huerta	Count	9	11	5	0	25
		% within municipio	36.0%	44.0%	20.0%	.0%	100.0%
	Cihuatlán	Count	19	11	4	0	34
		% within municipio	55.9%	32.4%	11.8%	.0%	100.0%
	Total	Count	90	99	38	3	230
		% within municipio	39.1%	43.0%	16.5%	1.3%	100.0%

Tabla IV.14

¿Sabe si existe una empresa de turismo de naturaleza?						
						Total
			Si	No	No sabe	
Mpio	Puerto Vallarta	Count	58	22	10	90
		% within municipio	64.4%	24.4%	11.1%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	24	11	4	39
		% within municipio	61.5%	28.2%	10.3%	100.0%
	Tomatlán	Count	7	29	6	42
		% within municipio	16.7%	69.0%	14.3%	100.0%
	La Huerta	Count	8	12	5	25
		% within municipio	32.0%	48.0%	20.0%	100.0%
	Cihuatlán	Count	9	22	3	34
		% within municipio	26.5%	64.7%	8.8%	100.0%
	Total	Count	106	96	28	230
		% within municipio	46.1%	41.7%	12.2%	100.0%

IV. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES EN LA COSTA DE JALISCO

Tabla IV.15

Municipio * ¿El turismo ha contribuido al cuidado de la naturaleza en su comunidad?							
			¿El turismo ha contribuido al cuidado de la naturaleza en su comunidad?				Total
			Sí	No	No sabe	No contestó	
Municipio	Puerto Vallarta	Count	33	44	10	3	90
		% within municipio	36.7%	48.9%	11.1%	3.3%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	28	5	2	4	39
		% within municipio	71.8%	12.8%	5.1%	10.3%	100.0%
	Tomatlán	Count	11	22	7	2	42
		% within municipio	26.2%	52.4%	16.7%	4.8%	100.0%
	La Huerta	Count	0	0	0	25	25
		% within municipio	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
	Cihuatlán	Count	0	0	0	34	34
		% within municipio	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
	Total	Count	72	71	19	68	230
		% within municipio	31.3%	30.9%	8.3%	29.6%	100.0%

Tabla IV.16

Municipio * ¿Qué tan marcado ha sido el efecto del turismo en los recursos naturales de su comunidad?								
			¿Qué tan marcado ha sido ese efecto en los recursos naturales?				Total	
			Poco evidente	Evidente	Muy evidente	No sabe		No contestó
Municipio	Puerto Vallarta	Count	19	22	9	7	33	90
		% within municipio	21.1%	24.4%	10.0%	7.8%	36.7%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	11	14	2	5	7	39
		% within municipio	28.2%	35.9%	5.1%	12.8%	17.9%	100.0%
	Tomatlán	Count	7	9	2	0	24	42
		% within municipio	16.7%	21.4%	4.8%	.0%	57.1%	100.0%
	La Huerta	Count	12	6	3	0	4	25
		% within municipio	48.0%	24.0%	12.0%	.0%	16.0%	100.0%
	Cihuatlán	Count	10	9	4	6	5	34
		% within municipio	29.4%	26.5%	11.8%	17.6%	14.7%	100.0%
	Total	Count	59	60	20	18	73	230
		% within municipio	25.7%	26.1%	8.7%	7.8%	31.7%	100.0%

V. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS
EN LA COSTA DE JALISCO

El turismo representa una alternativa de desarrollo económico para cualquier economía; con el adecuado planeamiento y monitoreo de la actividad, puede convertirse en un importante mecanismo de conservación de los recursos naturales y culturales.

Se trata de una actividad con importante efecto multiplicador en la economía de los países. Los impactos económicos se originan tanto por el gasto turístico como por el desarrollo de la actividad.

Entre los principales impactos positivos que genera el turismo se puede mencionar la generación de empleos; empleo directo (hoteles, restaurantes, agencias de viaje), empleo indirecto (taxistas, recepcionistas, mozos). También su conexión con otros sectores empresariales como construcción, comercio y servicios en general. Se le reconoce además su contribución al equilibrio de la balanza de pagos y al aumento y distribución de la renta.

El turismo en los últimos años ha representado una alternativa de desarrollo local y crecimiento económico para algunas poblaciones costeras de Jalisco, por ello estudiar la percepción que los habitantes de estas comunidades han tenido sobre el turismo como actividad económica es importante en tanto advierte el grado de aceptación, integración y participación entre población y empresa; población y actividad económica, población y turistas. En este apartado se presenta la percepción sobre la evaluación de la importancia económica relativa de la actividad turística en la comunidad. Para este objetivo se diseñaron variables clave e indicadores, los cuales se describen a continuación:

Variable clave: Generación directa de empleo e ingresos en la comunidad. Se emplearon seis indicadores para estimar la importancia de la presencia de las empresas de turismo de naturaleza mediante la percepción que tiene la comunidad respecto a la generación directa de empleo e ingresos.

INDICADORES

- **Índice de posicionamiento del turismo de naturaleza en la estructura económica.** Su propósito es estimar la importancia que tiene con relación a las fuentes de empleo en otros sectores de actividad económica.
- **Coficiente de importancia como actividad principal respecto a actividad complementaria.** Estima la importancia que se le concede al turismo de naturaleza como actividad principal por su generación de empleo.
- **Coficiente de importancia de los ingresos generados por el turismo respecto a otras actividades.** Mide la percepción de la comunidad respecto a la importancia de las empresas de turismo de naturaleza como generadoras de ingresos contra la importancia que tienen otros sectores en esta materia.
- **Coficiente de interés por emplearse en el turismo.** Evalúa la percepción de la comunidad respecto a la importancia económica del turismo de naturaleza por su grado de preferencia para emplearse en esta actividad.
- **Coficiente de preferencia por el turismo de naturaleza como actividad económica principal.** Valora la importancia económica que la comunidad concede al turismo de naturaleza, mediante su propensión para consolidarlo como una actividad principal.
- **Índice de preferencia para canalizar recursos públicos a la actividad turística contra otras actividades.** Permite apreciar el valor económico que para la comunidad tiene la actividad del turismo de naturaleza por su preferencia para

que se canalicen apoyos institucionales a esta actividad, *versus* a otras actividades económicas.

Variable clave: Generación indirecta de empleo e ingresos en la comunidad. Se consideran cinco indicadores para apreciar la percepción en la comunidad respecto a la importancia de las empresas de turismo de naturaleza en la generación indirecta de empleo e ingresos.

INDICADORES

- **Coefficiente de efecto promotor de actividades económicas.** Identifica y dimensiona la percepción de la comunidad respecto de si se han generado nuevos negocios asociados a la operación de las empresas de turismo de naturaleza.
- **Coefficiente de afectación a otras actividades económicas.** Revela posibles efectos de disminución de actividades económicas tradicionales por el incremento de la prestación de servicios turísticos. Identifica si se ha dado este efecto, sin reconocer cuales sectores han sido impactados.
- **Índice de afectación por sectores de actividad económica.** Identifica cuáles sectores económicos tradicionales han sido afectados, en su caso, por la presencia de una nueva actividad económica representada por el turismo de naturaleza.
- **Índice de efecto económico en la comunidad.** Mide la sensación que tiene la comunidad respecto de si ha mejorado, disminuido o permanecido igual la situación económica de la localidad a partir de la operación de empresas de turismo de naturaleza.
- **Coefficiente de distribución de los beneficios.** Evalúa la sensación que se tiene en la comunidad respecto de si la actividad económica del turismo de naturaleza beneficia a la población en su conjunto, o sólo a un grupo reducido.

Análisis de resultados a nivel regional

En la región de estudio, el turismo representó la actividad más importante con 38.7%, seguido de la agricultura con 32.6%, el tercer lugar lo ocupó la pesca con 17.8% (Tabla V.1), sin embargo si los resultados se interpretaran por el sector productivo, el sector primario ocuparía el primer lugar con 59.6%, incluyendo a la ganadería, por lo que este dato deberá ser contemplado en lo futuro del presente trabajo.

Frente al planteamiento de que actualmente el turismo es una actividad principal o complementaria, 53% de los entrevistados considera al turismo como actividad principal, en tanto que 38.7% la consideró complementario (Tabla V.2). Lo anterior permite considerar al turismo como la actividad productiva preponderante con 91.7% de la percepción hacia el turismo como tema de interés público para la gestión y gobierno local lo que implicaría que las políticas públicas, inversión e infraestructura estén orientados fuertemente hacia la consolidación de la estructura turística del litoral de Jalisco.

Una de las explicaciones de la respuesta anterior se advierte en la percepción de la población encuestada sobre “¿en qué actividad se gana más al año?” (Tabla V.3) ya que 56.5% percibe que en el turismo, al margen que de las condiciones de los trabajos tradicionales del mundo rural.

La respuesta de que 68.7% de la población estaría interesada en emplearse en el turismo regional queda cuestionada si se relaciona con la pregunta sobre la modalidad de dicha integración, si es de cómo actividad principal o complementaria, esta cifra se incrementa en un 70.4% ante la posibilidad de integrarse de forma complementaria (25.2%) (Tabla V.4), en tanto que de si la integración de como actividad principal, registró 45.2%.

Los dos sectores que la población consideran que deben ser favorecidas con recursos públicos son el turismo (37.8%) y la agricultura (29.1%), sin embargo si el análisis se realiza según sector productivo, el sector primario predomina con 45.2% lo que resulta muy significativo para la toma de decisiones de la inversión pública (Tabla V.5).

La población considera que sí existe un incremento importante de la economía a causa de la actividad turística local, dicha percepción registró un 57% que lo afirman (Tabla V.6), entre las actividades beneficiadas por el turismo, la artesanía ocupa el primer lugar con un 23.5% y la pesca el segundo con un 21.3% (Tabla V.7), lo anterior confirma que la pesca es la actividad productiva del sector primario más favorecida, lo que plantea una disyuntiva social ya que la pesca (pescadores) no reaccionan ante el turismo de la misma forma que de la ganadería o la agricultura, sin embargo existe el conflicto que el turismo reclama preferentemente el espacio de la costa, lo que provoca un conflicto directo entre pesca y turismo.

La población costera de Jalisco refiere que 51.7% no ha abandonado sus actividades tradicionales, entiéndase las relativas al sector primario, en tanto que un 33.5% manifiesta que sí (Tabla V.8), con relación a la actividad más impactada por el turismo en términos de abandono de su práctica, resultó la agricultura con el 40.4%, en tanto que la pesca y la ganadería registran un 3.9% (Tabla V.9), si se toma en cuenta que la pesca es la actividad “natural” en el litoral, se aprecia que el turismo no lo afecta de forma significativa, antes bien lo incorpora, transformándolo, cabe señalar que 65% no contestó, lo que no es una cifra menor.

Ante la pregunta sobre la situación económica desde que se introdujo el turismo, la población percibe que existe una mejoría en 40.0% de los encuestados, frente a 8.3% que manifestó que

su situación empeoró, sin embargo, lo que le permite al turismo seguir expandiéndose es que 32.2% percibe que le va igual, por tanto el turismo no es una amenaza económica, antes bien una oportunidad de mejorar (Tabla V.10). Sin embargo, no pasa lo mismo al responder a la pregunta de quién es el beneficiario ya que 54.8% de la población opina que toda la comunidad y 43.9% respondió que sólo algunos se ven beneficiados (Tabla V.11). Lo anterior presupone y considerando los resultados anteriores, que la población aprueba el turismo local, pero exige una mayor y mejor distribución de sus beneficios, además queda expresado en las respuestas de la siguiente pregunta que refiere sobre ¿qué le gustaría que la empresa de turismo de naturaleza hiciera por su comunidad, refiriéndose a los apoyos esperados, a lo que la población refiere con 33.9% al aspecto económico y con un 25.2% a los aspectos sociocultural (Tabla V.12), por encima de los ambientales que sólo registró 10.9%, lo que aclara que la población rural en su mayoría antepone los aspectos socioculturales a los ambientales.

La valoración que los locales declaran sobre las empresas de turismo de naturaleza es “buena” con 38.3% y “regular” con 37.8%, aunque si se atiende estas respuestas por su valor positivo, se obtiene un contundente 76.1% de aceptación frente a 2.2% que considera la opción de “mala”. No obstante que 38.7% de las empresas no participan en actividades de la comunidad, ante 30.9% de empresas de turismo de naturaleza que si lo hacen (Tablas V.13 y V.14). En realidad estas respuestas replantean que son los beneficios económicos los más valorados por los pobladores, aunque lo que manifiestan expresamente es su interés por el aspecto social, quizá deba considerarse en este caso un análisis desde la perspectiva materialista cultural (*etic-emic*)¹ en las respuestas de los pobladores de la costa de Jalisco.

¹ Tomado del concepto aportado por Marvin Harris.

La población percibe una mejora de la situación de los habitantes gracias a la presencia de una empresa de turismo de naturaleza en su comunidad con 54.8% y que no existe mejora alguna 30.0% (Tabla V.15), esta última cifra, a pesar de que no es la mayoritaria, sí posee peso específico ante situaciones de controversia frente a intereses privados y externos.

Finalmente, los encuestados no logran identificar claramente los beneficios comunitarios por la existencia de una empresa de turismo de naturaleza en su comunidad, ya que 33.9% respondió “no sabe” y la opción de servicios públicos (agua, electricidad y drenaje) ocupó la segunda preferencia con 18.3% (Tabla V.16), estas respuestas permiten plantear lo siguiente, por un lado reconocen que a la llegada de la empresa de turismo de naturaleza trajo consigo los servicios públicos, pero no lo consideran un beneficio de la empresa, la interrogante parece ser, ¿por qué fue necesario que una empresa privada llegara para merecer los servicios públicos en la localidad?

Resultados a nivel municipal

En el presente apartado se expresan los resultados particulares por municipio lo que permite la comparación entre resultados generales y resultados particulares por municipio a efecto de ver la participación o comportamiento por segmento de cada entidad federativa.

La principal actividad económica como era de esperarse en los municipios de Puerto Vallarta, Cabo Corrientes y La Huerta es el turismo, en Tomatlán la que destaca es la agricultura, y en Cihuatlán la pesca (Tabla V.17).

El turismo es la actividad principal para todos los municipios excepto en el de Tomatlán que es muy alto el porcentaje de la población que lo ve sólo como una actividad complementaria (Tabla V.18).

Se confirma que las actividades turísticas generan más ganancias para cuatro de los municipios de la costa del Estado de Jalisco con excepción del municipio de Tomatlán que opta por las actividades tradicionales como las que generan más recursos para su comunidad (Tabla V.19).

Los cinco municipios coinciden en que sí es de interés emplearse en el turismo, esto crea una contradicción en lo referente a Tomatlán pues ellos ven al turismo como una actividad complementaria y lo que genera más recursos para su comunidad son las actividades tradicionales (Tabla V.20).

Se mantiene la tendencia en cuanto a que la comunidad de todos los municipios se interesa en emplearse en el turismo como una actividad principal excepto la comunidad de Tomatlán a la cual le interesa emplearse en el turismo como actividad complementaria (Tabla V.21).

La comunidad de la costa de Jalisco opina que los recursos públicos se deben invertir en el turismo, sin embargo, para el municipio de Tomatlán se deberían invertir en la agricultura (Tabla V.22).

En cuatro de los municipios se puede observar que las actividades económicas por el turismo sí tuvieron un incremento mientras que en Tomatlán no tuvieron incremento por las actividades relacionadas con el turismo (Tabla V.23).

En Puerto Vallarta, La Huerta y Cihuatlán la actividad que se ha beneficiado por el turismo es la artesanía, en Cabo Corrientes la pesca y en Tomatlán la agricultura (Tabla IV.24). En Puerto Vallarta y Cabo Corrientes la mayoría ha abandonado actividades tradicionales para dedicarse al turismo, en Tomatlán, La Huerta y Cihuatlán la población dice que no se abandonan las actividades tradicionales por el turismo (Tabla V.25).

De los municipios que sí han abandonado actividades tradicionales por el turismo, la agricultura es la actividad que más se ha visto implicada (Tabla V.26).

En La Huerta la población se encuentra dividida en que la situación económica de la comunidad es peor o mejor con la introducción del turismo, para Tomatlán es igual y para los municipios de Cabo Corrientes, Puerto Vallarta y Cihuatlán es mejor la situación económica (Tabla V.27).

En los municipios de Cabo Corrientes, La Huerta y Cihuatlán el turismo produce beneficio para toda la comunidad, sin embargo la población de Puerto Vallarta y Tomatlán coinciden en que el turismo produce beneficios sólo para algunos (Tabla V.28).

A la población de la costa de Jalisco le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos económicos de su comunidad, excepto por Cabo Corrientes a los que les interesa más los aspectos socioculturales (Tabla V.29).

PUERTO VALLARTA

La principal actividad económica como era de esperarse en el municipio de Puerto Vallarta es el turismo (62.2%), seguido muy a distancia (25.6%) por la agricultura (Tabla V.17).

El turismo es la actividad principal para la población de Puerto Vallarta (68.9%), el porcentaje de la población que lo ve sólo como una actividad complementaria es de 26.7% (Tabla V.18).

Estos resultados confirman que las actividades turísticas generan más ganancias para Puerto Vallarta (68.9%), sólo el 26.7% opta por las actividades tradicionales como las que generan más recursos para su comunidad (Tabla V.19).

De la misma manera la población muestra interés en emplearse en el turismo (45.6%), existe un 15.6% que opina no tener dicho interés (Tabla V.20).

Se mantiene la tendencia en cuanto a que la comunidad del municipio se interesan en emplearse en el turismo como una actividad principal (47.8%), por sólo 15.6% a la cual le interesa emplear en el turismo como actividad complementaria (Tabla V.21).

La comunidad de Puerto Vallarta opina que los recursos públicos se deben invertir en el turismo (37.8%), sin embargo para la opción de la agricultura (27.8%) el porcentaje también fue considerable (Tabla V.22).

En el municipio se puede observar que las actividades económicas si tuvieron un incremento por el turismo (61.1%), mientras que el 24.4% opina que no se tuvo dicho incremento (Tabla V.23).

Las artesanías es la actividad que más se ha visto beneficiada por el turismo en Puerto Vallarta (30.0%), la segunda opción (13.3%) es la pesca (Tabla V.24).

En Puerto Vallarta el 54.4% de la población considera que si se han abandonado actividades tradicionales por el turismo, el 30.0% opina que no (Tabla V.25).

La actividad tradicional que más se ha abandonado es la agricultura (34.4%), seguida por la pesca con un 7.8% (Tabla V.26).

La población considera que la situación económica en la comunidad es mejor (51.1%) desde que se introdujo el turismo, sin embargo el 27.8% opina que sigue igual (Tabla V.27).

La opinión de la población de Puerto Vallarta se encuentra dividida en lo que se refiere a que el turismo produce beneficios sólo para algunos con un 53.3% y que produce beneficios para toda la comunidad con un 45.6% (Tabla V.28).

A la población del municipio le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos económicos (22.2%), así como en aspectos ambientales (16.7%) (Tabla V.29).

CABO CORRIENTES

La principal actividad económica en el municipio es el turismo (35.92%), seguido por la pesca y la ganadería con un porcentaje igual del 20.5% (Tabla V.23).

El turismo es la actividad principal para la población de Cabo Corrientes (46.2%), el porcentaje de la población que lo ve sólo como una actividad complementaria es de 41.0% (Tabla V.24).

Estos resultados confirman que las actividades turísticas generan más ganancias para Cabo Corrientes (51.3%), sólo 35.9% opta por las actividades tradicionales como las que generan más recursos para su comunidad (Tabla V.25).

De la misma manera la población muestra un alto interés en emplearse en el turismo (87.2%), existe un 10.3% que opina no tener dicho interés (Tabla V.26).

Se mantiene la tendencia en cuanto a que la comunidad del municipio se interesa en emplearse en el turismo como una actividad principal (66.7%), por sólo 17.9% a la cual le interesa emplear en el turismo como actividad complementaria (Tabla V.27).

La comunidad de Cabo Corrientes opina que los recursos públicos se deben invertir en el turismo (43.6%), sin embargo para la opción de la agricultura (23.1%) el porcentaje también fue considerable (Tabla V.28).

En el municipio se puede observar que las actividades económicas sí tuvieron un incremento por el turismo (71.8%), mientras que el 7.7% opina que no se tuvo dicho incremento (Tabla V.29).

La pesca es la actividad que más se ha visto beneficiada por el turismo en Cabo Corrientes (38.5%), la segunda opción (17.9%) son las actividades especificadas como otras (Tabla V.30).

En Cabo Corrientes 38.5% de la población considera que no se han abandonado actividades tradicionales por el turismo, 30.8% opina que sí (Tabla V.31).

La actividad tradicional que más se ha abandonado es la agricultura (17.9%), seguida por la ganadería y las artesanías con un 5.1% respectivamente (Tabla V.32).

La población considera que la situación económica en la comunidad es mejor (56.4%) desde que se introdujo el turismo, sin embargo el 23.1% opina que sigue igual (Tabla V.33).

La opinión de la población de Cabo Corrientes se encuentra dividida en lo que se refiere a que el turismo produce beneficios para toda la comunidad con un 53.8% y que produce beneficios sólo para algunos con un 46.2% (Tabla V.34).

A la población del municipio le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos socioculturales (46.2%), así como en aspectos económicos (35.9%) (Tabla V.35).

TOMATLÁN

La principal actividad económica en el municipio es la agricultura (76.2%), seguido por la ganadería con 21.4% (Tabla V.17).

El turismo es una actividad complementaria para la población de Tomatlán (78.6%), el porcentaje de la población que lo ve sólo como una actividad principal es de 0% (Tabla V.18).

Estos resultados confirman que las actividades tradicionales generan más ganancias para Tomatlán (81.0%), sólo 16.7% opta por las actividades turísticas como las que generan más recursos para su comunidad (Tabla V.19).

La población muestra un alto interés en emplearse en el turismo (73.8%), existe un 19.0% que opina no tener dicho interés (Tabla V.20).

Se mantiene la tendencia en cuanto a que la comunidad del municipio se interesan en emplearse en el turismo como una actividad complementaria (59.5%), por sólo 9.5% a la cual le interesa emplearse en el turismo como actividad principal (Tabla V.21).

La comunidad de Tomatlán opina que los recursos públicos se deben invertir en la agricultura (73.8%), sin embargo para la opción del turismo (16.7%) el porcentaje fue muy inferior (Tabla V.22).

En el municipio se puede observar que las actividades económicas no tuvieron un incremento por el turismo (90.5%), mientras que el 7.1 opina que sí se tuvo dicho incremento (Tabla V.23).

La agricultura es la actividad que más se ha visto beneficiada por el turismo en Tomatlán (14.3%), la segunda opción (4.8%) es la actividad de la pesca (Tabla V.24).

En Tomatlán 97.6% de la población considera que no se han abandonado actividades tradicionales por el turismo, sólo 2.4% opina que sí (Tabla V.25).

La actividad tradicional que más se ha abandonado es la agricultura (2.4%), no se mencionó ninguna otra actividad (Tabla V.26).

La población considera que la situación económica en la comunidad está igual (78.6%) desde que se introdujo el turismo, sin embargo el 11.9% opina que está mejor (Tabla V.27).

La opinión de la población de Tomatlán se encuentra dividida en lo que se refiere a que el turismo produce beneficios para sólo algunos con 52.4% y que produce beneficios sólo para toda la comunidad con 47.6% (Tabla V.28).

A la población del municipio le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos económicos (50.0%), así como en aspectos socioculturales (31.0%) (Tabla V.29).

LA HUERTA

La principal actividad económica en el municipio de La Huerta es el turismo (48.0%), seguido muy de cerca (40.0%) por la pesca (Tabla V.17).

El turismo es la actividad principal para la población de La Huerta (68.0%), el porcentaje de la población que lo ve sólo como una actividad complementaria es de 28.0% (Tabla V.18).

Estos resultados confirman que las actividades turísticas generan más ganancias para La Huerta (80.0%), sólo 16.0% opta por las actividades tradicionales como las que generan más recursos para su comunidad (Tabla V.19).

De la misma manera la población muestra interés en emplearse en el turismo (88.0%), existe un 12.0% que opina no tener dicho interés (Tabla V.20).

Se mantiene la tendencia en cuanto a que la comunidad del municipio se interesa en emplearse en el turismo como una actividad principal (44.0%), por sólo 12.0% a la cual le interesa emplearse en el turismo como actividad complementaria (Tabla V.21).

La comunidad de La Huerta opina que los recursos públicos se deben invertir en el turismo (48.0%), sin embargo para la opción de la pesca (20.0%) el porcentaje también fue considerable (Tabla V.22).

En el municipio se puede observar que las actividades económicas sí tuvieron un incremento por el turismo (80.0%), mientras que el 16.0% opina que no se tuvo dicho incremento (Tabla V.23).

Las artesanías y la pesca son las actividades que más se han visto beneficiadas por el turismo en La Huerta con un porcentaje similar de 36.0% (Tabla V.24).

En La Huerta 60.0% de la población considera que no se han abandonado actividades tradicionales por el turismo, el 24.0% opina que sí (Tabla V.25).

La actividad tradicional que más se ha abandonado es la agricultura (20.0%), seguida por la opción de todas con 4.0% (Tabla V.26).

La población considera que la situación económica en la comunidad es mejor (16.0%) pero con el mismo porcentaje se encuentra la opción de peor (Tabla V.27).

La opinión de la población de La Huerta se refiere a que el turismo produce beneficios para toda la comunidad (80.0%) y que produce beneficios para sólo algunos con un 16.0% (Tabla V.28).

A la población del municipio le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos económicos (36.0%), así como en aspectos socioculturales (32.0%) (Tabla V.29).

CIHUATLÁN

La principal actividad económica en el municipio de Cihuatlán es la pesca (47.1%), seguido por la agricultura con un 29.4% (Tabla V.17).

El turismo es la actividad principal para la población de Cihuatlán (73.5%), el porcentaje de la población que lo ve sólo como una actividad complementaria es de 26.5% (Tabla V.18).

Estos resultados confirman que las actividades turísticas generan más ganancias para Cihuatlán (61.8%), sólo 29.4% opta por las actividades tradicionales como las que generan más recursos para su comunidad (Tabla V.19).

De la misma manera la población muestra interés en emplearse en el turismo (88.2%), existe un 5.9% que opina no tener dicho interés (Tabla V.20).

Se mantiene la tendencia en cuanto a que la comunidad del municipio se interesa en emplearse en el turismo como una actividad principal (58.8%), por sólo 26.5% a la cual le interesa emplear en el turismo como actividad complementaria (Tabla V.21).

La comunidad de Cihuatlán opina que los recursos públicos se deben invertir en el turismo (50.0%), sin embargo para la opción de la pesca obtuvo 14.7% (Tabla V.22).

En el municipio se puede observar que las actividades económicas sí tuvieron un incremento por el turismo (73.5%), mientras que 20.6% opina que no se tuvo dicho incremento (Tabla V.23).

La elaboración y venta de artesanías es la actividad que más se ha visto beneficiada por el turismo en Cihuatlán con un porcentaje de 41.2%, la segunda opción es la pesca con 32.4% (Tabla V.24).

En Cihuatlán 61.8% de la población considera que no se han abandonado actividades tradicionales por el turismo, 26.5% opina que sí (Tabla V.25).

La actividad tradicional que más se ha abandonado es la agricultura (8.8%), seguida por la opción de la ganadería con un 5.9% (Tabla V.26).

La población considera que la situación económica en la comunidad es mejor (44.1%), como segundo está la opción de igual con un 14.7% (Tabla V.27).

La opinión de la población de Cihuatlán se refiere a que el turismo produce beneficios para toda la comunidad (70.6%) y que produce beneficios para sólo algunos con 26.5% (Tabla V.28).

A la población del municipio le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos económicos (41.2%), así como en aspectos socioculturales (26.5%) (Tabla V.29).

Conclusiones

En lo referente al impacto económico: Se considera positivo en lo general, demandan mayor participación directa y mejor distribución de la derrama económica, aunque, una mayoría relativa, aún depende del sector primario, en particular la pesca es la actividad que en el proceso de cambio hacia el turismo se ve mayormente beneficiada.

El planeamiento y monitoreo de la actividad turística serán fundamentales para una adecuada mitigación de los impactos que genera. Este planeamiento debe contemplar la coordinación estrecha del turismo con otros sectores económicos (agricultura, comercio, construcción, etcétera). Los empresarios dedicados a la actividad turística deben desarrollar un *marketing* responsable, con informaciones claras y precisas, basadas en un enfoque de sostenibilidad de los recursos, sobre los lugares promocionados. El *marketing* responsable implica la creación de nuevos productos turísticos, con respeto al medio ambiente y buscando llevar beneficios a la población receptora. Los sectores público y privado deben trabajar coordinadamente para lograr capacitación de calidad en el sector turístico.

*Anexos**Tabla V.1*

Principales actividades económicas de la comunidad (opción 1)					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Agricultura	75	32.6	32.6	32.6
	Ganadería	21	9.1	9.1	41.7
	Pesca	41	17.8	17.8	59.6
	Turismo	89	38.7	38.7	98.3
	Otros	4	1.7	1.7	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.2

Actualmente el turismo es una actividad:					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Principal	122	53.0	53.0	53.0
	Complementaria	89	38.7	38.7	91.7
	No sabe	19	8.3	8.3	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.3

¿En qué actividad cree que se gana más al año?					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Actividades turísticas	130	56.5	56.5	56.5
	Actividades tradicionales	86	37.4	37.4	93.9
	No sabe	14	6.1	6.1	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.4

Interés de la comunidad por emplearse en el turismo					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Si	158	68.7	68.7	68.7
	No	31	13.5	13.5	82.2
	No sabe	12	5.2	5.2	87.4
	No contestó	29	12.6	12.6	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.5

Sectores en los que se deben invertir los recursos públicos					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Agricultura	67	29.1	29.1	29.1
	Ganadería	16	7.0	7.0	36.1
	Pesca	21	9.1	9.1	45.2
	Artesanías	7	3.0	3.0	48.3
	Turismo	87	37.8	37.8	86.1
	Todas	10	4.3	4.3	90.4
	Otras	15	6.5	6.5	97.0
	No contestó	7	3.0	3.0	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.6

Incremento de las actividades económicas por el turismo					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Si	131	57.0	57.0	57.0
	No	74	32.2	32.2	89.1
	No sabe	24	10.4	10.4	99.6
	No contestó	1	.4	.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.7

Actividades que se han visto beneficiadas por el turismo					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Agricultura	16	7.0	7.0	7.0
	Ganadería	9	3.9	3.9	10.9
	Pesca	49	21.3	21.3	32.2
	Artesanía	54	23.5	23.5	55.7
	Otras	21	9.1	9.1	64.8
	No contestó	4	1.7	1.7	66.5
	No aplica	77	33.5	33.5	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.8

Se han abandonado actividades tradicionales por el turismo					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Si	77	33.5	33.5	33.5
	No	119	51.7	51.7	85.2
	No sabe	31	13.5	13.5	98.7
	No Contestó	3	1.3	1.3	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.9

Actividades tradicionales abandonadas por el turismo					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Agricultura	47	20.4	20.4	20.4
	Ganadería	9	3.9	3.9	24.3
	Pesca	9	3.9	3.9	28.3
	Artesanías	4	1.7	1.7	30.0
	Todas	9	3.9	3.9	33.9
	No Contestó	151	65.7	65.7	99.6
	Otras	1	.4	.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.10

Situación económica de su comunidad desde que se introdujo el turismo					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Peor	19	8.3	8.3	8.3
	Igual	74	32.2	32.2	40.4
	Mejor	92	40.0	40.0	80.4
	No sabe	24	10.4	10.4	90.9
	No contestó	21	9.1	9.1	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.11

El turismo produce beneficio para					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Toda la comunidad	126	54.8	54.8	54.8
	Sólo para algunos	101	43.9	43.9	98.7
	No contestó	3	1.3	1.3	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.12

¿Qué le gustaría que la empresa hiciera por su comunidad?					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Socioculturales	58	25.2	25.2	25.2
	Económicos	78	33.9	33.9	59.1
	Ambientales	25	10.9	10.9	70.0
	Otros	24	10.4	10.4	80.4
	No contestó	45	19.6	19.6	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.13

¿Cómo valora la presencia de las empresas de TN en su comunidad?					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Buena	88	38.3	38.3	38.3
	Regular	87	37.8	37.8	76.1
	Mala	5	2.2	2.2	78.3
	No sabe	50	21.7	21.7	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.14

Participación de las empresa de TN en actividades de la comunidad					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Si	71	30.9	30.9	30.9
	No	89	38.7	38.7	69.6
	No sabe	70	30.4	30.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.15

Mejora de la situación de los habitantes de la comunidad					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Si	126	54.8	54.8	54.8
	No	69	30.0	30.0	84.8
	No sabe	35	15.2	15.2	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.16

Aspectos en que la comunidad se ha visto beneficiada por la empresa de TN (opción 1)					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Servicios e infraestructura para la salud	25	10.9	10.9	10.9
	Servicios e infraestructura para la educación	19	8.3	8.3	19.1
	Capacitación técnica	7	3.0	3.0	22.2
	Vías de comunicación	30	13.0	13.0	35.2
	Dotación de drenaje, electricidad y agua potable	42	18.3	18.3	53.5
	No sabe	78	33.9	33.9	87.4
	No contestó	29	12.6	12.6	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla V.17

Municipio * Principales actividades económicas de la comunidad (opción 1)									
			Principales actividades económicas de la comunidad (opción 1)					Total	
			Agricultura	Ganadería	Pesca	Turismo	Otros		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	23	4	6	56	1	90	
		% within municipio	25.6%	4.4%	6.7%	62.2%	1.1%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	7	8	8	14	2	39	
		% within municipio	17.9%	20.5%	20.5%	35.9%	5.1%	100.0%	
	Tomatlán	Count	32	9	1	0	0	42	
		% within municipio	76.2%	21.4%	2.4%	.0%	.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	3	0	10	12	0	25	
		% within municipio	12.0%	.0%	40.0%	48.0%	.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	10	0	16	7	1	34	
		% within municipio	29.4%	.0%	47.1%	20.6%	2.9%	100.0%	
	Total		Count	75	21	41	89	4	230
	% within municipio		32.6%	9.1%	17.8%	38.7%	1.7%	100.0%	

Tabla V.18

Municipio * Actualmente el turismo en su comunidad es una actividad							
			Actualmente el turismo es una actividad:			Total	
			Principal	Complementaria	No sabe		
Municipio	Puerto Vallarta	Count	62	24	4	90	
		% within municipio	68.9%	26.7%	4.4%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	18	16	5	39	
		% within municipio	46.2%	41.0%	12.8%	100.0%	
	Tomatlán	Count	0	33	9	42	
		% within municipio	.0%	78.6%	21.4%	100.0%	
	La Huerta	Count	17	7	1	25	
		% within municipio	68.0%	28.0%	4.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	25	9	0	34	
		% within municipio	73.5%	26.5%	.0%	100.0%	
	Total		Count	122	89	19	230
	% within municipio		53.0%	38.7%	8.3%	100.0%	

Tabla V.19

Municipio * ¿En qué actividad cree que se gana más al año en su comunidad?							
			¿En qué actividad cree que se gana más al año?			Total	
			Actividades turísticas	Actividades tradicionales	No sabe		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	62	24	4	90	
		% within municipio	68.9%	26.7%	4.4%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	20	14	5	39	
		% within municipio	51.3%	35.9%	12.8%	100.0%	
	Tomatlán	Count	7	34	1	42	
		% within municipio	16.7%	81.0%	2.4%	100.0%	
	La Huerta	Count	20	4	1	25	
		% within municipio	80.0%	16.0%	4.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	21	10	3	34	
		% within municipio	61.8%	29.4%	8.8%	100.0%	
	Total		Count	130	86	14	230
	% within municipio		56.5%	37.4%	6.1%	100.0%	

Tabla V.20

Municipio * Interés de la comunidad por emplearse en el turismo								
			Interés de la comunidad por emplearse en el turismo				Total	
			Sí	No	No sabe	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	41	14	7	28	90	
		% within municipio	45.6%	15.6%	7.8%	31.1%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	34	4	1	0	39	
		% within municipio	87.2%	10.3%	2.6%	.0%	100.0%	
	Tomatlán	Count	31	8	2	1	42	
		% within municipio	73.8%	19.0%	4.8%	2.4%	100.0%	
	La Huerta	Count	22	3	0	0	25	
		% within municipio	88.0%	12.0%	.0%	.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	30	2	2	0	34	
		% within municipio	88.2%	5.9%	5.9%	.0%	100.0%	
	Total		Count	158	31	12	29	230
	% within municipio			68.7%	13.5%	5.2%	12.6%	100.0%

Tabla V.21

Municipio * Interés de la comunidad por emplearse en el turismo como actividad principal o complementaria									
			Como una actividad principal o complementaria					Total	
			Principal	Complementaria	No sabe	No contestó	No aplica		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	43	14	6	15	12	90	
		% within municipio	47.8%	15.6%	6.7%	16.7%	13.3%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	26	7	2	0	4	39	
		% within municipio	66.7%	17.9%	5.1%	.0%	10.3%	100.0%	
	Tomatlán	Count	4	25	2	3	8	42	
		% within municipio	9.5%	59.5%	4.8%	7.1%	19.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	11	3	4	4	3	25	
		% within municipio	44.0%	12.0%	16.0%	16.0%	12.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	20	9	1	2	2	34	
		% within municipio	58.8%	26.5%	2.9%	5.9%	5.9%	100.0%	
	Total		Count	104	58	15	24	29	230
	% within municipio		45.2%	25.2%	6.5%	10.4%	12.6%	100.0%	

Tabla V.22

Municipio * Sectores en los que se deben invertir los recursos públicos en su comunidad									
		Sectores en los que se deben invertir los recursos públicos						Total	
		Agri- cultu- ra	Gana- dería	Pesca	Arte- sanías	Turis- mo	Todas	Otras	No contestó
Mpio	Puerto Vallarta	Count 25	3	5	3	34	10	4	6
		% within municipio	3.3%	5.6%	3.3%	37.8%	11.1%	4.4%	6.7%
Cabo Corrientes		Count 5	9	4	1	17	0	3	0
		% within municipio	23.1%	10.3%	2.6%	43.6%	.0%	7.7%	.0%
Tomatlán		Count 31	2	2	0	7	0	0	0
		% within municipio	73.8%	4.8%	.0%	16.7%	.0%	.0%	.0%
La Huerta		Count 3	0	5	0	12	0	4	1
		% within municipio	12.0%	20.0%	.0%	48.0%	.0%	16.0%	4.0%
Cihuatlán		Count 3	2	5	3	17	0	4	0
		% within municipio	8.8%	14.7%	8.8%	50.0%	.0%	11.8%	.0%
Total		Count 67	16	21	7	87	10	15	7
	% within municipio	29.1%	9.1%	3.0%	37.8%	4.3%	6.5%	3.0%	100.0%

Tabla V.23

Municipio * Incremento de las actividades económicas por el turismo en su comunidad							
			Incremento de las actividades económicas por el turismo				Total
			Si	No	No sabe	No contestó	
Mpio	Puerto Vallarta	Count	55	22	13	0	90
		% within Municipio	61.1%	24.4%	14.4%	.0%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	28	3	8	0	39
		% within Municipio	71.8%	7.7%	20.5%	.0%	100.0%
	Tomatlán	Count	3	38	1	0	42
		% within Municipio	7.1%	90.5%	2.4%	.0%	100.0%
	La Huerta	Count	20	4	0	1	25
		% within Municipio	80.0%	16.0%	.0%	4.0%	100.0%
	Cihuatlán	Count	25	7	2	0	34
		% within Municipio	73.5%	20.6%	5.9%	.0%	100.0%
	Total	Count	131	74	24	1	230
		% within Municipio	57.0%	32.2%	10.4%	.4%	100.0%

Tabla V.24

		Actividades que se han visto beneficiadas por el turismo:							Total	
		Agricul-tura	Ganadería	Pesca	Arte-sanía	Otras	No contestó	No aplica		
Mpio	Puerto Vallarta	Count	2	12	27	12	1	31	90	
		% within Municipio	2.2%	13.3	30.0	13.3	1.1%	34.4%	100.0%	
Cabo Corrientes		Count	6	15	3	7	1	2	39	
		% within Municipio	15.4%	38.5	7.7%	17.9	2.6%	5.1%	100.0%	
Toma-tlán		Count	0	2	1	0	0	33	42	
		% within Municipio	.0%	4.8%	2.4%	.0%	.0%	78.6%	100.0%	
La Huerta		Count	1	9	9	1	1	4	25	
		% within Municipio	4.0%	36.0	36.0	4.0%	4.0%	16.0%	100.0%	
Cihua-tlán		Count	0	11	14	1	1	7	34	
		% within Municipio	.0%	32.4	41.2	2.9%	2.9%	20.6%	100.0%	
Total		Count	9	49	54	21	4	77	230	
		% within Municipio	3.9%	21.3	23.5	9.1%	1.7%	33.5%	100.0%	

Tabla V.25

Municipio * Se han abandonado actividades tradicionales en su comunidad por el turismo								
			Se han abandonado actividades tradicionales por el turismo				Total	
			Si	No	No sabe	No contestó		
Municipio	Puerto Vallarta	Count	49	27	14	0	90	
		% within municipio	54.4%	30.0%	15.6%	.0%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	12	15	12	0	39	
		% within municipio	30.8%	38.5%	30.8%	.0%	100.0%	
	Tomatlán	Count	1	41	0	0	42	
		% within municipio	2.4%	97.6%	.0%	.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	6	15	1	3	25	
		% within municipio	24.0%	60.0%	4.0%	12.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	9	21	4	0	34	
		% within municipio	26.5%	61.8%	11.8%	.0%	100.0%	
	Total		Count	77	119	31	3	230
	% within municipio			33.5%	51.7%	13.5%	100.0%	

Tabla V.26

		Municipio * Actividades tradicionales abandonadas por el turismo en su comunidad:							Total
		Actividades tradicionales abandonadas por el turismo:							
		Agri- cultura	Gana- dería	Pesca nías	Todas	No con- testó	Otras		
Municipio	Puerto Vallarta	Count 31	5	7	1	6	40	0	90
		% within municipio	34.4%	5.6%	7.8%	1.1%	6.7%	44.4%	.0%
Cabo Corrientes		Count 7	2	1	2	1	26	0	39
		% within municipio	17.9%	5.1%	2.6%	5.1%	2.6%	66.7%	.0%
Tomatlán		Count 1	0	0	0	0	41	0	42
		% within municipio	2.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	97.6%	.0%
La Huerta		Count 5	0	0	0	1	19	0	25
		% within municipio	20.0%	.0%	.0%	.0%	4.0%	76.0%	.0%
Cihuatlán		Count 3	2	1	1	1	25	1	34
		% within municipio	8.8%	5.9%	2.9%	2.9%	2.9%	73.5%	2.9%
Total		Count 47	9	9	4	9	151	1	230
	% within municipio	20.4%	3.9%	1.7%	3.9%	65.7%	.4%	100.0%	

Tabla V.27

Municipio * Situación económica de su comunidad desde que se introdujo el turismo									
			Situación económica de su comunidad desde que se introdujo el turismo					Total	
			Peor	Igual	Mejor	No sabe	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	7	25	46	10	2	90	
		% within municipio	7.8%	27.8%	51.1%	11.1%	2.2%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	3	9	22	5	0	39	
		% within municipio	7.7%	23.1%	56.4%	12.8%	.0%	100.0%	
	Tomatlán	Count	2	33	5	2	0	42	
		% within municipio	4.8%	78.6%	11.9%	4.8%	.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	4	2	4	5	10	25	
		% within municipio	16.0%	8.0%	16.0%	20.0%	40.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	3	5	15	2	9	34	
		% within municipio	8.8%	14.7%	44.1%	5.9%	26.5%	100.0%	
	Total		Count	19	74	92	24	21	230
	% within municipio		8.3%	32.2%	40.0%	10.4%	9.1%	100.0%	

Tabla V.28

Municipio * El turismo produce beneficio para:							
			El turismo produce beneficio para:			Total	
			Toda la comunidad	Sólo para algunos	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	41	48	1	90	
		% within municipio	45.6%	53.3%	1.1%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	21	18	0	39	
		% within municipio	53.8%	46.2%	.0%	100.0%	
	Tomatlán	Count	20	22	0	42	
		% within municipio	47.6%	52.4%	.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	20	4	1	25	
		% within municipio	80.0%	16.0%	4.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	24	9	1	34	
		% within municipio	70.6%	26.5%	2.9%	100.0%	
	Total		Count	126	101	3	230
	% within municipio		54.8%	43.9%	1.3%	100.0%	

Tabla V.29

Municipio * ¿Qué le gustaría que la empresa hiciera por su comunidad?								
			¿Qué le gustaría que la empresa hiciera por su comunidad?					Total
			Socio-cultural	Eco-nómico	Am-bien-tal	Otros	No con-testó	
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	10	20	15	11	34	90
		% within municipio	11.1%	22.2%	16.7%	12.2%	37.8%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	18	14	1	5	1	39
		% within municipio	46.2%	35.9%	2.6%	12.8%	2.6%	100.0%
	Tomatlán	Count	13	21	4	3	1	42
		% within municipio	31.0%	50.0%	9.5%	7.1%	2.4%	100.0%
	La Huerta	Count	8	9	1	1	6	25
		% within municipio	32.0%	36.0%	4.0%	4.0%	24.0%	100.0%
	Cihuatlán	Count	9	14	4	4	3	34
		% within municipio	26.5%	41.2%	11.8%	11.8%	8.8%	100.0%
Total		Count	58	78	25	24	45	230
		% within municipio	25.2%	33.9%	10.9%	10.4%	19.6%	100.0%

VI. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS SOCIALES
EN LA COSTA DE JALISCO

En cuanto a este rubro se observó, desde los antecedentes, en la propuesta del proyecto y documento ejecutivo final de resultados del proyecto general, que existían posturas encontradas, ya que por un lado, el actual paradigma de desarrollo desarticula el aspecto económico del ámbito social otorgándole mayor importancia a la idea de *crecimiento* económico sobre el de *desarrollo* local, lo que se justifica desde el sistema capitalista y recientemente afín al modelo neoliberal donde la “sustentabilidad” está construida desde esta perspectiva: económico, social y ambiental.

El otro aspecto a considerar, en este tipo de estudios, es que la idea de *cultura* simplemente se pierde dentro del ámbito de lo social, en otras palabras lo económico (la parte como un todo) por encima de lo cultural (un todo como una parte), en este sentido es que los dos indicadores que se establecen entre las relaciones de los binomios empresa-comunidad y turista-localidad, inciden tanto en lo social como en lo cultural y se sobreentiende que corresponde a una supra dimensión híbrida: lo sociocultural. Aunque sin mayor atención a los aspectos culturales por los objetivos propios del proyecto inicial y sus antecedentes.

Cabe destacar que en la costa de Jalisco y en tres de los cinco municipios estudiados existe presencia de comunidades indígenas, aunque se les ha catalogado como de tránsito (Andrade, 2007); que prácticamente la región es cuantitativamente urbana, pero cualitativamente rural, sin embargo las tendencias por efectos de migración es que en cuatro de los cinco municipios la población a futuro disminuirá y sólo en Puerto Vallarta se prevé aumente.

Lo anterior debe considerarse en el análisis de los resultados como referentes de la dinámica social local.

Variable clave: Turismo y localidad

Valoración social de los impactos del turismo local en la comunidad, para establecer cuál es la percepción que tienen los habitantes de las localidades respecto al papel del turismo de naturaleza como estrategia para determinar el capital social, en primera instancia, se evaluó el tipo de valor que las comunidades otorgan a la relación anfitrión-turista.

INDICADORES

- Grado de conocimiento que tiene la población sobre la empresa.
- Mide el grado de inserción de la empresa en la comunidad.
- Grado de aceptación del turista con relación a la localidad.
- Estima el grado de aceptación del turista a partir de la percepción que tiene la comunidad sobre la influencia de los visitantes y turistas en el ámbito comunitario.

Análisis de resultados a nivel regional

Descripción de los resultados estadísticos sobre los aspectos sociales relacionados entre la interacción de turistas y población local.

A nivel de los cinco municipios costeros de Jalisco, la mayoría (85.7%) manifiesta no tener problemas con los turistas (Tabla VI.1), en cuanto a la influencia del turista sobre el local (sólo se estudia esta dimensión de la relación turista-receptor, ya que también puede estudiarse la influencia del local sobre el turista) la encuesta registra que es “buena” con 44.8%, “regular” con 28.7% y “mala” con 2.2% (Tabla VI.2). En cuanto a los aspectos de dicho beneficio la población refiere (quitando las respuestas

de carácter más económicas “camino” y “comercio”) “mayor conciencia con el medio ambiente” con 10.9% y “cambios en las costumbres o estilos de vida” con 10.4%, en ambos casos la comunidad local reconoce valores positivos en los turistas (Tabla VI.3). El aspecto negativo registrado es la “inseguridad” (16.0%) y la “contaminación ambiental” (13.5%), ambos casos están relacionados con el turismo y no con el turista (Tabla VI.4).

La población encuestada percibe que la pérdida de sus costumbres son causadas por “los vicios” (26.1%) seguido de “los padres” (21.3%) en tanto responsables de la continuidad de las costumbres, al “gobierno” (13%), al turismo lo culpa 11.3% de la población encuestada (Tabla VI.5). Lo anterior se corrobora con las respuestas de la siguiente pregunta sobre tradiciones perdidas a causa del turismo, donde 57.0% de la población no relaciona al turismo como causa (Tabla VI.6). Siendo “las fiestas” la tradición perdida a causa del turismo manifestada por los encuestados con 3.5%, lo que realmente no es significativo (Tabla VI.7).

Los tres aspectos más significativos que consideraron los encuestados, sobre lo que la empresa de turismo de naturaleza debe hacer en pro de la cultura local fue: “rescate cultural” como primera opción con 22.6%, “apoyo social” con 21.7% y “beneficios ambientales” con 12.6% (Tabla VI.8), en este caso la población opta por el rescate cultural local, al parecer existe o se percibe cierto interés por su patrimonio cultural, pero este queda en duda frente porcentaje referido a “apoyo social”, nuevamente la necesidad, pobreza y marginación de esta región se manifiesta, no como asunto grave, pero sí como necesidad social.

Los encuestados manifiestan que antes de la empresa de turismo de naturaleza en la región el servicio público con mayor mención fue “agua entubada” (38.7%), seguido de “electricidad” (15.2%) y “alumbrado” (8.35%), las demás opciones resultan poco significativas (Tabla VI.9). En contraste ante la pregunta

de los servicios públicos existentes actualmente “agua entubada” (47.0%), “electricidad” (20%) y “pavimentación” (7.8%), este último superando a drenaje y alumbrado (Tabla VI.10).

Finalmente, si bien es cierto que la presencia de “empresas” estimula el desarrollo en todos los sentidos, también es cierto que las condiciones de bienestar social en la costa jalisciense, dista mucho de ser las óptimas.

A la población de la costa de Jalisco le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos económicos de su comunidad, excepto en Cabo Corrientes, donde les interesan más los aspectos socioculturales (Tabla VI.16).

La población de Puerto Vallarta y La Huerta valoran como regular la presencia de empresas de TN en la comunidad, en Cabo Corrientes, Tomatlán y Cihuatlán les parece buena la presencia de las empresas de TN (Tabla VI.17).

En los municipios de Cabo Corrientes, La Huerta y Cihuatlán la opinión está dividida entre que sí participan o no las empresas de TN en actividades de la comunidad, en Puerto Vallarta y Tomatlán opinan que las empresas de TN no participan en actividades de la comunidad (Tabla VI.18).

En los cinco municipios coinciden en que los aspectos socioculturales son en los que participan las empresas de TN en su comunidad (Tabla VI.19).

En cuatro de los municipios de la costa de Jalisco se observó una disminución de visitantes en el 2009 con respecto a 2008, sólo el municipio de Cabo Corrientes observó un incremento en llegada de turistas en este periodo (Tabla VI.20).

La población de Puerto Vallarta se ha visto beneficiada por el TN en los aspectos de vías de comunicación y dotación de drenaje, electricidad y agua potable, al igual que Cabo Corrientes, La Huerta y Cihuatlán por dotación de drenaje, electricidad y agua potable, en cambio Tomatlán se ha beneficiado en servicios de infraestructura para la salud (Tabla VI.21).

Para Puerto Vallarta, Cabo Corrientes y Cihuatlán la influencia de los turistas en la comunidad es buena, en cambio para Tomatlán y La Huerta es regular (Tabla VI.22).

A los municipios de Puerto Vallarta, La Huerta y Cihuatlán el turismo los benefició en el incremento del comercio interno, para Cabo Corrientes y Tomatlán benefició en mejores caminos (Tabla VI.23).

El turismo en la comunidad de Puerto Vallarta generó contaminación en el ambiente, en Cabo Corrientes se encarecieron las propiedades, mientras que en Tomatlán, La Huerta y Cihuatlán aumentó la inseguridad (Tabla VI.24).

Para Puerto Vallarta, Cabo Corrientes, Tomatlán y La Huerta el principal motivo de la pérdida de costumbres son los vicios, por otro lado para Cihuatlán son los padres y el gobierno los que han ocasionado la pérdida de costumbres (Tabla VI.25).

Los cinco municipios de la costa de Jalisco coinciden en que el turismo no es un factor que provoque la pérdida de tradiciones en las comunidades (Tabla VI.26).

En cuatro de los municipios se puede observar que las empresas de TN benefician a toda la comunidad, sin embargo en Puerto Vallarta opinan que sólo a algunos benefician estas empresas (Tabla VI.27).

En estos municipios lo que las empresas deberían hacer para que la cultura mejore es: buscar el apoyo social, el rescate cultural, beneficios ambientales, y generar empleos (Tabla VI.28).

Todos los municipios de la costa de Jalisco coinciden en que el papel que desempeñan las empresas de TN que operan en cada una de las comunidades está bien (Tabla VI.29).

Análisis de resultados a nivel municipal

En el presente apartado se expresan los resultados particulares por municipio, lo que permite la comparación entre resultados

generales y resultados particulares por municipio a efecto de ver la participación o comportamiento por segmento de cada entidad.

PUERTO VALLARTA

La elaboración y venta de artesanías es la actividad que más se ha visto beneficiada por el turismo en Puerto Vallarta (30.0%), la segunda opción (13.3%) es la pesca (Tabla VI.11).

En Puerto Vallarta 54.4% de la población considera que sí se han abandonado actividades tradicionales por el turismo, el 30.0% opina que no (Tabla VI.12).

La actividad tradicional que más se ha abandonado es la agricultura (34.4%), seguida por la pesca con 7.8% (Tabla VI.13).

La población considera que la situación económica en la comunidad es mejor (51.1%) desde que se introdujo el turismo, sin embargo 27.8% opina que sigue igual (Tabla VI.14).

La opinión de la población de Puerto Vallarta se encuentra dividida en lo que se refiere a que el turismo produce beneficios sólo para algunos con 53.3% y que produce beneficios para toda la comunidad con 45.6% (Tabla VI.15).

A la población del municipio le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos económicos (22.2%), así como en aspectos ambientales (16.7%) (Tabla VI.16).

La población de Puerto Vallarta valora como regular (42.2%) la presencia de empresas de TN en la comunidad, sin embargo al 36.7% le parece buena la presencia de las empresas de TN en su comunidad (Tabla VI.17).

El 34% de la población opina que las empresas de TN no participa en actividades de la comunidad, el 30.0% opina que sí (Tabla VI.18).

De las personas que opinan que sí, 15.6% dice que en las actividades socioculturales es donde participan dichas empresas (Tabla VI.19).

En Puerto Vallarta 56.7% de la población cree que en 2009 no llegaron más turistas que en 2008 (Tabla VI.20).

La población de Puerto Vallarta se ha visto beneficiada por el TN en los aspectos de vías de comunicación (21.1%), así como en dotación de drenaje, electricidad y agua potable con el mismo porcentaje de respuesta (Tabla VI.21).

Para Puerto Vallarta la influencia de los turistas en la comunidad es buena (45.6%), no hubo una sola opinión de que fuera mala (Tabla VI.22).

Al municipio de Puerto Vallarta el turismo le benefició en el incremento del comercio interno (20.0%), 18.9% opina que en mejores caminos (Tabla VI.23).

El turismo en la comunidad de Puerto Vallarta generó contaminación en el ambiente (17.8%), encarecimiento de los productos básicos (15.6%) e inseguridad con 13.3% (Tabla VI.24).

Para Puerto Vallarta el principal motivo de la pérdida de costumbres son los vicios (27.8%), seguida muy de cerca por el turismo con 23.3% (Tabla VI.25).

El 44.4% de la población de Puerto Vallarta opina que no se han perdido tradiciones a causa del turismo, sólo 21.1% opina que sí (Tabla VI.26).

La mayoría de la población (60.0%) opina que las empresas de TN benefician a sólo algunos, mientras que 37.8% opina que produce beneficios para toda la comunidad (Tabla VI.27).

La población opina que las empresas deberían realizar beneficios ambientales (23.3%), así como contribuir al apoyo social (13.3%), y con 12.2% el rescate cultural (Tabla VI.28).

La población del municipio considera que el papel que desempeñan las empresas de TN que operan en la comunidad está bien (56.7%) y sólo 13.3% considera que está muy mal (Tabla VI.29).

CABO CORRIENTES

En Cabo Corrientes 38.5% de la población considera que no se han abandonado actividades tradicionales por el turismo, el 30.8% opina que sí (Tabla VI.12).

La actividad tradicional que más se ha abandonado es la agricultura (17.9%), seguida por la ganadería y las artesanías con 5.1% respectivamente (Tabla VI.13).

La población considera que la situación económica en la comunidad es mejor (56.4%) desde que se introdujo el turismo, sin embargo 23.1% opina que sigue igual (Tabla VI.14).

La opinión de la población de Cabo Corrientes se encuentra dividida en lo que se refiere a que el turismo produce beneficios para toda la comunidad con 53.8% y que produce beneficios sólo para algunos con 46.2% (Tabla VI.15).

A la población del municipio le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos socioculturales (46.2%), así como en aspectos económicos (35.9%) (Tabla VI.16).

La población del municipio valora como buena (48.7%) la presencia de empresas de TN en la comunidad, sin embargo a 35.9% le parece regular la presencia de las empresas de TN en su comunidad (Tabla VI.17).

La opinión se encuentra dividida con el mismo porcentaje de 43.6% de la población que dice que las empresas de TN no participan en actividades de la comunidad y las que opinan que sí participan (Tabla VI.18).

De las personas que opinan que sí, las opiniones se dividen en las actividades socioculturales (12.8%) y actividades económicas con el mismo porcentaje (Tabla VI.19).

En Cabo Corrientes 41.0% de la población cree que en 2009 sí llegaron más turistas que en 2008 (Tabla VI.20).

La población se ha visto beneficiada por el TN en los aspectos de dotación de drenaje, electricidad y agua potable (30.8%), así

como en servicios e infraestructura para la educación con un porcentaje de respuesta de 12.8% (Tabla VI.21).

Para Cabo Corrientes la influencia de los turistas en la comunidad es buena (56.4%), 33.3% la considera regular y no hubo una sola opinión de que fuera mala (Tabla VI.22).

El municipio se ha visto beneficiado con mejores caminos (33.3%), 17.9% opina que en mayor conciencia sobre el medio ambiente (Tabla VI.23).

El turismo en la comunidad de Cabo Corrientes generó encarecimiento de las propiedades (23.1%), así como incremento del alcoholismo y la drogadicción y encarecimiento de los productos básicos con idéntico porcentaje de 10.3% (Tabla VI.24).

Para Cabo Corrientes el principal motivo de la pérdida de costumbres son los vicios (28.2%), seguida por los padres con 17.9% (Tabla VI.25).

El 76.9% de la población opina que no se han perdido tradiciones a causa del turismo, sólo el 15.4% opinan que sí (Tabla VI.26).

La mayoría de la población (51.3%) opina que las empresas de TN benefician a toda la comunidad, mientras que 46.2% opinan que produce beneficios sólo para algunos (Tabla VI.27).

La población opina que las empresas deberían generar empleo (20.5%), así como contribuir al rescate cultural (15.4%), y con 15.4% también contribuir con beneficios ambientales (Tabla VI.28).

La población del municipio considera que el papel que desempeñan las empresas de TN que operan en la comunidad está bien (64.1%) y sólo 5.1% considera que está muy mal (Tabla VI.29).

TOMATLÁN

En Tomatlán 97.6% de la población considera que no se han abandonado actividades tradicionales por el turismo, sólo el 2.4% opina que sí (Tabla VI.12).

La actividad tradicional que más se ha abandonado es la agricultura (2.4%), no se menciono ninguna otra actividad (Tabla VI.13).

La población considera que la situación económica en la comunidad está igual (78.6%) desde que se introdujo el turismo, sin embargo 11.9% opinan que esta mejor (Tabla VI.14).

La opinión de la población de Tomatlán se encuentra dividida en lo que se refiere a que el turismo produce beneficios para sólo algunos con 52.4% y que produce beneficios sólo para toda la comunidad con 47.6% (Tabla VI.15).

A la población del municipio le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos económicos (50.0%), así como en aspectos socioculturales (31.0%) (Tabla VI.16).

La población del municipio valora como buena (33.3%) la presencia de empresas de TN en la comunidad, sin embargo al 28.6% le parece regular la presencia de las empresas de TN en su comunidad (Tabla VI.17).

La opinión se encuentra inclinada a que no hay participación de las empresas de TN en su comunidad con un 42.9%, sólo un 9.5% opinan que sí participan (Tabla VI.18).

De las personas que opinan que sí participan mencionaron las actividades socioculturales (4.8%) y las ambientales (2.4%) como las actividades en las que participan dichas empresas (Tabla VI.19).

En Tomatlán el 57.1% de la población cree que en 2009 no llegaron más turistas que en 2008, sólo 23.8 opina lo contrario (Tabla VI.20).

La población se ha visto beneficiada por el TN en los aspectos de servicios e infraestructura para la salud y vías de comunicación con idéntico porcentaje del 7.1% (Tabla VI.21).

Para Tomatlán la influencia de los turistas en la comunidad es regular (57.1%), 28.6% la considera buena y 7.1 como mala (Tabla VI.22).

El municipio se ha visto beneficiado con mejores caminos (14.3%), 11.9% opina que en mayor conciencia sobre el medio ambiente (Tabla VI.23).

El turismo en la comunidad de Tomatlán generó inseguridad (14.3%) así como cambios en las costumbres o estilo de vida con un porcentaje de 9.5% (Tabla VI.24).

Para Tomatlán el principal motivo de la pérdida de costumbres son los vicios (31.0%), seguida por los padres con 28.6% (Tabla VI.25). El 73.8% de la población opina que no se han perdido tradiciones a causa del turismo, sólo 14.3% opina que sí (Tabla VI.26).

La mayoría de la población (52.4%) opina que las empresas de TN benefician a toda la comunidad, mientras que 47.6% opina que produce beneficios para sólo algunos (Tabla VI.27).

La población opina que las empresas deberían enfocarse al apoyo social (40.5%), así como contribuir al rescate cultural con un 40.5% de las menciones (Tabla VI.28).

La población del municipio considera que el papel que desempeñan las empresas de TN que operan en la comunidad está bien (21.4%) y sólo 4.8% considera que está muy bien, no hubo menciones para la opción de malo y muy malo (Tabla VI.29).

LA HUERTA

En La Huerta 60.0% de la población considera que no se han abandonado actividades tradicionales por el turismo, 24.0% opina que sí (Tabla VI.12).

La actividad tradicional que más se ha abandonado es la agricultura (20.0%), seguida por la opción de todas con 4.0% (Tabla VI.13).

La población considera que la situación económica en la comunidad es mejor (16.0%) pero con el mismo porcentaje se encuentra la opción de peor (Tabla VI.14).

La opinión de la población de La Huerta se refiere a que el turismo produce beneficios para toda la comunidad (80.0%) y que produce beneficios para sólo algunos con 16.0% (Tabla VI.15).

A la población del municipio le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos económicos (36.0%), así como en aspectos socioculturales (32.0%) (Tabla VI.16).

La población de La Huerta valora como regular (44.0%) la presencia de empresas de TN en la comunidad, sin embargo a 32.0% le parece buena la presencia de las empresas de TN en su comunidad (Tabla VI.17).

La población se encuentra dividida en que sí participan y no participan las empresas de TN en actividades de la comunidad con un porcentaje idéntico de 40.0% (Tabla VI.18).

De las personas que opina que sí el 24.0% dice que en las actividades socioculturales es donde participan dichas empresas (Tabla VI.19).

En La Huerta 56.0% de la población cree que en 2009 no llegaron más turistas que en 2008 (Tabla VI.20).

La población de La Huerta se ha visto beneficiada por el TN en la dotación de drenaje, electricidad y agua potable con un porcentaje de 20.0% (Tabla VI.21).

Para La Huerta la influencia de los turistas en la comunidad es regular (44.0%), y 40.0% opina que es buena (Tabla VI.22).

Al municipio de La Huerta el turismo le benefició en el mejor precio de las propiedades (24.0%), 12.0% opina que en mayor conciencia sobre el medio ambiente (Tabla VI.23).

El turismo en la comunidad de La Huerta generó inseguridad (36.0%), 16.0% opina que contaminación en el ambiente (Tabla VI.24).

Para La Huerta el principal motivo de la pérdida de costumbres son los vicios (24.0%), así como los padres con el mismo porcentaje (Tabla VI.25).

El 24.0% de la población de La Huerta opina que no se han perdido tradiciones a causa del turismo, sólo el 20.0% opina que sí (Tabla VI.26).

La mayoría de la población (84.0%) opina que las empresas de TN benefician a toda la comunidad, mientras que 12.0% opina que produce beneficios sólo para algunos (Tabla VI.27).

La población opina que las empresas deberían realizar rescate cultural (28.0%), así como contribuir al apoyo social (16.0%), y con 8.0% generación de empleos (Tabla VI.28).

La población del municipio considera que el papel que desempeñan las empresas de TN que operan en la comunidad está bien (80.0%) y sólo 4.0% considera que está muy bien (Tabla VI.29).

CIHUATLÁN

En Cihuatlán el 61.8% de la población considera que no se han abandonado actividades tradicionales por el turismo, 26.5% opina que sí (Tabla VI.12).

La actividad tradicional que más se ha abandonado es la agricultura (8.8%), seguida por la opción de la ganadería con 5.9% (Tabla VI.13).

La población considera que la situación económica en la comunidad es mejor (44.1%), después está la opción de igual con 14.7% (Tabla VI.14).

La opinión de la población de Cihuatlán se refiere a que el turismo produce beneficios para toda la comunidad (70.6%) y que produce beneficios para sólo algunos con un 26.5% (Tabla VI.15).

A la población del municipio le gustaría que las empresas se enfocaran en los aspectos económicos (41.2%), así como en aspectos socioculturales (26.5%) (Tabla VI.16).

La población de Cihuatlán valora como buena (41.2%) la presencia de empresas de TN en la comunidad, sin embargo a 35.3% le parece regular la presencia de las empresas de TN en su comunidad (Tabla VI.17).

La población se encuentra dividida en que sí participan y no participan las empresas de TN en actividades de la comunidad con un porcentaje idéntico de 38.2% (Tabla VI.18).

De las personas que opina que sí 17.6% dice que en las actividades socioculturales es donde participan dichas empresas, 11.8% es para actividades ambientales (Tabla VI.19).

En Cihuatlán 58.8% de la población cree que en 2009 no llegaron más turistas que en 2008 (Tabla VI.20).

La población de Cihuatlán se ha visto beneficiada por el TN en la dotación de drenaje, electricidad y agua potable con un porcentaje de 14.7%, así como también en los servicios de infraestructura para la educación con 11.8% (Tabla VI.21).

Para Cihuatlán la influencia de los turistas en la comunidad es buena (52.9%), 44.1% opina que es regular (Tabla VI.22).

Al municipio de Cihuatlán el turismo le benefició en el mejor precio de las propiedades (35.3%), 14.7% opina que en el incremento del comercio interno (Tabla VI.23).

El turismo en la comunidad de Cihuatlán generó inseguridad (26.5%), 17.6% opina que contaminación en el ambiente (Tabla VI.24).

Para Cihuatlán el principal motivo de la pérdida de costumbres es ocasionado tanto por el gobierno como por los padres con idéntico porcentaje de 26.5% (Tabla VI.25).

El 70.6% de la población de Cihuatlán opina que no se han perdido tradiciones a causa del turismo, sólo 17.6% opina que sí (Tabla VI.26).

La mayoría de la población (67.6%) opina que las empresas de TN benefician a toda la comunidad, mientras que 20.6% opina que produce beneficios sólo para algunos (Tabla VI.27).

La población opina que las empresas deberían realizar rescate cultural (32.4%), así como contribuir al apoyo social (29.4%), y con 11.8% generación de empleos (Tabla VI.28).

La población del municipio considera que el papel que desempeñan las empresas de TN que operan en la comunidad está bien (52.9%) y sólo 8.8% considera que está muy bien (Tabla VI.29).

Conclusiones

La característica más significativa, demográficamente, de la población de la costa de Jalisco, es su condición de migrantes, ya que el concepto de “pertenencia social” es escaso, la mayoría (60.4%) son vecinados, en tanto que los oriundos se representa con un (25.3%) y otros (14.3%).

Impacto social: No se advierte un impacto negativo directo entre empresa de turismo de naturaleza y comunidad, ni con el turismo y la comunidad, el impacto positivo más relevante pero insuficiente, es el incremento de la cobertura de los servicios públicos.

Anexo

Tabla VI.1

Problemas con turistas					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Sí	26	11.3	11.3	11.3
	No	197	85.7	85.7	97.0
	No sabe	7	3.0	3.0	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla VI.2

La influencia de los turistas en su comunidad					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Buena	103	44.8	44.8	44.8
	Regular	66	28.7	28.7	73.5
	Mala	5	2.2	2.2	75.7
	No sabe	10	4.3	4.3	80.0
	No contestó	46	20.0	20.0	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla VI.3

Aspectos culturales en que la comunidad se ha visto beneficiada por el turismo (opción 1)					
		Fre- quen- cy	Per- cent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Cambios en las costumbres o estilos de vida	24	10.4	10.4	10.4
	Mayor seguridad	10	4.3	4.3	14.8
	Mayor conciencia sobre el medio ambiente	25	10.9	10.9	25.7
	Mejores caminos	44	19.1	19.1	44.8
	Incremento del comercio interno	33	14.3	14.3	59.1
	Mayor libertad	2	0.9	0.9	60.0
	Nuevas tradiciones	2	0.9	0.9	60.9
	Mejor precio de las propiedades	27	11.7	11.7	72.6
	Ninguna	63	27.4	27.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla VI.4

Aspectos negativos que el turismo ha generado en la comunidad (opción 1)					
		Fre- quen- cy	Per- cent	Valid per- cent	Cumulative percent
Valid	Cambios en las costumbres o estilo de vida	18	7.8	7.8	7.8
	Inseguridad	38	16.5	16.5	24.3
	Contaminación del ambiente	30	13.0	13.0	37.4
	Aumento de accidentes viales	14	6.1	6.1	43.5
	Encarecimiento de los productos básicos	21	9.1	9.1	52.6
	Incremento del alcoholismo y drogadicción	19	8.3	8.3	60.9
	Pérdida de tradiciones	4	1.7	1.7	62.6
	Encarecimiento de las propiedades	16	7.0	7.0	69.6
	Ninguna	56	24.3	24.3	93.9
	No contestó	14	6.1	6.1	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla VI.5

Principal motivo de la pérdida de costumbres (opción 1)					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Los padres	49	21.3	21.3	21.3
	Los hijos	17	7.4	7.4	28.7
	Los vicios	60	26.1	26.1	54.8
	El gobierno	30	13.0	13.0	67.8
	El turismo	26	11.3	11.3	79.1
	La pobreza	20	8.7	8.7	87.8
	Ninguna	8	3.5	3.5	91.3
	No sabe	20	8.7	8.7	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla VI.6

Tradiciones perdidas a causa del turismo					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Si	42	18.3	18.3	18.3
	No	131	57.0	57.0	75.2
	No sabe	57	24.8	24.8	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla VI.7

Las tradiciones que se han ido perdido a causa del turismo son:					
		Fre- quen- cy	Percent	Valid percent	Cumu- lative percent
Valid	Ninguna	1	.4	.4	.4
	Introducción cultural de otros países	1	.4	.4	.9
	Respeto y libertad	2	.9	.9	1.7
	Peregrinaciones	4	1.7	1.7	3.5
	Métodos de siembra	1	.4	.4	3.9
	Fiestas	8	3.5	3.5	7.4
	Acudir al río en semana santa	2	.9	.9	8.3
	Charreadas	3	1.3	1.3	9.6
	Cultura en general	1	.4	.4	10.0
	Las paseadas	1	.4	.4	10.4
	Trabajar el coco	3	1.3	1.3	11.7
	Bailes en el río	1	.4	.4	12.2
	Ir a la playa	1	.4	.4	12.6
	Reunión familiar en navidad	1	.4	.4	13.0
	Día de muertos	1	.4	.4	13.5
	No contestó	199	86.5	86.5	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla VI.8

Lo que las empresas deberían hacer para que la cultura de la comunidad mejore					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Apoyo social	50	21.7	21.7	21.7
	Rescate cultural	52	22.6	22.6	44.3
	Generación de empleo	16	7.0	7.0	51.3
	Inversión económica	8	3.5	3.5	54.8
	Beneficios ambientales	29	12.6	12.6	67.4
	Otros	21	9.1	9.1	76.5
	No contestó	54	23.5	23.5	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla VI.9

Otros valores del papel de la empresa de TN en su comunidad					
		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Otros	29	12.6	12.6	12.6
	No aplica	201	87.4	87.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla VI.10

Otros servicios antes de existir la primera empresa turística					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Todas	3	1.3	1.3	1.3
	No había nada	11	4.8	4.8	6.1
	Lámpara de petróleo	1	.4	.4	6.5
	Transporte de camión	1	.4	.4	7.0
	Alumbrado incompleto	1	.4	.4	7.4
	Escuelas	2	.9	.9	8.3
	No aplica	211	91.7	91.7	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Tabla VI.II

		Municipio * Actividades que se han visto beneficiadas por el turismo en su comunidad:										Total	
		Actividades que se han visto beneficiadas por el turismo:										No contestó	No aplica
Mpio		Agricultura	Ganadería	Pesca	Artesanía	Otras							
	Pto. Vallarta	Count	5	2	12	27	12					1	31
	% within municipio	5.6%	2.2%	13.3%	30.0%	13.3%					1.1%	34.4%	
Cabo Corrientes	Count	5	6	15	3	7					1	2	
	% within municipio	12.8%	15.4%	38.5%	7.7%	17.9%					2.6%	5.1%	
Tomatlán	Count	6	0	2	1	0					0	33	
	% within municipio	14.3%	.0%	4.8%	2.4%	.0%					.0%	78.6%	
La Huerta	Count	0	1	9	9	1					1	4	
	% within municipio	.0%	4.0%	36.0%	36.0%	4.0%					4.0%	16.0%	
Cihuatlán	Count	0	0	11	14	1					1	7	
	% within municipio	.0%	.0%	32.4%	41.2%	2.9%					2.9%	20.6%	
Total	Count	16	9	49	54	21					4	77	
	% within municipio	7.0%	3.9%	21.3%	23.5%	9.1%					1.7%	33.5%	
												230	
												100.0%	

Tabla VI.12

Municipio * Se han abandonado actividades tradicionales en su comunidad por el turismo								
			Se han abandonado actividades tradicionales por el turismo				Total	
			Si	No	No sabe	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	49	27	14	0	90	
		% within municipio	54.4%	30.0%	15.6%	.0%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	12	15	12	0	39	
		% within municipio	30.8%	38.5%	30.8%	.0%	100.0%	
	Tomatlán	Count	1	41	0	0	42	
		% within municipio	2.4%	97.6%	.0%	.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	6	15	1	3	25	
		% within municipio	24.0%	60.0%	4.0%	12.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	9	21	4	0	34	
		% within municipio	26.5%	61.8%	11.8%	.0%	100.0%	
	Total		Count	77	119	31	3	230
	% within municipio			33.5%	51.7%	13.5%	100.0%	

Tabla VI.13

		Municipio * Actividades tradicionales abandonadas por el turismo en su comunidad:										Total
		Actividades tradicionales abandonadas por el turismo:										
		Agri- cul- tura	Gana- dería	Pesca	Arte- sa- nías	Todas	No contestó	Otras				
Mpio.	Count	31	5	7	1	6	40	0				90
	% within municipio	34.4%	5.6%	7.8%	1.1%	6.7%	44.4%	.0%				100.0%
Cabo Corrientes	Count	7	2	1	2	1	26	0				39
	% within municipio	17.9%	5.1%	2.6%	5.1%	2.6%	66.7%	.0%				100.0%
Tomatlán	Count	1	0	0	0	0	41	0				42
	% within municipio	2.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	97.6%	.0%				100.0%
La Huerta	Count	5	0	0	0	1	19	0				25
	% within municipio	20.0%	.0%	.0%	.0%	4.0%	76.0%	.0%				100.0%
Cihuatlán	Count	3	2	1	1	1	25	1				34
	% within municipio	8.8%	5.9%	2.9%	2.9%	2.9%	73.5%	2.9%				100.0%
Total	Count	47	9	9	4	9	151	1				230
	% within municipio	20.4%	3.9%	1.7%	3.9%	65.7%	.4%	100.0%				

Tabla VI.14

Municipio * Situación económica de su comunidad desde que se introdujo el turismo									
			Situación económica de su comunidad desde que se introdujo el turismo					Total	
			Peor	Igual	Mejor	No sabe	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	7	25	46	10	2	90	
		% within municipio	7.8%	27.8%	51.1%	11.1%	2.2%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	3	9	22	5	0	39	
		% within municipio	7.7%	23.1%	56.4%	12.8%	.0%	100.0%	
	Tomatlán	Count	2	33	5	2	0	42	
		% within municipio	4.8%	78.6%	11.9%	4.8%	.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	4	2	4	5	10	25	
		% within municipio	16.0%	8.0%	16.0%	20.0%	40.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	3	5	15	2	9	34	
		% within municipio	8.8%	14.7%	44.1%	5.9%	26.5%	100.0%	
	Total		Count	19	74	92	24	21	230
	% within municipio		8.3%	32.2%	40.0%	10.4%	9.1%	100.0%	

Tabla VI.15

Municipio * El turismo produce beneficio para:							
			El turismo produce beneficio para:			Total	
			Toda la comunidad	Solo para algunos	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	41	48	1	90	
		% within municipio	45.6%	53.3%	1.1%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	21	18	0	39	
		% within municipio	53.8%	46.2%	.0%	100.0%	
	Tomatlán	Count	20	22	0	42	
		% within municipio	47.6%	52.4%	.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	20	4	1	25	
		% within municipio	80.0%	16.0%	4.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	24	9	1	34	
		% within municipio	70.6%	26.5%	2.9%	100.0%	
	Total		Count	126	101	3	230
	% within municipio		54.8%	43.9%	1.3%	100.0%	

Tabla VI.16

Municipio * ¿Qué le gustaría que la empresa hiciera por su comunidad?									
			¿Qué le gustaría que la empresa hiciera por su comunidad?					Total	
			Socio-culturales	Eco-nómicos	Am-bien-tales	Otros	No con-testó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	10	20	15	11	34	90	
		% within municipio	11.1%	22.2%	16.7%	12.2%	37.8%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	18	14	1	5	1	39	
		% within municipio	46.2%	35.9%	2.6%	12.8%	2.6%	100.0%	
	Tomatlán	Count	13	21	4	3	1	42	
		% within municipio	31.0%	50.0%	9.5%	7.1%	2.4%	100.0%	
	La Huerta	Count	8	9	1	1	6	25	
		% within municipio	32.0%	36.0%	4.0%	4.0%	24.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	9	14	4	4	3	34	
		% within municipio	26.5%	41.2%	11.8%	11.8%	8.8%	100.0%	
	Total		Count	58	78	25	24	45	230
	% within municipio		25.2%	33.9%	10.9%	10.4%	19.6%	100.0%	

Tabla VI.17

Municipio * ¿Cómo valora la presencia de las empresas de TN en su comunidad?								
			¿Cómo valora la presencia de las empresas de TN en su comunidad?				Total	
			Buena	Regular	Mala	No sabe		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	33	38	5	14	90	
		% within municipio	36.7%	42.2%	5.6%	15.6%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	19	14	0	6	39	
		% within municipio	48.7%	35.9%	.0%	15.4%	100.0%	
	Tomatlán	Count	14	12	0	16	42	
		% within municipio	33.3%	28.6%	.0%	38.1%	100.0%	
	La Huerta	Count	8	11	0	6	25	
		% within municipio	32.0%	44.0%	.0%	24.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	14	12	0	8	34	
		% within municipio	41.2%	35.3%	.0%	23.5%	100.0%	
	Total		Count	88	87	5	50	230
	% within municipio		38.3%	37.8%	2.2%	21.7%	100.0%	

Tabla VI.18

Municipio * Participación de las empresa de TN en actividades de la comunidad							
			Participación de las empresa de TN en actividades de la comunidad			Total	
			Sí	No	No sabe		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	27	31	32	90	
		% within municipio	30.0%	34.4%	35.6%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	17	17	5	39	
		% within municipio	43.6%	43.6%	12.8%	100.0%	
	Tomatlán	Count	4	18	20	42	
		% within municipio	9.5%	42.9%	47.6%	100.0%	
	La Huerta	Count	10	10	5	25	
		% within municipio	40.0%	40.0%	20.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	13	13	8	34	
		% within municipio	38.2%	38.2%	23.5%	100.0%	
	Total		Count	71	89	70	230
	% within municipio		30.9%	38.7%	30.4%	100.0%	

Tabla VI.19

Municipio * En caso afirmativo ¿en qué actividades de la comunidad participan las empresas de TN?									
			En caso afirmativo ¿en qué actividad participa?					Total	
			Socio-culturales	Eco-nómicos	Am-bien-tales	Otros	No aplica		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	14	3	5	7	61	90	
		% within municipio	15.6%	3.3%	5.6%	7.8%	67.8%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	5	5	0	3	26	39	
		% within municipio	12.8%	12.8%	.0%	7.7%	66.7%	100.0%	
	Tomatlán	Count	2	0	1	0	39	42	
		% within municipio	4.8%	.0%	2.4%	.0%	92.9%	100.0%	
	La Huerta	Count	6	0	2	1	16	25	
		% within municipio	24.0%	.0%	8.0%	4.0%	64.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	6	0	4	3	21	34	
		% within municipio	17.6%	.0%	11.8%	8.8%	61.8%	100.0%	
	Total		Count	33	8	12	14	163	230
	% within municipio		14.3%	3.5%	5.2%	6.1%	70.9%	100.0%	

Tabla VI.20

Municipio * ¿Cree que en 2009 llegaron más turistas que en 2008 a su comunidad?							
			¿Cree que en 2009 llegaron más turistas que en 2008?			Total	
			Sí	No	No sabe		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	26	51	13	90	
		% within municipio	28.9%	56.7%	14.4%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	16	15	8	39	
		% within municipio	41.0%	38.5%	20.5%	100.0%	
	Tomatlán	Count	10	24	8	42	
		% within municipio	23.8%	57.1%	19.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	5	14	6	25	
		% within municipio	20.0%	56.0%	24.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	9	20	5	34	
		% within municipio	26.5%	58.8%	14.7%	100.0%	
	Total		Count	66	124	40	230
			28.7%	53.9%	17.4%	100.0%	
% within municipio							

Tabla VI.21

		Municipio * Aspectos en que la comunidad se ha visto beneficiada por la empresa de TN (opción 1)							Total	
		Servicios e infraestructura para la salud	Servicios e infraestructura para la educación	Capacitación técnica	Vías de comunicación	Dotación de drenaje, electricidad y agua potable	No sabe	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count 11 12.2%	Count 8 8.9%	Count 3 3.3%	Count 19 21.1%	Count 19 21.1%	Count 27 30.0%	Count 3 3.3%	Count 90 100.0%	
	Cabo Corrientes	Count 4 10.3%	Count 5 12.8%	Count 1 2.6%	Count 4 10.3%	Count 12 30.8%	Count 10 25.6%	Count 3 7.7%	Count 39 100.0%	
La Huerta	Tomatlán	Count 3 7.1%	Count 0 .0%	Count 0 .0%	Count 3 7.1%	Count 0 .0%	Count 25 59.5%	Count 11 26.2%	Count 42 100.0%	
	Cihuatlán	Count 2 5.9%	Count 4 11.8%	Count 3 8.8%	Count 2 5.9%	Count 5 14.7%	Count 5 12.6%	Count 7 20.6%	Count 34 100.0%	
Total	Count	25	19	7	30	42	78	29	230	
	% within municipio	10.9%	8.3%	3.0%	13.0%	18.3%	33.9%	12.6%	100.0%	

Tabla VI.22

Municipio * La influencia de los turistas en su comunidad es:									
			La influencia de los turistas en su comunidad					Total	
			Buena	Regular	Mala	No sabe	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	41	3	0	0	46	90	
		% within municipio	45.6%	3.3%	.0%	.0%	51.1%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	22	13	0	4	0	39	
		% within municipio	56.4%	33.3%	.0%	10.3%	.0%	100.0%	
	Tomatlán	Count	12	24	3	3	0	42	
		% within municipio	28.6%	57.1%	7.1%	7.1%	.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	10	11	2	2	0	25	
		% within municipio	40.0%	44.0%	8.0%	8.0%	.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	18	15	0	1	0	34	
		% within municipio	52.9%	44.1%	.0%	2.9%	.0%	100.0%	
	Total		Count	103	66	5	10	46	230
			44.8%	28.7%	2.2%	4.3%	20.0%	100.0%	
	% within municipio								

Tabla VI.23

Municipio * Aspectos en que la comunidad se ha visto beneficiada por el turismo (opción 1)											Total	
			Cambios en las costumbres o estilos de vida	Mayor seguridad	Mayor conciencia sobre el medio ambiente	Mejores caminos	Incremento del comercio interno	Mayor libertad	Nuevas tradiciones	Mejor precio de las propiedades	Ninguna	
Mpios	Puerto Vallarta	Count	15	4	7	17	18	0	0	6	23	90
		% within municipio	16.7%	4.4%	7.8%	18.9%	20.0%	.0%	.0%	6.7%	25.6%	100.0%
Cabo Corrientes	Tomatlán	Count	3	3	7	13	3	0	1	3	6	39
		% within municipio	7.7%	7.7%	17.9%	33.3%	7.7%	.0%	2.6%	7.7%	15.4%	100.0%
La Huerta	Cihuatlán	Count	2	1	5	6	2	0	0	0	26	42
		% within municipio	4.8%	2.4%	11.9%	14.3%	4.8%	.0%	.0%	.0%	61.9%	100.0%
Total	% within municipio	Count	1	1	3	4	5	0	1	6	4	25
		% within municipio	4.0%	4.0%	12.0%	16.0%	20.0%	.0%	4.0%	24.0%	16.0%	100.0%
Total	% within municipio	Count	3	1	3	4	5	2	0	12	4	34
		% within municipio	8.8%	2.9%	8.8%	11.8%	14.7%	5.9%	.0%	35.3%	11.8%	100.0%
Total	% within municipio	Count	24	10	25	44	33	2	2	27	63	230
		% within municipio	4.3%	10.9%	19.1%	14.3%	.9%	.9%	11.7%	27.4%	100.0%	

Tabla VI.24

Municipio * Aspectos negativos que el turismo ha generado en su comunidad (opción 1)											Total		
			Cambios en las costumbres o estilo de vida	Inseguridad	Contaminación del ambiente	Aumento de accidentes viales	Encarecimiento de los productos básicos	Incremento del alcoholismo y drogadicción	Pérdida de tradiciones	Encarecimiento de las propiedades	Ninguna	No contestó	
Mpios	Puerto Vallarta	Count	11	12	16	8	14	6	3	0	18	2	90
		% within municipio	12.2%	13.3%	17.8%	8.9%	15.6%	6.7%	3.3%	.0%	20.0%	2.2%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	1	2	1	2	4	4	1	9	12	3	39
		% within municipio	2.6%	5.1%	2.6%	5.1%	10.3%	10.3%	2.6%	23.1%	30.8%	7.7%	100.0%
	Tomatlán	Count	4	6	3	0	1	2	0	1	25	0	42
		% within municipio	9.5%	14.3%	7.1%	.0%	2.4%	4.8%	.0%	2.4%	59.5%	.0%	100.0%
	La Huerta	Count	2	9	4	2	1	3	0	2	0	2	25
		% within municipio	8.0%	36.0%	16.0%	8.0%	4.0%	12.0%	.0%	8.0%	.0%	8.0%	100.0%
	Cihuatlán	Count	0	9	6	2	1	4	0	4	1	7	34
		% within municipio	.0%	26.5%	17.6%	5.9%	2.9%	11.8%	.0%	11.8%	2.9%	20.6%	100.0%
Total	% within municipio	Count	18	38	30	14	21	19	4	16	56	14	230
		7.8%	16.5%	6.1%	9.1%	8.3%	1.7%	7.0%	24.3%	6.1%	100.0%		

Tabla VI.25

Municipio * Principal motivo de la pérdida de costumbres en su comunidad (opción 1)												
		Principal motivo de la pérdida de costumbres (opción 1)										Total
		Padres	Hijos	Vicios	Gobierno	Turistas	Pobreza	Ninguna	No sabe			
Mpio	Puerto Vallarta	Count	15	4	25	10	21	3	1	11	90	
		% within municipio	16.7%	4.4%	27.8%	11.1%	23.3%	3.3%	1.1%	12.2%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	7	4	11	6	1	5	2	3	39	
		% within municipio	17.9%	10.3%	28.2%	15.4%	2.6%	12.8%	5.1%	7.7%	100.0%	
	Tomatlán	Count	12	6	13	1	0	3	5	2	42	
		% within municipio	28.6%	14.3%	31.0%	2.4%	.0%	7.1%	11.9%	4.8%	100.0%	
	La Huerta	Count	6	1	6	4	2	5	0	1	25	
		% within municipio	24.0%	4.0%	24.0%	16.0%	8.0%	20.0%	.0%	4.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	9	2	5	9	2	4	0	3	34	
		% within municipio	26.5%	5.9%	14.7%	26.5%	5.9%	11.8%	.0%	8.8%	100.0%	
Total	% within municipio	Count	49	17	60	30	26	20	8	20	230	
		21.3%	7.4%	26.1%	11.3%	8.7%	3.5%	8.7%	100.0%			

Tabla VI.26

Municipio * Tradiciones perdidas a causa del turismo en su comunidad							
			Tradiciones perdidas a causa del turismo			Total	
			Sí	No	No sabe		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	19	40	31	90	
		% within municipio	21.1%	44.4%	34.4%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	6	30	3	39	
		% within municipio	15.4%	76.9%	7.7%	100.0%	
	Tomatlán	Count	6	31	5	42	
		% within municipio	14.3%	73.8%	11.9%	100.0%	
	La Huerta	Count	5	6	14	25	
		% within municipio	20.0%	24.0%	56.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	6	24	4	34	
		% within municipio	17.6%	70.6%	11.8%	100.0%	
	Total		Count	42	131	57	230
			% within municipio	18.3%	57.0%	24.8%	100.0%

Tabla VI.27

Municipio * Las empresa de TN benefician a:							
			Las empresa de TN benefician a:			Total	
			Toda la comunidad	Sólo algunos	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	34	54	2	90	
		% within municipio	37.8%	60.0%	2.2%	100.0%	
	Cabo Corrientes	Count	20	18	1	39	
		% within municipio	51.3%	46.2%	2.6%	100.0%	
	Tomatlán	Count	22	20	0	42	
		% within municipio	52.4%	47.6%	.0%	100.0%	
	La Huerta	Count	21	3	1	25	
		% within municipio	84.0%	12.0%	4.0%	100.0%	
	Cihuatlán	Count	23	7	4	34	
		% within municipio	67.6%	20.6%	11.8%	100.0%	
	Total		Count	120	102	8	230
	% within municipio		52.2%	44.3%	3.5%	100.0%	

Tabla VI.28

Municipio * Lo que las empresas deberían hacer para que la cultura de la comunidad mejor										
		Lo que las empresas deberían hacer para que la cultura de la comunidad mejor								Total
		Apoyo social	Rescate cultural	Generación de empleo	Inversión económica	Beneficios ambientales	Otros	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	12	11	1	4	21	8	33	90
		% within municipio	13.3%	12.2%	1.1%	4.4%	23.3%	8.9%	36.7%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	7	6	8	3	6	4	5	39
		% within municipio	17.9%	15.4%	20.5%	7.7%	15.4%	10.3%	12.8%	100.0%
	Tomatlán	Count	17	17	1	1	0	3	3	42
		% within municipio	40.5%	40.5%	2.4%	2.4%	.0%	7.1%	7.1%	100.0%
	La Huerta	Count	4	7	2	0	1	2	9	25
		% within municipio	16.0%	28.0%	8.0%	.0%	4.0%	8.0%	36.0%	100.0%
	Cihuatlán	Count	10	11	4	0	1	4	4	34
		% within municipio	29.4%	32.4%	11.8%	.0%	2.9%	11.8%	11.8%	100.0%
Total		Count	50	52	16	8	29	21	54	230
		% within municipio	22.6%	7.0%	3.5%	12.6%	9.1%	23.5%	100.0%	

Tabla VI.29

Municipio * ¿Cómo valora el papel de las empresas de TN que operan en su comunidad?		¿Cómo valora el papel de las empresas de TN que operan en su comunidad?							Total	
		Muy bien	Bien	Malo	Muy malo	No sabe	Otros	No contestó		
Mpio.	Puerto Vallarta	Count	10	51	1	12	15	1	0	90
		% within municipio	11.1%	56.7%	1.1%	13.3%	16.7%	1.1%	.0%	100.0%
	Cabo Corrientes	Count	2	25	1	2	9	0	0	39
		% within municipio	5.1%	64.1%	2.6%	5.1%	23.1%	.0%	.0%	100.0%
	Tomatlán	Count	2	9	0	0	31	0	0	42
		% within municipio	4.8%	21.4%	.0%	.0%	73.8%	.0%	.0%	100.0%
	La Huerta	Count	1	20	0	0	4	0	0	25
		% within municipio	4.0%	80.0%	.0%	.0%	16.0%	.0%	.0%	100.0%
	Cihuatlán	Count	3	18	1	2	5	0	5	34
		% within municipio	8.8%	52.9%	2.9%	5.9%	14.7%	.0%	14.7%	100.0%
	Total	Count	18	123	3	16	64	1	5	230
	% within municipio	7.8%	53.5%	1.3%	7.0%	27.8%	.4%	2.2%	100.0%	

EPÍLOGO

Conclusión general

El turismo de naturaleza en las costas de Jalisco se ha posicionado de forma lenta, sin embargo existen impactos de índole negativa que deberán tomarse en cuenta, ya que pueden llegar a oponer turismo contra comunidad; por otro lado la información obtenida es relevante para efectos de ser contemplada para la conformación de nuevas políticas públicas locales y finalmente se concluyó de la gran necesidad de apoyar a las comunidades locales desde la óptica de la empresa comunitaria dedicada al turismo de naturaleza.

La conclusión general permite la reflexión por parte de todos los implicados en el Turismo de Naturaleza de la Costa de Jalisco y plantea nuevos estudios para efectos de dar seguimiento a advertido y con ello abre nuevas oportunidades para el desarrollo regional.

Propuestas para gobiernos municipales

1. Trabajar con los grupos demográficos “avecindados” respecto a la valoración del patrimonio local, natural y cultural, pues este grupo es el mayor demográficamente hablando, además de ser más activos y participativos en las actividades económicas de las localidades encuestadas.
2. Concientizar a la población de los beneficios socioeconómicos y ambientales que el turismo de naturaleza pueden generar y, coordinar talleres en los que interactúen los diferentes

actores locales (gobierno-sociedad) para la apertura y el consenso para reglamentar dichas empresas, de tal manera que la población local sea la más beneficiada en la implementación de empresas de TN.

3. Implementar políticas públicas y apoyos económicos orientados a la integración de la población local como pequeños empresarios a través de la pesca, pues el turismo debe verse como una actividad económica complementaria, para no caer en el riesgo de las “temporadas bajas” en el turismo.
4. Impulsar políticas públicas y apoyos económicos para impulsar la creación de empresas comunitarias locales orientadas al turismo de naturaleza.
5. Implementar por parte del gobierno una clara y convincente capacitación especializada en actividades de turismo de naturaleza, que genera una adecuada cultura turística, además de la capacidad de reconocer y empoderarse de los recursos naturales con que cuentan para su aprovechamiento racional sin poner en peligro la calidad de vida de los demás habitantes.

*Percepción de los impactos
del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco*

terminó de imprimirse en mayo de 2013

en el taller gráfico de Acento Editores

Reforma 654, barrio Capilla de Jesús

44200, Guadalajara, Jalisco.

www.acentoeditores.com

Tiraje de 300 ejemplares

En esta publicación se encuentra parte de los resultados del proyecto *Impacto del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco* (2009-440) aprobado por COECyT-JAL, entre otros trabajos del cuerpo académico Análisis Regional y Turismo (UDG-CA-446).

El propósito principal es analizar la percepción del impacto ambiental, económico y social del turismo y empresas de turismo de naturaleza en las poblaciones costeras de Jalisco, donde la política gubernamental ha planificado el crecimiento y desarrollo de la Costa Norte de Jalisco, sin embargo se observan asimetrías sociales de las diferentes comunidades asentadas en la región.

El turismo se ha convertido en un fenómeno socioeconómico verdaderamente global, no obstante ello, y con el fin de maximizar el potencial del turismo como motor verdadero de desarrollo y bienestar para los pueblos, todos los sectores deben cooperar y estrechar sus lazos para lograr un desarrollo más justo y equilibrado.

La percepción de los consumidores de destinos y viajes ha sido durante muchos años el centro de atención de numerosas investigaciones en turismo, así como el estudio de sus impactos de tipo ambiental, social o económico.

Seis apartados conforman la presente obra, donde se conjugan la indagación académica y la opinión pública, privada y social, todo enmarcado en la actividad turística basada en la naturaleza que cada vez tiende con mayor fuerza a posicionarse en las costas de Jalisco.

