



Diagnóstico del Sector de Hospedaje en el Municipio de Tomatlán, Jalisco

Andrea Armenta Loyola

Universidad de Guadalajara
Andrea.Armenta@hotmail.com

Carlos Salvador Peña Casillas

Universidad de Guadalajara
cspcman15@gmail.com

Rodrigo Espinoza Sánchez

Universidad de Guadalajara
rickylizbe@yahoo.com.mx



Diagnóstico del Sector de Hospedaje en el Municipio de Tomatlán, Jalisco

Andrea Armenta Loyola

Universidad de Guadalajara
Andrea.Armenta@hotmail.com

Carlos Salvador Peña Casillas

Universidad de Guadalajara
cspcman15@gmail.com

Rodrigo Espinoza Sánchez

Universidad de Guadalajara
rickylizbe@yahoo.com.mx

Eje temático: Innovación y gestión turística y gastronómica

Resumen

El sector turístico se caracteriza por ser uno de los más dinámicos que existen derivado de que sus consumidores incrementan sus necesidades y estándares de calidad de manera continua, y este proceso se volvió aún más rápido con la llegada de las plataformas digitales, como en el caso de la actividad del hospedaje, que mediante esquemas electrónicos se ha visto modificada de manera drástica, sometida a una competencia aún mayor con la llegada de nuevos participantes. Ante esta situación, surge un problema en el que las organizaciones dedicadas al hospedaje cuentan con dificultades para adaptar sus estrategias a las nuevas demandas del mercado, y este panorama puede verse en regiones con grandes atractivos naturales como lo es el municipio de Tomatlán, en el estado de Jalisco, y para la promoción de alternativas que incentiven su desarrollo, es preciso conocer previamente la situación en que se encuentran dichas organizaciones. Por tanto, el objetivo de la presente investigación es documentar la situación actual de las entidades que ofrecen servicios de hospedaje en el municipio de Tomatlán. Para esto se utilizó una metodología cualitativa de tipo exploratorio, mediante las técnicas de bola de nieve y cuestionarios estructurados. Algunos resultados indican que la oferta de hospedaje en la región analizada se encuentra catalogada como negocio familiar y la mayoría cuenta con áreas de oportunidad específicamente en materia de promoción y publicidad, es decir, de adaptación a las nuevas demandas en materia de comercio electrónico de los consumidores.

Palabras clave: Diagnóstico; sector de hospedaje; Tomatlán.

Abstract

The tourism sector is characterized by being one of the most dynamic that exists due to the fact that its consumers continuously increase their needs and quality standards, and this process became even faster with the arrival of digital platforms, as in the case of the activity of the lodging, that by means of electronic schemes has been drastically modified, subjected to an even greater competition with the arrival of new participants. Given this situation, a problem arises in which the organizations dedicated to accommodation have difficulties adapting their strategies to the new demands of the market, and this panorama can be seen in regions with great natural attractions such as the municipality of Tomatlán, in the Jalisco state, and for the promotion of alternatives that encourage their development, it is necessary to previously know the situation in which these organizations find themselves. Therefore, the objective of the present investigation is to document the current situation of the entities that offer lodging services in the municipality of Tomatlán. For this, an exploratory qualitative methodology was used, using snowball techniques and structured questionnaires. Some results indicate that the supply of accommodation in the analyzed region is classified as a family business and most have areas of opportunity specifically in terms of promotion and advertising, that is, adaptation to the new demands in the field of electronic commerce of the consumers.

Keywords: Diagnosis; Lodging sector; Tomatlán.

Introducción

El sector terciario es uno de los más importantes a nivel mundial en términos de crecimiento económico, especialmente hablando del sector turismo, derivado de la gran bolsa de trabajo que ofrece en todos los rincones del planeta y esta característica no se encuentra limitada solamente a importantes desarrollos de alto nivel de inversión en ciudades metropolitanas o zonas caracterizadas esencialmente por ser turísticas, sino que se han aperturado nuevas oportunidades en esta actividad en regiones de índole rural, donde los propietarios de nuevas iniciativas son los mismos habitantes locales y dueños de los predios que persiguen mejores oportunidades económicas y al mismo tiempo generan oportunidades para quienes los rodean.

El turismo es una actividad muy importante para la economía. Se tiene que en el año 2018 fue el noveno año consecutivo de crecimiento sostenido en materia de turismo, debido a un entorno económico favorable donde el Producto Interno Bruto (PIB) mundial de 2018 tuvo un aumento del 3.6%, las variaciones de los

tipos de cambio fueron generalmente moderadas y los tipos de interés bajos, esto de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) en un estudio realizado en torno al turismo internacional (UNWTO, 2019). En cuanto a la llegada de turistas a nivel mundial, fue de 1,403 millones en el año 2018 lo que supone un importante crecimiento del 6% sobre el año. La cifra de llegadas de turistas que se obtuvo en el año 2018 la OMT había previsto que se llegaría en el año 2020, pero se superaron las expectativas al haberse alcanzado dos años antes, por lo tanto para el año 2019 se espera un crecimiento entre el 3% y 4%, por eso es que el turismo es considerado un motor de crecimiento y desarrollo económico a nivel mundial, así como también está ayudando a mejorar la vida de millones de personas ya que es un gran fuente de empleo, ayudando así a transformar comunidades enteras, así como también se considera como una necesidad humana natural (UNWTO, 2019).

A nivel nacional, de acuerdo con los Informes Sobre La Situación Económica, Las Finanzas Públicas Y La Deuda Pública que expide la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), del tercer trimestre del año 2019, el PIB registró una disminución en términos reales de 0.3% en su comparación anual, mientras que, al eliminar el efecto estacional no registró variación real con respecto al trimestre anterior. En particular, dentro del sector servicios, la mayor contracción se observó en el comercio al por mayor, el alojamiento y la preparación de alimentos y bebidas presentaron una contracción en el tercer trimestre (SHCP 2019).

La llegada de turistas internacionales fue de 45.0 millones, durante enero-diciembre de 2019, equivalente a un incremento del 9.0% en relación con el mismo periodo de 2018. El ingreso de divisas por concepto de viajeros internacionales durante enero-diciembre de 2019 fue de 24 mil 563 millones de dólares, lo que representó un incremento de 9.0% respecto al mismo periodo de 2018 (RAT Diciembre, 2019). De acuerdo con el Anuario Estadístico 2018 de la Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco, había un total de 2,038 establecimientos de hospedaje registrados por municipio según categoría turística del establecimiento, y un total de 75,442 habitaciones de hospedaje registrados

por municipio según categoría turística del establecimiento, los cuales comprenden hoteles, moteles, casas de huéspedes, cabañas, suites, tráiler parks, apartamentos, condominios, bungalows, hostales, haciendas, casas, casas rurales, albergues y campamentos.

El promedio anual de ocupación de hospedaje por categoría de establecimiento en el año 2017 fue de 57.96%, y de acuerdo con la Dirección de Inteligencia de Mercados, Información Estadística y Evaluación de la Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco, en el año 2017 se tuvo una afluencia de 8 millones 982 mil 978 de turismo hospedado tanto nacional como extranjero, dejando una derrama económica de 19,516,901,841 millones de pesos. Uno de los principales problemas que se presentan sobre el surgimiento de iniciativas del sector hospedaje en zonas rurales, es que a diferencia de otras regiones y empresas con mayor poder adquisitivo, su crecimiento y desarrollo es mucho más lento y tiende a no tener disponible la experiencia en las diferentes herramientas administrativas y de gestión disponibles para su fortalecimiento, y el primer paso para superar este desafío es conocer sus características particulares mediante algún tipo de aproximación o diagnóstico, y posteriormente atender las principales debilidades que presentan.

Esta situación no es ajena a municipios de gran extensión y beneficios naturales como en el caso de Tomatlán, dentro del estado de Jalisco, que no cuenta con algún tipo de precedente respecto al diagnóstico de la situación por la que atraviesan las organizaciones del sector del hospedaje que permita el desarrollo de soluciones y propuestas que fomenten su competitividad y al mismo tiempo implique beneficios para el municipio. De acuerdo con el Anuario de la Secretaría de Turismo de Jalisco en el año 2010, se tenían registrados 8 establecimientos de hospedaje, los cuales eran, Hotel Hacienda Vieja, Misión San Miguel, Hotelito Desconocido, El campanario, Posada Lupita, Posada Carmelita, Mayra y Rancho Andrea, así como también se tenía el registro de 149 unidades rentables en Tomatlán (SETUJAL 2010).

La evolución del número de establecimientos para la oferta de hospedaje en el municipio antes mencionado tendió a ser decreciente, ya que el Anuario Estadístico 2018 de la Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco, en el municipio de Tomatlán al año 2017 solo tenía 7 establecimientos de hospedaje registrados por municipio según categoría turística del establecimiento, teniendo un total de 110 habitaciones de hospedaje registrados por municipio según categoría turística del establecimiento, los cuales comprenden hoteles, moteles, casas de huéspedes, cabañas, suites, tráiler parks, apartamentos, condominios, bungalows, hostales, haciendas, casas, casas rurales, albergues y campamentos.

Y de acuerdo con los datos obtenidos del Anuario Estadístico 2018 de la Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco, en el año 2015, Tomatlán no prestó servicios relacionados directamente con el turismo, aun cuando el municipio se encuentra rodeado de una importante diversidad ambiental y natural con potencial para el aprovechamiento en este sentido, sin embargo, ya se han identificado algunos proyectos que pretenden aprovechar estos recursos, como en el caso del proyecto llamado “Nuevo Cancún” denominado oficialmente “Proyecto Desarrollo Vistas” el cual se tiene planeado llevarse a cabo en la localidad de José María Morelos, en la playa Chalacatepec, siendo esta una playa virgen hasta el momento en la cual se lleva actividades como la conservación de las tortugas marinas, el proyecto del nuevo Cancún es un proyecto para llevarse a cabo en un lapso de 99 años, en donde los primeros años se tiene planeado construir 4,650 hoteles en 6 fases de 5 años (Villanueva, Virgen, & Sánchez, 2018), el cual ya fue aprobado el 7 de Julio del 2016 por SEMARNAT.

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo, llevó a cabo el estudio de planeación denominado, “Programa Subregional de Desarrollo Turístico Costalegre”, Estado de Jalisco, publicado el 04 de Febrero 2012 (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, 2012), el cual tiene como objetivo: Impulsar el desarrollo ordenado y sostenible de la actividad turística en Costalegre, el cual comprende los municipio de Cabo Corrientes, Tomatlán, La Huerta y Cihuatlán. Con base en la Estrategia General de Desarrollo Turístico Sustentable, se busca llevar a cabo cuatro

proyectos estratégicos que impulsaran la actividad turística en Costalegre, los cuales son, Wellness y SPA (W-Spa) "Playa del Amor", en el municipio de Cabo Corrientes; Club Náutico Recreativo (CNR) "Presa Cajón de Peña", municipio de Tomatlán; Unidad de Manejo Ambiental del Cocodrilo (UMACO) "La Manzanilla", municipio de La Huerta; y Parque Natural "El Tule", municipio de Cihuatlán, los beneficios que puedan generar los proyectos antes mencionados, se esperan para el año 2030 (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, 2012).

Así como también el proyecto "Malecón Punta Pérula", el cual consiste en la construcción de un malecón, área verde, enrocado, baños, embarcaderos, rampa, andador peatonal, circulación vehicular, así como la ampliación del muelle de la localidad de Punta Pérula, en el municipio de la Huerta, Jalisco, la ubicación del proyecto será frente a la zona donde el estero de Pérula de conecta con el mar de la Bahía de Pérula (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2002). Este proyecto tendrá una duración de 18 meses, se estima que su operación ascienda a 50 años o más.

Marco Teórico

La globalización ha traído consigo pobreza y desigualdad, es por eso que el desarrollo local, surgió con el objetivo de ofrecer nuevas oportunidades a la población local, siendo los locales, los empresarios, que puedan sacar provecho a su comunidad, haciendo uso de su espacio territorial, cultural, ambiental, entre otros, y así hacer frente a la pobreza y desigualdad que se vive hoy en día. Para esto es necesario también la vinculación con el gobierno estatal y nacional. El desarrollo local es un proceso de cambio social y crecimiento económico que tiene como finalidad el progreso de la comunidad y de cada individuo que la compone (Rodríguez, 1999). Según Vázquez – Barquero (1988) en Almaguer, et. al. (2012: 5) refiere al término de desarrollo local (DL) como "el proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población local", y en dicho proceso, se pueden identificar tres dimensiones: la económica, sociocultural y la político-administrativa. En ese sentido, Palafox (2005) en Espinoza, et al. (2011:137) plantea que el desarrollo

local es un proceso complejo donde se da la concentración de diferentes agentes, sectores y fuerzas que interactúan dentro de un territorio con el propósito de impulsar un proyecto en común que tiene como fin el crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, así como el aumento de la calidad de vida de las personas que viven en dicho territorio. En cuanto a las dimensiones implícitas en este paradigma del desarrollo local Alburquerque (2004) y Vázquez-Barquero (2005) en Montaña (2014:80) aluden a cinco grandes variables: a) económica; b) formación de recursos humanos; c) socio-cultural e institucional; d) político-administrativa; y e) ambiental.

Por tanto, el desarrollo local de una comunidad está ligada al desarrollo endógeno, ya que surge de la propia comunidad, pues son los locatarios los que a través del emprendimiento crean el ambiente para que se pueda dar este desarrollo. Por lo que la principal condición es que sean los mismos habitantes de un lugar los que propicien y gestionen las ideas y acciones necesarias para que favorezcan los procesos que benefician a las comunidades (Espinoza et al., 2018). Al respecto Sánchez et al., (2012:19) indica que “el desarrollo endógeno se lleva a cabo creando redes de confianza entre las organizaciones de la sociedad civil y la dirigencia política local, tratando de conectar directamente al municipio y su producción con la esfera global”, lo cual hace referencia a que los actores locales no son entes aislados, sino que resulta indispensable su interacción de manera planificada para el logro de beneficios.

El desarrollo local y el desarrollo endógeno se unen para formar un solo concepto, desarrollo local endógeno, este a su vez es más complejo y amplio que cada uno de estos de forma separada. Según Espinoza, et al. (2012:1) “El desarrollo local endógeno de una región o subregión parte del supuesto de que los locatarios deben asumir el rol de participantes activos, y que estos deben de ser los generadores de las ideas que, posteriormente se convertirán en los medios de producción comunitaria, así como promotores de las políticas públicas que habrán de sustentar las acciones o prácticas de dicha planeación”.

Para una mejor comprensión del área de estudio de la presente investigación, es necesario analizar un concepto propio de regiones predominantemente rurales, en donde Barrera (2000) hace un acercamiento a la definición de Turismo Rural (TR) al decir textualmente que "...son todas las actividades turísticas que se realizan en el mundo rural, cualquiera que sea su manifestación, pero que estas deben estar dentro del ámbito rural...", teniendo que el municipio de Tomatlán es considerado como espacio rural. El TR como categoría conceptual ha adquirido muchas facetas y transformaciones desde las diversas ópticas desde las cuales ha sido analizado, de ahí que González, et. al., (2011:166) aluden a que este TR es un conjunto de planes y procesos orientados a proveer servicios a visitantes de un área rural, atraídos por los recursos naturales y culturales que aquella atesora y por las experiencias que puede construir combinando sus preferencias con los recursos y servicios disponibles. Mientras que para Fuentes (1995:19-52) en Romero, et al. (2011:504), es una "Actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local".

El espacio rural, escenario de un sin número de vivencias, anécdotas, pero más que eso, un lugar donde la interrelación del humano con la naturaleza recobra un valor incalculable por el respeto que se debe tener por los recursos de carácter natural que la cultura humana va reconfigurando para satisfacer sus necesidades, pero a la vez, identificando ciertos iconos que posibilitan que se puedan generar nuevas acciones producto de la creación y la reproducción de las vidas humanas en un lugar determinado, conducen a generar nuevas dialécticas del territorio para que los actores de esos espacios puedan desenvolverse con libertad y buscar nuevos encadenamientos productivos basados en una actividad terciaria y de servicios como es el turismo (Espinoza y Verduzco, 2017; Espinoza, et, al., 2017).

Por otro lado, la aparición de la neorruralidad se manifiesta como una tendencia emergente de movilidad poblacional y residencial gestada al calor de una sociedad contemporánea que busca una manera de habitar el mundo diferente a

la estipulada en el régimen semiótico del capitalismo. Es un desplazamiento humano que brega por desandar las huellas de la modernidad en los imaginarios y en las experiencias cotidianas, en la que lo vital prima sobre lo económico (Trimano, 2015; 2017). Como ya se mencionó con anterioridad, se espera un incremento de la demanda turística en espacios rurales, dado que el turismo rural se encuentra diseñado para una cantidad limitada de consumidores, a diferencia del turismo en masas que procura la mayor cantidad de consumidores posibles en función de temas relativos a costos fijos y beneficios marginales, por lo que el neorruralismo podría verse beneficiado ante pandemias que afecten el turismo masificado, sin embargo, es indispensable que los esquemas de desarrollo neorrurales sean cuidadosamente planificados, porque de lo contrario no alcanzarían los beneficios que el ambiente les proporciona.

El turismo, es una industria en total crecimiento, tiene la capacidad de controlar la economía mundial y por esta razón la competitividad desde sus diversas perspectivas se ha convertido en la clave del éxito de la industria hotelera, puesto que esto se vuelve un elemento de permanencia en el mercado, ya que la globalización ha traído consigo nuevas tendencias en esta industria, la cual ha convertido en una de las más diversificadas. De acuerdo con Olmos (2012) la competitividad es la capacidad de una organización, pública o privada, de lucro o sin fines de lucro, para lograr y mantener ventajas comparativas que le permitan lograrlo, mantener y mejorar una posición específica en el entorno socioeconómico. Es por eso que resulta importante lograr adaptarse a las nuevas necesidades que surgen día con día en el mercado. Los empresarios deben lograr que sus organizaciones logren una buena posición y ventaja competitiva, ya que esto es el resultado de la integración de las necesidades del cliente, los cuales son elementos indispensables para destacar ante la competencia y permanecer en el tiempo (Porter, 1985).

Metodología

La metodología empleada para llevar a cabo la investigación fue de tipo cualitativa, de acuerdo con Bonilla y Rodríguez (2000) citado por Bernal (2010) la

investigación cualitativa, se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. Los investigadores que utilizan el método cualitativo buscan entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica (Bernal, 2010). Por su enfoque metodológico y su fundamentación epistemológica tiende a ser de orden descriptivo, orientado a estructuras teóricas y se utiliza preferentemente información cualitativa, descriptiva y no cuantificada (Tamayo 2003). Así como también es una investigación descriptiva ya que esta trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta, y es de tipo exploratorio, ya que se realiza con miras a consecución de datos fieles y seguros para la sistematización de estudios futuros (Tamayo 2003). En este caso en particular se considera así porque no existen precedentes con esta profundidad de análisis en el tema y objeto de investigación.

En la investigación cualitativa existen distintos tipos de muestreo de acuerdo con Miles y Huberman (1994) citados en el libro de Flick (2015), el empleado en este caso fue el muestreo en bola de nieve el cual consiste en pasar de un caso al siguiente, preguntando a los entrevistados por otras personas que pudieran ser relevantes para el estudio, así como información que ellos consideren relevante. Los cuestionarios aplicados se sustentan en la obra de Espinoza (2017), dirigidos y aplicados a los dueños o responsables de los hoteles, fueron estructurados, integrados por 16 preguntas, de las cuales nueve eran abiertas y siete eran preguntas cerradas, abordando los elementos de potencialidad de la gobernanza local, desempeño, competitividad y competencias para la comercialización.

Resultados

El instrumento se aplicó a 14 establecimientos de hospedaje del municipio de Tomatlán Jalisco, en los cuales se encuentran hoteles, moteles, posadas, cabañas, bungalows, casas de huéspedes, teniendo así, en el municipio de

Tomatlán, 224 unidades rentables disponibles. Sobre la potencialidad de la gobernanza local, en una escala del 1 al 5, siendo 5 una muy adecuada descripción y 1 muy inadecuada, de acuerdo en su relación con las empresas antes mencionadas, en el primer reactivo, 11 personas dijeron que era una descripción muy adecuada. De manera generalizada, más de la mitad de los establecimientos opina como medianamente aceptable los reactivos 2 a 6 de esta dimensión, tal como se presenta en la gráfica 1.

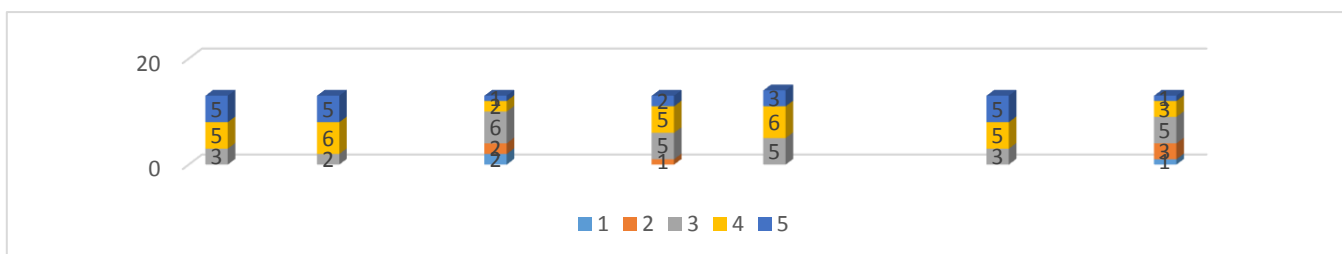
Grafica 1 Potencialidad de la gobernanza local



Fuente: Elaboración propia

El siguiente ámbito a considerar fue desempeño, calificando con una escala del 1 al 5, siendo 5 la máxima calificación y 1 la mínima. El 35% de las personas indicaron que la calidad de sus servicios y la puntualidad y rapidez de sus servicios era 5, de cada una de las preguntas, posteriormente, el 42% de las personas calificaron sus ventas con un 3, el 35% calificó si capacidad de respuesta ante imprevistos con un 3, el 42.8% calificó la satisfacción de los empleados con un 4, el 35.71% calificaron con 4 y 5 la satisfacción de los usuarios/clientes, y sobre las ganancias recibidas, el 52.71 calificó sus ventas con un 3. Tal y como se muestra en la siguiente gráfica.

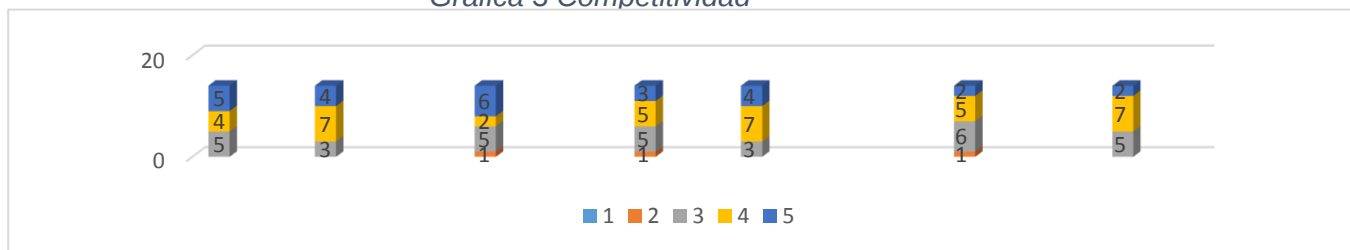
Grafica 2 Desempeño



Fuente: Elaboración propia.

En el aspecto de competitividad del negocio, como la capacidad y las habilidades para estar en el mercado, con una escala del 1 al 5, siendo 5 la máxima calificación y 1 la mínima, el 35.71% de las personas, le dio una calificación de 3 y 5 en sobre cómo se consideraban sus capacidades y habilidades sobre la tecnología de la información y la comunicación, en la innovación en los procesos, productos y servicios, en tanto que el 50% la califico con un 4, sobre las habilidades para comercializar y marketing, el 35.71% la califico con un 3 y 42.85% con un 5, en recurso humano como capital humano 35.71% dio la calificación de 3 y 4, en capacidades y habilidades directivas, el 50% califico con un 4, en recursos financieros el 42.85% califico con un 3 y sobre la cultura de la empresa el 50% la califico con un 4. Tal y como se muestra en la gráfica 3.

Grafica 3 Competitividad



Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente, en la dimensión de competencias para la comercialización, solo 21% de los establecimientos cuentan con página web, el 57% cuenta con medios electrónicos para la comercialización, el 92% no tiene convenio con empresas de hospedaje, así como tampoco hace uso de agencias de viajes, el 85% no tiene

convenio con instituciones y ninguno de los establecimientos lleva a cabo programas de capacitación personal, como se muestra en la gráfica 11.

Grafica 4 Competencias para la comercialización



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Si bien, los propietarios comentaron que les gustaría llegar a más personas y así lograr que sus ventas e ingresos aumenten, ya que hasta el momento estos no suelen ser del todo altos, así como también que les gustaría hacer mejoras para atraer a más clientes. no todos se encuentran en una disposición total a colaborar, lo que podría deberse a la falta de visión o cultura empresarial, sin embargo, presentan importantes fortalezas en las variables estudiadas.

En el apartado de potencialidad de gobernanza local, se tiene que la mayoría de los establecimientos estudiados considera que el éxito se encuentra vinculado en mayor medida con la colaboración, coincidiendo en que se debe buscar el beneficio mutuo en la creación de dichas sinergias, sin embargo, en menor medida pero aún con más del 50% de los participantes consideran como no primordial deberle favores a otros, lo cual es importante para el establecimiento real de esquemas colaborativos, y este mismo resultado se vio replicado en los apartados de responsabilidad compartida y el aprovechamiento al regateo.

Se considera que, aun cuando en estos últimos 3 apartados mencionados anteriormente no hubo un consenso absolutamente favorable de la totalidad de los participantes, se cuenta con un buen número de participantes con puntajes favorables para el establecimiento de buenos esquemas de gobernanza local, al

contar con más de la mitad de los establecimientos de hospedaje con disposición a interactuar de manera apropiada con otros participantes. En cuanto a desempeño, se tiene una importante área de oportunidad de mejora de manera generalizada en todos los participantes de la industria del hospedaje en Tomatlán, ya que una minoría considera sus servicios de excelencia, así como su capacidad de respuesta ante imprevistos, misma que puede llegar a mejorar. Por otro lado, el apartado de satisfacción de los empleados se considera en un nivel aceptable en casi la mitad de los participantes, por lo que sería pertinente una revisión a profundidad en este apartado para conocer los motivos reales de dichas diferencias.

En términos de satisfacción de los usuarios y clientes, así como ganancias y ventas, la mayoría considera que el primer factor es adecuado, mas no excelente, y esto repercute en sus indicadores de mercado y rentabilidad, al ubicarse en la mitad de los casos en un punto intermedio. Por lo tanto, el presente estudio marca un importante precedente que permitirá desarrollar futuras iniciativas y propuestas que permitan el aprovechamiento de las áreas de oportunidad aquí descritas, así como evidenciar las fortalezas del mercado de hospedaje perteneciente al municipio de Tomatlán.

Referencias

- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2019). *Informes sobre la situación económica, las finanzas públicas y la deuda pública, cuarto trimestre 2019*. México: SHCP.
- Albuquerque, F. (2004). *El enfoque del desarrollo económico local. Cuaderno de capacitación No. 1. Seria: Desarrollo Económico Local y Empleabilidad Programa AREA - OIT en Argentina - Italia Lavoro*. Buenos Aires: Organización Internacional del Trabajo.
- Andrade, R. E., Dagostino, C. R., & Sánchez, E. R. (2011). *Turismo, Desarrollo y Región, Estudio de Casos*. Guadalajara: Prometeo Editores S.A. de C.V.
- Becerra, L. F., & Pino, A. J. (2005). Evolución del concepto de desarrollo e implicaciones en el ámbito territorial: experiencia desde Cuba. *Economía, Sociedad y Territorio*, 85-119.
- Bernal, T. C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.

- Espinoza Sanchez, R. (2017). *Impactos del Turismo en el Desarrollo Local*. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, UDG-CA-443 Analisis Regional y Turismo. Puerto Vallarta, Jalisco: Red Turismo, Desarrollo e Impactos.
- Espinoza, R., Martínez, M. D., González, L. R., & Cornejo-Ortega, J. L. (2018). Los emprendimientos sociales turísticos como estrategia para el desarrollo local endógeno. Cso "Canopy el indio y el "Chorrillo". *Reviste Turydes: Turismo y Desarrollo*, 1-19.
- Espinoza, S. R., Andrade, R. E., Chávez, D. R., & Zepeda, A. A. (2012). Desarrollo local endógeno y productos turísticos. Caso subregión occidental de Jalisco, México. *TURyDES*, Vol. 5 Núm 13, 1-5.
- Espinoza, S. R., Esparza, M. A., Martínez, H. R., & Ceceña, E. H. (2011). Los emprendimientos Sociales Turísticos. Nuevos esquemas para el desarrollo del turismo en el ámbito de las comunidades rurales en Bahía de Banderas, México. En R. E. Andrade, D. R. Chávez, & S. R. Espinoza, *Turismo, Desarrollo y Región estudios de casos* (págs. 127-147). México: Prometeo Editores S.A. de C.V.
- Fondo Nacional de Fomento al Turismo. (2012). *Programa Subregional de Desarrollo Turístico Costalegre, Estado de Jalisco*. Guadalajara: FONATUR.
- Fuentes, R. (1995). "Análisis de las características del turismo rural en España". *Revista de Estudios Turísticos*, n° 122, 19-52.
- González, H. M., León , G. C., De León, L. J., & Moreno, G. S. (2011). *Turismo Rural y en áreas protegidas*. España: Editorial síntesis.
- López, N. M., Zalthen, H. L., & Cervantes, R. M. (2019). Análisis Comparativo de la Competitividad en el Sector Hotelero en Estados de los Golfos de México. *Revista de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional*, 11.
- Montaño, M. (2014). *Modelo de desarrollo económico local para la diversificación de la estructura Productiva y la Articulación del Tejido Empresarial en Baja California Sur (Tesis doctoral)*. Tijuana, Baja California: Universidad Autónoma de Baja California.
- Olmos, G. (2012). "Hospitality competitiveness measurement system". *Journal of Global Business and Technology*, Vol. 2 No. 8, 29-37.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Panorama del turismo internacional, edición 2019*. Madrid: OMT.
- Palafox, A. (2005). *Turismo: Teoría y Praxis*. México: Plaza y Valdez.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. Michael Porter. New York: Free Press.

- Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Ediciones Aljibe.
- Romero, M. E., Romero, M. V., & Vargas, S. A. (2011). El turismo rural y el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche de la provincia de Huelva (España): una visión de futuro. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* Vol. 9 N 4, 503-517.
- Sánchez, S. N., Betancourt, G. M., & Falcón, R. M. (2012). Acercamiento teórico al desarrollo local sostenible y su repercusión para el turismo. *El Periplo Sustentable*, No 22, 7-36.
- Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2002). *Manifestación de Impacto Ambiental Modalidad Particular Proyecto: Malecon Punta Pérula*. Guadalajara: SEMARNAT.
- Secretaria de Turismo del Estado de Jalisco. (2018). *Anuario Estadístico*. Jalisco: SETUJAL.
- Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México. (2019). *Resultados de la Actividad Turística Diciembre, 2019*. México: SECTUR.
- Tamayo, y. M. (2003). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa, S.A. de C.V.
- Trimano, L. (2019). ¿Qué es la neorruralidad? Reflexiones sobre la construcción de un objeto multidimensional. *Territorios*, 119-142.
- Uwe, F. (2015). *El diseño de Investigación Cualitativa*. España: Ediciones Morata, S.L.
- Vázquez, B. A. (1988). *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo*. Madrid, España: Editorial Pirámide.
- Villanueva, R., Virgen, C. R., & Sánchez, H. M. (2018). Chalacatepec "El nuevo Cancún en Jalisco"; ¿Se repiten las falsas expectativas locales? *Monfragüe Desarrollo Resiliente*, 24.