

Modelo de cadena productiva para la gestión del turismo en contextos rurales, una propuesta desde la economía territorial. Caso de aplicación en Comala, Colima



Recibido: 18/12/17 · Aceptado: 26/02/18

Rafael Covarrubias Ramírez*
José Manuel Orozco Plascencia
Universidad de Colima

Resumen

Las cadenas productivas son una herramienta para describir las acciones de una organización y generar valor agregado a sus productos. Por su utilidad, este modelo se ha trasladado a otras actividades, como el turismo principalmente, y de manera general en el nivel de destino, pero teniendo en cuenta solo las operaciones y actores del sector turístico. De ahí que el propósito de este artículo es sugerir una cadena productiva para el turismo en contextos rurales desde el enfoque de la economía territorial, como una opción de organización de los distintos agentes y con el propósito de dar valor a los diversos productos y servicios vinculados con el turismo; lo que requiere incorporar acciones de los sectores productivos locales, con el apoyo de entes regionales, nacionales y globales. El área de estudio elegida para contrastar lo anterior es el municipio de Comala, en el estado mexicano de Colima, donde el turismo ha experimentado un crecimiento notable a partir de su incorporación en 2002 al Programa Pueblos Mágicos de México. Desde un enfoque cualitativo y utilizando métodos participativos para obtener la información, en este trabajo se expone una primera aproximación a un modelo básico de cadena de valor, con la intención de contribuir a la gestión incluyente y responsable del turismo en el ámbito municipal. El resultado que se muestra está basado en el encadenamiento de los productos y actividades que realizan los diversos sectores que se encuentran en el área de estudio, incorporando una línea de eslabones que incluye agentes externos.

PALABRAS CLAVE: Cadena productiva, economía territorial, gestión del turismo, Comala.

*Correos electrónicos: covra@uclm.mx · manuel_orozco@uclm.mx





Productive chain model for the management of tourism in rural contexts, a proposal from the territorial economy approach. The case of Comala, Colima

Received: 18/12/17 · Accepted: 26/02/18

Rafael Covarrubias Ramírez*
José Manuel Orozco Plascencia
Universidad de Colima

Abstract

Productive chains are tools to describe the actions of an organization and generate added value to their products. Due to its usefulness, this model has been transferred to other activities such as tourism, mainly and generally at the destination level, but taking into account only the operations and actors of the tourism sector. Therefore, the goal of this work is to develop a productive chain for tourism in rural contexts from the territorial economy approach, as an option of organization of the different agents and with the purpose of giving value to the diverse products and services that are linked to tourism; this requires incorporating actions of the local productive sectors, with the support of regional, national and global entities. The chosen study area to contrast the above is the municipality of Comala, in the Mexican state of Colima, where tourism has experienced a remarkable growth since its incorporation in 2002 to the Magical Towns Program of Mexico. From a qualitative approach and using participatory methods to obtain information, this work exposes a first approach to a basic value chain model, with the intention of contributing to the inclusive and responsible management of tourism at the municipal level. The result that is presented is based on the chain of products and activities carried out by the various sectors that are in the study area, incorporating a necessary line of support from external agents.

KEY WORDS: Comala, productive chain, territorial economics, tourism management.

*E-mails: covra@ucol.mx · manuel_orozco@ucol.mx

Introducción

Tradicionalmente, y en los ámbitos regional, nacional e internacional, la economía de los territorios ha sido planeada, administrada o estudiada desde un enfoque sectorial (Rodríguez-Miranda, 2015), es decir, los procesos de planeación, el diseño de estrategias, políticas, planes y programas públicos, la normatividad, las investigaciones con diversos fines, etc. se plantean para atender de manera aislada las actividades que se desarrollan en los sectores económicos primario, secundario o terciario (Serracanta, 2017). Por consecuencia, en el turismo –en concreto el que se realiza en espacios rurales– existe un débil o nulo encadenamiento con el resto de los sectores productivos (Baltodano, Brenes, Espinoza y Vázquez, 2009, p. 45).

En el caso de la gestión del turismo se identifican planteamientos desde diferentes enfoques y modelos: como destino (Buhalis y Amarangana, 2014; Laws, 1995; Ritchie y Crouch, 2003); como empresa (Buhalis y Costa, 2006; Jaén-Ávila, 2005); desde la economía (Andergassen, Candela y Figini, 2013; Candela y Figini, 2012; Cárdenas-García y Sánchez-Rivero, 2015); desde el medio ambiente (Hall y Page, 2006; Neto, 2003; Tan, Habibullah, Tan y Choon, 2017); a partir de la comunidad anfitriona (Choi y Sirakaya, 2006; Zaei y Zaei, 2013); de la satisfacción y expectativas de visitantes (Pizam, Neumann y Reichel, 1978; Truong, Lenglet y Mothe, 2016), o de la sustentabilidad y la responsabilidad social (Grosbois, 2016; Nair y Hussain, 2013; Neto, 2003; World Tourism Organization, International Trade Centre y Enhanced Integrated Framework, 2017), entre otros. Sin embargo, la mayoría de estas perspectivas mantienen un punto de vista turismocéntrico, es decir, solo se centran en los componentes del turismo y del turista, dejando a un lado a los demás sectores y componentes del territorio.

Ante ello, la propuesta de este trabajo se sustenta, primero, en el enfoque de la economía territorial (Colletis-Wahl et al., 2008; Hidalgo, 2007; József y Ibolya, 2011), que tiene una perspectiva holística del espacio, de las actividades productivas y de los procesos sociales que en él se llevan a cabo, tomando en cuenta los capitales humano, natural y físico del territorio; y, segundo, en el modelo de cadena de valor, destinado a integrar transversalmente cada uno de los eslabones que conforman la elaboración de un bien o servicio, desde la obtención de la materia prima, hasta su transformación, distribución y consumo

(Varisco, 2015). A esto se suma lo postulado en la Agenda de Innovación de Colima, elaborada en 2015 por el Gobierno del Estado de Colima y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), en donde se identifica como un área de oportunidad el débil encadenamiento del mercado agrícola de productos básicos a productos elaborados (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2015, p. 46), y que propone, como un objetivo de la agenda sectorial de turismo, el desarrollo de encadenamientos productivos con el resto de sectores relevantes del estado para crear productos de calidad (p. 67) y, como un nicho de especialización, el potenciar los beneficios obtenidos en el sector turismo, mediante el encadenamiento con otros sectores, como el agropecuario y de industria alimentaria (p. 75).

El resultado de este trabajo proviene de un proceso participativo llevado a cabo con grupos de propietarios de microempresas turísticas del municipio de Comala, convocado por la Secretaría de Turismo del estado de Colima en colaboración con la administración municipal, con el propósito de fortalecer las ventajas competitivas del destino mediante la integración de cadenas productivas en el marco del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos 2016 (Prodermágico).

Sumado a lo anterior, se han conjugado dos inquietudes diferenciadas que responden, por un lado, al interés por los temas relacionados con la economía del territorio y, por otro, a la necesidad de generar un modelo de gestión que coadyuve, organice y coordine a los distintos agentes que intervienen en la expansión del turismo (Noyola de la Llave, Cerón Monroy y Magdalena Galván, 2017) en un municipio turístico, entendiendo que el desarrollo económico y social requiere cambios profundos en la estructura productiva del territorio para transformar la composición del empleo y de lo producido (Garry y Oddone, 2017).

El interrogante que se pretende responder en este trabajo es: qué acciones de organización pueden concertarse entre los actores sociales del territorio para incrementar la capacidad de desarrollo de un municipio turístico y de las empresas de los diferentes sectores productivos a través de la actividad turística. De ahí que el propósito principal sea sugerir un modelo de cadena de valor, el cual contribuya a la organización y colaboración de empresas locales involucradas directa o indirectamente con el turismo, que pueda convertirse en una política que permita al municipio gestionar de manera sustentable su territorio.

El caso seleccionado es el municipio de Comala, ubicado en el estado mexicano de Colima, incorporado al Programa de Pueblos Mágicos de México en 2002, y donde, desde entonces, la actividad turística ha experimentado un crecimiento notorio. Esto se hace tangible con la presencia de 126 empresas vinculadas al turismo a finales de 2016, no solo en el centro de la cabecera municipal, sino en prácticamente todo su territorio, y que puede considerarse representativo a nivel regional e incluso nacional.¹

Si bien la metodología aplicada permitió cumplir el objetivo principal, precisamos mencionar que una limitación de este trabajo es que no fue posible contar con una representación amplia de los diversos grupos locales (tanto de los negocios turísticos como de los productores) durante la etapa de talleres participativos, lo cual hubiera facilitado validar con solidez las diversas etapas del trabajo de campo.

Este texto se estructura en tres grandes partes. En la primera se revisa la literatura académica para aproximarse a las teorías y conceptos de cadena de valor y economía territorial. Después, se expone la metodología empleada, seguida de la caracterización del área seleccionada como caso de estudio. Finalmente, se analizan los resultados y se presenta el modelo de cadena de valor propuesto, junto con la determinación y conceptualización de sus eslabones.

Revisión de la literatura

En este apartado se incorporan conceptos asociados a las cadenas productivas y de valor relacionadas con la actividad turística, cuyo enfoque parte de los siguientes preceptos: características del destino, sus recursos naturales, experiencia, generación de redes, participación comunitaria, apoyo del internet y del *e-commerce*, así como de los canales de comercialización y distribución global; culminando con una reflexión sobre las diferencias de la economía sectorial con respecto a la economía territorial.

Las cadenas productivas o de valor en el turismo

El concepto de cadenas productivas tiene su origen en el modelo de cadena de valor. Concepto y modelo fueron popularizados en la obra de Porter (1991) titulada

¹Información proporcionada por la Dirección de Turismo y Desarrollo Económico del H. Ayuntamiento de Comala, noviembre 2017.



Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior, como una herramienta básica para describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial, generando valor al cliente final (Pulido-Fernández y López-Sánchez, 2016). Este modelo también es útil para identificar los distintos costos en que incurre una organización durante las diferentes actividades que conforman su proceso productivo y refleja la evolución del negocio y de las operaciones internas, por lo que se convierte en una herramienta del pensamiento estratégico (Quintero y Sánchez, 2006).

Según Rojas et al. (2009), los términos cadena productiva o cadena de valor, en cuanto instrumentos de gestión, tienen un mismo origen conceptual, y sus instrumentos no difieren significativamente. Desde el enfoque del producto y servicio, la cadena de valor básica consiste en una amplia variedad de actividades necesarias para que un producto o servicio transite, a través de varias etapas, desde que se concibe hasta que se entrega a los consumidores y su disposición final, una vez que el producto ha sido utilizado (Kaplinsky y Morris, 2002).

Desde la perspectiva sectorial, el Conacyt explica que el encadenamiento productivo consiste en la promoción de la integración de las cadenas de valor entre sectores para aprovechar la inversión que se realiza en los otros sectores con el fin de aumentar los beneficios obtenidos (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2015).

Para el caso del sector turismo, Pulido-Fernández y López-Sánchez (2016) establecen que para avanzar hacia la sustentabilidad se requiere identificar los factores clave que aumentan la generación de valor del destino y, para lograrlo, “la cadena de valor es una herramienta innovadora y útil para identificar los factores que impulsan o condicionan la generación de valor en un destino y adoptar posteriores decisiones de carácter estratégico” (p. 156).

Garry y Oddone (2017) explican que las cadenas de valor tienden a ser un poco complejas, debido a que la demanda (turística) está compuesta por diferentes segmentos y subsegmentos de mercado, los turistas viajan por múltiples motivos y buscan servicios específicos y completan su experiencia combinando productos y servicios tangibles e intangibles. Tales elementos se mezclan para crear la “experiencia de valor” (p. 106), la cual solo se satisface mediante una cadena en la que una serie de actores contribuye ofreciendo tanto los valores tangibles como los intangibles. En esta cadena intervienen también intermediarios

turísticos –tradicionales o de comercio electrónico– y los propios turistas (Zhao, Cao y Liu, 2009).

En la literatura académica revisada, se identifican diversas contribuciones al modelo de cadena de valor o productiva para el turismo. Por ejemplo, Moreno y Ochoa (2011) sugieren la implantación de un modelo de cadena de valor en el ámbito comunitario: parten de la teoría del desarrollo, toman en cuenta la expansión de libertades y se enfocan en una escala humana. Para ello, se apoyan en la participación comunitaria, como un elemento esencial del desarrollo. Otra adaptación de la cadena de valor al turismo es la que hacen Pulido-Fernández y López-Sánchez (2016), quienes la exponen como una herramienta innovadora y útil para reconocer los factores que impulsan o condicionan la generación de valor en un destino y adoptar posteriores decisiones de carácter estratégico. Los componentes centrales de su propuesta son: 1) planificación 2) organización producto-destino, 3) comunicación, 4) distribución, 5) accesibilidad, 6) consumo producto-destino y 7) posconsumo.

Zhao, Cao y Liu (2009) parten de que las tecnologías de información (TI), específicamente el *e-commerce*, han conducido a grandes cambios en el turismo, y sugieren la reconfiguración de las cadenas tradicionales de valor en el turismo en una “red de valor del turismo”, en donde se propicie una mayor colaboración, flexibilidad y una eficiencia óptima en la relación entre proveedores y consumidores del turismo, con el apoyo de las plataformas de internet y del *e-commerce*.

Varisco (2015), por su parte, desarrolla un modelo de cadena productiva para destinos de sol y playa, aplicado al caso de Santa Clara del Mar, en Argentina. El modelo considera los recursos naturales como base para el establecimiento de las facilidades turísticas, articuladas con la superestructura. A su vez, Ventura-Dias (2011) esboza un modelo que toma en cuenta tanto las actividades que se hacen en el país de origen del viajero (mercado emisor) como en las naciones que los reciben (mercado receptor) y, a su juicio, la cadena empieza con los establecimientos que facilitan la decisión de viajar, los cuales inciden en la competencia entre los destinos turísticos, por lo que “el acceso a los canales de comercialización y distribución globales (GDS) es considerado fundamental para la creación y consolidación de un destino turístico” (Ventura-Dias, 2011, p. 25).



En suma y desde las diversas perspectivas analizadas, se identifica un marco teórico extenso sobre la cadena de valor en cuanto herramienta que contribuye de manera directa a la organización y gestión del turismo, tanto en el ámbito de empresa como en el de destino. Sin embargo, en tales perspectivas el abordaje teórico y práctico se limita a la economía sectorial, sin explorar una mayor transversalidad con otros enfoques.

Economía sectorial vs. economía territorial

La dimensión económica de un territorio depende de su capacidad productiva y del potencial económico de los espacios rurales para generar los bienes y riquezas necesarios para el presente y el futuro de sus habitantes (Sepúlveda, 2008). Al mismo tiempo, las relaciones económicas entre los seres humanos son resultado de los vínculos sociales, es decir, de las relaciones de producción, distribución, intercambio y consumo que se dan entre las personas (Hidalgo, 2007). Desde el enfoque de la economía tradicional, las actividades productivas se han fragmentado en tres sectores: primario, vinculado con la producción de materias primas y alimentos, representado en gran medida por las actividades de aprovechamiento de la naturaleza, tales como la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza, la pesca, la minería, etc.; el secundario, el cual incorpora la transformación de los bienes que produce el primer sector, identificado, principalmente, con los procesos industriales; el terciario, que incluye la distribución, a través del comercio, de los bienes y servicios producidos en los dos anteriores (Astudillo-Moya, 2012). Con la evolución de los sistemas de producción, se han propuesto al menos otros dos sectores. El cuaternario, que está basado en los conocimientos y servicios difíciles de mecanizar: generación de intercambio de información, tecnología, consultoría, educación, desarrollo, o actividades principalmente intelectuales de investigación y desarrollo. El quinario, que incorpora las actividades de profesionistas relacionados con ideas existentes o nuevas, evaluación de nuevas tecnologías y creación de servicios; son personas designadas con altas posiciones y poderes (profesionales pagados con sueldos muy elevados, científicos y funcionarios de gobierno)² y toman importantes decisiones.

En diversas regiones del mundo, los planes y estrategias de desarrollo económico se realizan desde la perspectiva descrita en el párrafo anterior, lo que quiere decir que los procesos económicos se llevan a cabo de forma aislada en cada sector (Richardson, 1973). Un claro ejemplo de ello es la existencia de oficinas públicas (secretarías, ministerios, etc.) encargadas del desarrollo agrario, otras del industrial y algunas de las relaciones comerciales.

Por su parte, la economía territorial se concibe desde todo lo que está contenido en el espacio geográfico y como una construcción histórica (Rojas et al., 2009), basada en una visión holística (Sepúlveda, Rodríguez, Echeverri y Portilla, 2003) y conformada por: 1) la base de recursos naturales que contiene el territorio (capital natural); 2) las actividades productivas y la estructura económica que se desarrollan a partir de esa base de recursos naturales (capital económico, físico y financiero) y 3) las dinámicas demográficas y las relaciones sociales que acompañan la conformación de la estructura económica (Sepúlveda et al., 2003). Requiere enfocar cuestiones de la economía por medio del tiempo, del espacio y por referencia sistemática a situaciones concretas en los procesos de desarrollo económico local (Colletis-Wahl et al., 2008).

De acuerdo con Sepúlveda et al. (2003), en el enfoque de la economía territorial convergen diversos aspectos que favorecen al desarrollo local: 1) el desarrollo comunitario, 2) el involucramiento de pequeños productores, 3) el desarrollo rural integrado y 4) la participación y el empoderamiento de los pobladores locales.

Además de esos aspectos, debe agregarse que, para alcanzar el desarrollo pretendido desde la perspectiva territorial, los procesos económicos deben estar sustentados en la ampliación del conocimiento y de las tecnologías, es decir, en la economía del conocimiento (Klein, Martínez-Ampudia, Knoop y von Wartenberg, 2005; Sánchez y Ríos, 2011), que establece precisamente el saber como un factor clave para el crecimiento económico.

Al respecto, Sánchez y Ríos (2011) afirman que la inversión sostenida en educación, innovación y tecnología de la información conducirá a un aumento en el uso y creación de conocimiento en la producción económica. La base educativa, de formación y capacitación, representada por las instituciones de educación e investigación científica, constituye un activo fundamental en este.



En suma, la visión territorial de la economía se aprecia como un modelo holístico, incluyente de todos los sectores económicos y en combinación con los planteamientos de la cadena productiva, apoyada en la economía del conocimiento; con ella, un municipio turístico puede hacerse de una herramienta poderosa que le permita gestionar de manera sustentable tanto el territorio como las diversas actividades económicas que ahí se realizan.

Materiales y métodos

El diseño de este trabajo, cuyo alcance es descriptivo, se basa en un enfoque cualitativo. El punto de partida fue la conjetura de que un proceso de organización sustentado en el modelo de cadena de valor puede contribuir a la organización y planeación de las empresas vinculadas directa o indirectamente con el turismo, contribuyendo con ello a una gestión activa del territorio.

El procedimiento metodológico que se siguió incluyó la revisión de fuentes secundarias, fuentes primarias, así como la recolección y sistematización de la información.

Fuentes secundarias

Se realizó un análisis de la producción académica de teorías y conceptos de economía territorial, cadena de valor y cadena de producción, lo cual permitió construir el objeto de estudio e identificar sus principales atributos, así como los modelos desarrollados por otros autores. Los trabajos examinados se obtuvieron en bases de datos de revistas científicas como Elsevier, Scopus, Science Direct, Academia.edu y Research Gate, utilizando las palabras clave cadena de valor, cadena productiva, cadena de valor y turismo, economía territorial. También se recurrió a documentos e informes estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), de dependencias estatales y municipales, así como de delegaciones federales, para analizar los aspectos relacionados con la dinámica de los sectores económicos locales.

Fuentes primarias

Para obtener información primaria, la investigación se apoyó en metodologías participativas, concebidas como una herramienta para construir procesos de

intervención social colectivos, respetuosos y participativos, que permite conocer la realidad en la cual se quiere intervenir (Abarca-Alpizar, 2016). Con ello se buscó responder a la pregunta: qué potencialidades y limitaciones se identifican en los sectores productivos del municipio.

Esta fase se realizó con las aportaciones de conocimientos y experiencias de 31 representantes de los principales grupos de actores de los sectores productivos locales. La información se obtuvo con el apoyo de la dinámica de árbol de problemas y talleres participativos (TP) (figuras 1 y 2). La selección y participación de informantes clave se logró con la ayuda de la oficina municipal de Turismo y Desarrollo Económico de Comala, a partir de los perfiles definidos por el proyecto. Este proceso se complementó con observación no participativa, llevada a cabo durante diversos recorridos, para identificar y analizar las actividades económicas que se realizan en el área de estudio.



Fuente: De los autores.

Figuras 1 y 2. TP para la elaboración de matriz de potencialidades y limitaciones

Recolección y sistematización de la información

La información aportada por los participantes se recolectó en matrices de potencialidades y en un árbol de causas y efectos, con el fin de identificar los principales productos y servicios (potencialidades) de cada sector productivo del municipio y los principales efectos y causas de los problemas que se detectaron como relevantes y que se pueden atender por medio del modelo de organización propuesto.

Para construir el árbol de problemas se siguió el proceso que se describe a continuación:

1. Identificación de los principales problemas con respecto a la situación de cada sector económico involucrado, y desarrollo de un listado completo de los obstáculos que impiden el funcionamiento de algún sistema, proceso, producto, organismo, etcétera.
2. Formulación del problema central, con un enunciado sencillo y corto.
3. Determinación de las causas del problema central.
4. Delimitación precisa de los efectos provocados por el problema central.
5. Formulación de un esquema que presentara las relaciones causa-efecto.
6. Análisis del esquema completo y verificación de su racionalidad.

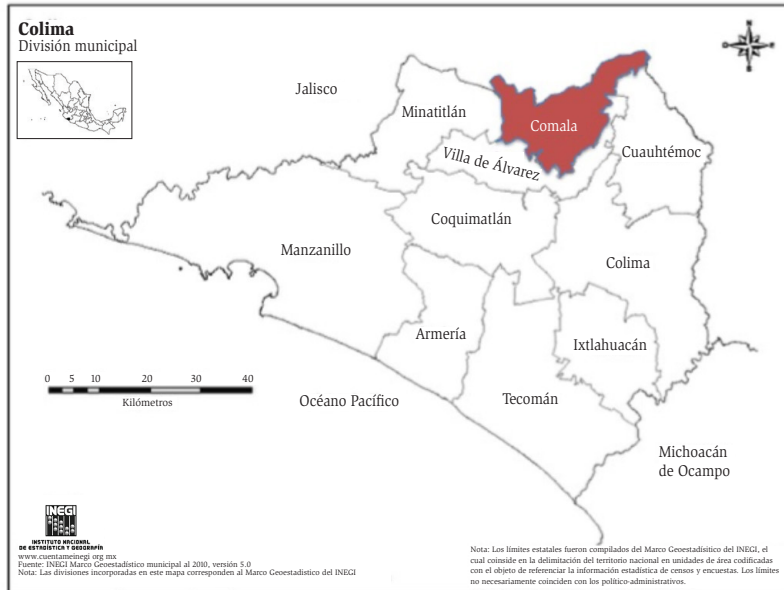
Los resultados finales de este diagnóstico fueron sistematizados por los propios participantes y se plasmaron en las matrices respectivas que se muestran en los cuadros 2 y 5.

El área de estudio: Comala, Colima

Comala significa “lugar donde se hacen comales” o “lugar de comales”, nombre que deriva del náhuatl *Comalli*, y *an*, lugar. Es uno de los diez municipios del estado mexicano de Colima. Cuenta con una extensión territorial de 315.46 kilómetros cuadrados, que equivale a 4.51 % del territorio total del estado de Colima y lo conforman las comunidades de Zacualpan, Lagunitas, Campo 4, Los Mezcales, La Caja, El Remate, Suchitlán, La Nogalera, Nuevo San Antonio, Nueva Hierbabuena, Cofradía de Suchitlán, La Becerrera, La Yerbabuena, Llanitos, Rancho de Agosto, Los Colomos y El Remudadero. Se ubica en la parte norte del estado y colinda al oeste con el municipio de Minatitlán, al este con el de Cuauhtémoc, y al norte con el estado de Jalisco (figura 3).

El municipio está asentado en una zona de transición entre ecosistemas de bosque mesófilo de montaña y de selvas medianas/bajas. El paisaje se encuentra dominado al norte por los volcanes Nevado de Colima y de Fuego (eje neovolcánico), al oeste por las elevaciones que conforman la Sierra Madre del Sur y al sur por el Valle de Colima (Ramírez-Ruiz y Bretón-González, 2016). En el estado predomina el clima cálido subhúmedo (86 %). Asimismo, en 12.5 % de su territorio se presenta clima seco y semiseco. En las faldas del Volcán de

Colima, la temperatura disminuye, por lo que presenta clima templado subhúmedo (1.5 %), aunque la temperatura media anual es de 25 °C (Ramírez-Ruiz y Bretón-González, 2016).



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016).

Figura 3. Localización del estudio de caso

El informe sociodemográfico de Colima 2015, publicado por INEGI, reportó que el municipio cuenta con una población de 21 544 habitantes, de los cuales, 50.2 % son mujeres. El 54.1 % está en edad de dependencia y la mitad tiene 28 años o menos. La totalidad representa 3 % de la población del estado (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2015). En el mismo documento se señala que los habitantes ocupan un total de 5 899 viviendas particulares, con un promedio de 3.7 ocupantes por vivienda y 1.1 por habitación. El 66.3 % de estas son propias, mientras que 12.6 % son rentadas y 19 % prestadas.

En el territorio municipal existen al menos tres comunidades de origen indígena: Suchitlán y La Nogalera (náhuatl) y Zacualpan (otomí) (Valencia, 2004). En todas las comunidades de la zona rural de Comala se identifican condiciones

de rezago social, en diversos aspectos y niveles. Al respecto, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) destaca que en 2010 más de 30 % de la población se encontraba en condiciones de vulnerabilidad por carencias sociales y más de 53 % en pobreza (moderada y extrema) (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2010). En el cuadro 1 se sintetizan algunos indicadores que reflejan aspectos de esa vulnerabilidad en las principales comunidades rurales del municipio.

Cuadro 1. Condiciones de rezago social en las comunidades rurales de Comala (2010)

Comunidad	Total de habitantes	Porcentaje				
		Población de 15 años y más con educación básica	Viviendas sin agua entubada	Viviendas sin energía eléctrica	Viviendas sin sanitario	Población sin derecho a servicios de salud
Suchitlán	4 450	33	1	1.3	2.4	19.1
La Nogalera	354	37.5	3.1	3.6	3.3	68.3
Cofradía de Suchitlán	1 746	35	0.3	0.2	1.2	13.8
Zacualpan	1 905	48.3	0.6	0.7	1.5	18.3
La Caja	686	45	0.4	1	0.9	3.8

Fuente: Elaboración propia con datos de Datos abiertos, Censos y Conteos, Principales resultados por localidad (ITER), Comala, 2010: www.beta.inegi.org.mx/servicios/datosabiertos.html, y Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2010).

Por otra parte, los atractivos naturales que identifican a Comala son los paisajes que forman los volcanes Nevado de Colima y de Fuego, en cuyas estribaciones se ubica el Parque Nacional Nevado de Colima y la zona de protección forestal y refugio de la fauna silvestre El Jabalí, esta última de propiedad privada. De igual forma, se aprecian como atractivos naturales las lagunas Carrizalillo y La María, los ríos La Barragana, Comala y La Lumbre, junto con las paisaje agrarios que contienen plantaciones de maíz, caña de azúcar y cría de ganado vacuno (Covarrubias-Ramírez y Conde, 2012).

En el 2002 Comala fue incluido en el Programa de Pueblos Mágicos de México, desde entonces se han restaurado algunos edificios públicos y privados, así como espacios de uso público, mejorando con ello la imagen del polígono que delimita el centro histórico, adecuándose a la dinámica turística e impulsando el crecimiento de micro y pequeñas empresas vinculadas, directa o indirectamente a la actividad turística (cuadro 4), tanto en la cabecera municipal como en las principales comunidades.

Asociado con los volcanes Nevado de Colima y de Fuego, el pueblo es referente de la obra de Juan Rulfo, *Pedro Páramo* (1955), aunque no es el mismo Comala al que alude el autor. Esto y otros factores han propiciado que Comala sea el destino turístico del estado de Colima que más ha crecido en los últimos 10 años (Manzanillo ha sobresalido como puerto comercial, pero se ha estancado como destino turístico).

Resultados

Comala: de municipio agrícola a municipio de comercio y servicios

Tradicionalmente, Comala ha destacado por su producción agrícola, sobre todo de maíz. Según la Delegación Estatal de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (2014), en 2010 Comala era líder estatal en la producción de ese grano y de ganado porcino. Sin embargo, en las últimas dos décadas, el porcentaje de la población ocupada en el sector primario (agricultura, ganadería) ha disminuido de manera considerable. Ante lo poco atractivo que resulta producir alimentos, los campesinos han optado por actividades que les permitan mayores y más rápidos beneficios, incluso muchos de ellos han preferido vender sus terrenos (Alcántara y Chávez, 2006) para usos diversos como construcción de vivienda o instalaciones turísticas. Con todo, se observa que en los últimos años se han introducido nuevos cultivos como el aguacate, la zarzamora o el arándano, identificados por los participantes en los TP como una forma de diversificar las actividades productivas de la zona rural del municipio (cuadro 2). No obstante, los participantes en los TP señalan que algunos cultivos pertenecen a personas o empresas que poseen capital para invertir en grandes extensiones, quienes compran o rentan los terrenos para ese fin, y los únicos beneficios que traen son empleos temporales de baja remuneración.

Cuadro 2. Principales productos y servicios del municipio de Comala, por sector económico

Sector primario	Sector secundario	Sector terciario
Café	Pan dulce en diversas presentaciones tradicionales	Restaurantes típicos (botaneros) y modernos
Maíz	Ponche de diversos sabores	Cocinas rurales y paradores gastronómicos
Caña	Café procesado	Hospedaje: hostales, cabañas, hoteles, campismo
Aguacate	Productos lácteos	Panaderías (venta de pan)
Zarzamora	Artesanías diversas	Tiendas de ponche
Arándano	Muebles	Temascales y masajes
Tamarindo	Gastronomía típica	Tiendas de artesanías
Parota	Ladrillos y tejas de barro	Recorridos guiados (tours)
Legumbres: jitomate, pepino, chile	Dulces tradicionales con ingredientes locales	Paseos a caballo, en lancha
Mamey	Miel (envasada)	Abarrotes
Ganado vacuno		Farmacias
Ganado porcino		Transporte
Ganado caprino y ovino		Gasolineras
Ganado avícola		
Apicultura		
Acuicultura (producción de peces)		

Fuente: Elaboración propia con información de los TP, realizados del 30 de octubre al 16 de noviembre de 2016 en el marco de los talleres de Introducción de Cadenas Productivas en Pueblos Mágicos.

Los cambios en los cultivos y en otras actividades económicas permiten deducir que la zona rural de Comala vive una transición hacia la multifuncionalidad, visible tanto en su territorio como en sus habitantes (Covarrubias-Ramírez y Rodríguez-Bautista, 2018). Ese fenómeno se hace patente con la información que se describe en el cuadro 3, en el cual se aprecia cómo el porcentaje de personas ocupadas en el sector primario ha descendido más de 20 % en un lapso de 25 años, mientras que en los sectores comercio y servicios alcanza más de 54 %, tal como sucede en el resto de México.

Cuadro 3. Personas ocupadas según sector de actividad económica (porcentaje)

Sector	1990	2000	2015
Primario	42.4	33.3	21.2
Secundario	23.7	22.6	25.0
Comercio	8.2	12.3	14.0
Servicios	18.0	20.5	39.1
No especificado	ND	ND	0.44

Fuente: Elaboración propia con datos de Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2000, 2016)

Las empresas turísticas del municipio de Comala *Efectos y causas de algunos problemas*

Algunas de las nuevas funciones en el sector comercio y servicios que más ha crecido en el municipio de Comala son las vinculadas, directa o indirectamente, con el turismo. Con base en datos de la Dirección de Turismo y Desarrollo Económico del municipio, se identificó que en 2002, año en que fue declarado Pueblo Mágico, existían 22 empresas catalogadas como turísticas y para finales del 2017, ya contaba con 155 (cuadro 4), de las cuales 61.2 % se ubica en la zona urbana y el resto en la zona rural.

Los establecimientos con mayor presencia son los oferentes de alimentos y bebidas. El número de emprendimientos de este tipo se ha incrementado en la zona rural, debido a que los visitantes buscan la gastronomía tradicional y prefieren el clima fresco de ese espacio, sin embargo, la mayoría de tales negocios se ha instalado a la orilla de la carretera estatal Comala-San Antonio,

Cuadro 4. Establecimientos turísticos en el municipio de Comala-2018

Tipo de establecimiento	Total por tipo	En zona urbana	En zona rural
Hospedaje	24	15	9
Alimentos y bebidas	51	26	25
Tiendas de artesanías	30	16	14
Café tostado, molido y cafeterías	24	14	10
Elaboración y venta de pan	8	7	1
Elaboración y venta de ponche	17	16	1
Total	155	95 (61.2 %)	60 (38.8 %)

Fuente: Elaboración propia con información de la Dirección de Turismo y Desarrollo Económico del municipio de Comala, proporcionados en mayo 2018.

en la franja considerada como acotamiento o en las inmediaciones de este, en instalaciones precarias construidas espontánea y desorganizadamente, utilizando materiales como postes de madera, palapas, plásticos o láminas de cartón. Además se aprecian deficiencias sanitarias debido a las precarias instalaciones existentes. En este grupo de establecimientos sobresalen los paradores gastronómicos del cruceo de Suchitlán, de La Nogalera y del cruceo de Cofradía de Suchitlán. Los establecimientos que elaboran tanto pan dulce como café y ponche también han aumentado, pues se han convertido en referente de los productos tradicionales del municipio.

Para ampliar el diagnóstico de las empresas vinculadas al turismo y con el apoyo de la técnica de árbol de problemas, se identificaron las manifestaciones visibles de situaciones potencialmente problemáticas de cada grupo participante, a partir de lo que se define como síntoma principal, en torno a la dinámica turística del municipio.

Para este propósito se organizaron tres grupos de trabajo (cuadro 5) integrados por empresarios de hospedaje y de alimentos y bebidas, así como por productores de ponche, pan y café. Los señalamientos de mayor trascendencia se centraron en el poco trabajo integral y limitado interés por hacer equipo entre los empresarios, además, de la falta de iniciativa y de coordinación.

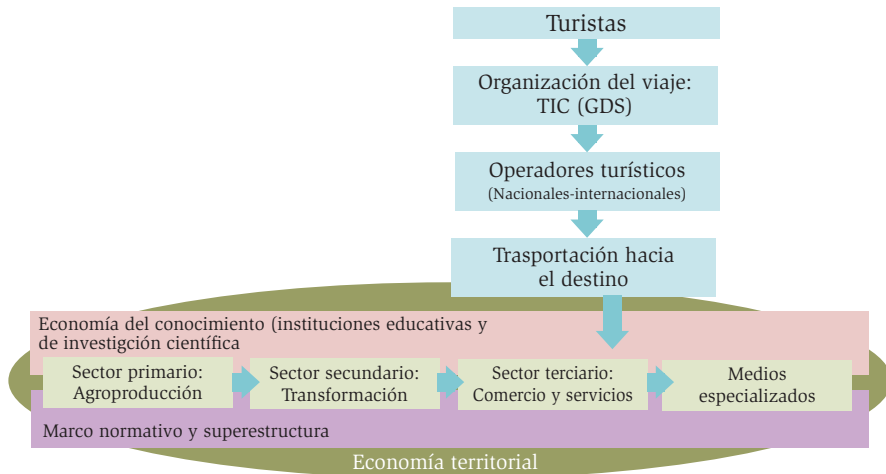
Cuadro 5. Diagnóstico de efectos y causas de problemas en las empresas turísticas

Grupo	Efectos	Causas
Hospedaje (n = 5)	Poco conocimiento de la tecnología para apoyo Limitada capacitación Poco nivel de alojamiento Poco interés de inversión en infraestructura Poca derrama económica Servicio de hospedaje informal	Poca publicidad Escaso trabajo integral del giro Insuficiente información impresa y digital
Alimentos y bebidas (n = 15)	Desinformación autoridad-empresa No llega el turismo a los negocios Desconocimiento de productores locales Promoción de la inseguridad El turismo regional no está enterado de la oferta de Comala, no hay publicidad Corrupción Falta de calidad, mala atención Eventos limitados	Falta de iniciativa Recursos limitados Falta de estacionamientos Compras en tiendas de autoservicio Falta de coordinación autoridades-empresarios Carencia de capacitación y apoyos oficiales
Productores de ponche, pan y café (n = 11)	No hay rumbo claro hacia dónde llevar a la empresa Presencia de productos con precio y calidad deficiente Se está engañando al consumidor Se detiene la venta No hay capacitación empresarial No hay regulación de calidad de productos	Falta de interés de trabajar en equipo Descoordinación Competencia desleal Envidias

Fuente: Elaboración propia con información de los TP, realizados del 30 de octubre al 16 de noviembre de 2016, en el marco de los talleres de Introducción de Cadenas Productivas en Pueblos Mágicos.

Propuesta de modelo de cadena de valor

La incorporación de los diversos elementos económico-productivos, socioculturales e institucionales del territorio, así como de otros componentes externos es útil para formar un sistema integrado de valor que se expresa mediante un modelo de cadena productiva (que en este caso se conforma por ocho eslabones organizados en dos ejes) (figura 4).



Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Modelo de cadena productiva para la gestión del turismo en el municipio de Comala

Este surge de considerar:

1. El eje teórico de la economía territorial que centra su propuesta en la inclusión de todos los actores económicos de un territorio, independientemente del sector productivo en el que se les encasille.
2. Las aportaciones de otros autores de modelos de cadena de valor o cadena productiva analizados.
3. Las contribuciones de los actores locales, quienes alertan sobre la falta de trabajo integral, el escaso interés por trabajar en equipo y la ausencia de coordinación que se da entre las partes.

La suma de estas consideraciones abona a la elección de una cadena de valor como instrumento que favorezca las organizaciones de los diversos grupos de productores en torno a la dinámica generada por el desarrollo del turismo.

El modelo está estructurado en dos ejes (figura 4). En el horizontal se encuentran las empresas y actividades desarrolladas por actores locales. Paralelamente, y considerando la realidad actual, se identifica la necesidad de comercializar el destino con sus productos y servicios a través del uso de la tecnología, por lo que se requiere la intervención de otros actores, regionales, nacionales e incluso globales, los cuales están representados en el eje vertical.

En síntesis, desde el eje vertical (en el que se agrupa un conjunto de componentes externos), el modelo inicia con el turista/visitante potencial que da origen a la cadena y una vez que consume los productos y servicios en el destino se convierte en cliente. El proceso se apoya en las herramientas tecnológicas que facilitan la organización del viaje a través de empresas que se encuentran en la red, mediante los diversos motores de búsqueda y los sistemas globales de distribución (GDS, por sus siglas en inglés). Las empresas de transporte, tanto locales como nacionales o internacionales, permiten conectar al turista con el destino, por lo que deben participar en la planeación y organización del destino.

En el eje horizontal, las empresas locales cierran el ciclo de esta cadena cuando concretan la venta de sus productos y servicios, originados en la interacción con los sectores que conforman la economía del territorio, permitiendo al turista satisfacer sus expectativas y necesidades durante su estancia.

Este grupo de eslabones debe tomar en cuenta el capital natural y humano del municipio con el propósito de que el turismo contribuya al desarrollo sustentable de la localidad, a partir del reconocimiento y la importancia del conocimiento que se genera y sistematiza, con relación a la experiencia adquirida en el destino.

Conceptualización de los eslabones de la cadena productiva para el turismo de Comala

En los cuadros 6 y 7 se conceptualizan los eslabones que integran el modelo descrito, con el propósito de que se comprendan y operen.



Cuadro 6. Conceptualización de los eslabones del eje vertical

Turistas (consumidores)	Es el eslabón que da origen a toda la cadena de valor. El principal objetivo de la cadena es que el turista satisfaga sus expectativas y necesidades para que realice un mayor gasto durante su estancia.
TIC (GDS) Organización del viaje	Las empresas turísticas de Comala necesitan hacer alianzas con los principales GDS, como Tripadvisor, Expedia, Booking, y otros similares, para posicionarse en el <i>e-commerce</i> , ya que un gran porcentaje de turistas organiza sus actividades en el destino a partir de lo que encuentra en internet.
Operadores turísticos (distribución)	Las empresas turísticas de Comala requieren hacer alianzas con operadores turísticos y agencias de viajes (locales-internacionales), para llegar a una mayor cantidad de clientes. Es necesario diseñar productos y paquetes que se puedan vender a través de estas empresas.
Transporte (distribución)	A fin de garantizar que el turista llegue a Comala, deben hacerse alianzas con las empresas de transporte local (Cooperativa de Comala, taxistas), regional y nacional.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 7. Conceptualización de los eslabones del eje horizontal

Sector primario (proveedores)	En este eslabón se ubican los agroproductores de la región, quienes pueden ser proveedores de materias primas de origen agrícola para el sector secundario o directamente a las empresas turísticas. En Comala existen productores de diferentes hortalizas, frutas y ganado.	
Sector secundario (proveedores)	Este eslabón incorpora a las personas o empresas que transforman o dan valor agregado a la materia prima que produce el sector primario: panaderos, productores de derivados lácteos, productores de café tostado y molido, artesanos, productores de alimentos y bebidas como tamales, ponche, etc. que son vendidos al consumidor final en un establecimiento turístico.	
Sector terciario	Hospedaje y alimentos y bebidas	Empresas de contacto directo con los turistas que ofrecen alojamiento y alimentos y bebidas. Adquieren insumos directamente de los eslabones de los sectores primario y secundario.
	Artesanías y productos locales	En este grupo se encuentran las personas que comercializan diferentes tipos de artesanías. Las adquieren directamente de los artesanos locales, ubicados en el segundo eslabón. También se incluyen las tiendas que venden ponche, pan, café, etcétera.

(continúa)

Cuadro 7. Conceptualización de los eslabones del eje horizontal
(finaliza)

Sector terciario	Actividades	Los artesanos y demás productores pueden asimismo comercializar directamente sus productos. Aquí se agrupan las personas/empresas que ofrecen actividades como recorridos guiados en vehículos motorizados, bicicleta, caballo, etc., de aventura como tirolesa, de naturaleza como el senderismo, entre otros. Pueden tener alianzas con las empresas de hospedaje, de alimentos y bebidas, y de artesanías para compartir clientes. Con el sector primario pueden tener alianzas para visitar y observar las actividades tradicionales que ahí se hacen.
	Medios especializados	Internet, prensa impresa, programas de televisión.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

La integración de cadenas productivas o de valor desde la óptica de la economía territorial se constituye como una herramienta idónea para organizar de manera innovadora a los diversos actores de la dinámica económica de un municipio turístico, en el que prevalecen los tres sectores básicos. Con ello, el modelo propuesto contribuye también a la diversificación productiva y evita que las comunidades dependan solo de una actividad.

En este orden de ideas, el marco teórico conceptual de las cadenas productivas se interpreta como una visión flexible que permite la integración de eslabones desde una alineación vertical, que se asocia a la llegada del turista al destino; y de otra horizontal, donde se identifica la capacidad productiva, de transformación y comercialización de los productos generados en el territorio, cuya visión holística emana desde la perspectiva propia de la economía territorial.

En este trabajo, el proceso metodológico para el diseño del modelo de cadena de valor ha facilitado constatar la vocación turística del municipio, a través de sus actores, junto con sus fortalezas y limitaciones organizativas. Se observan con claridad las dificultades que encaran los propietarios de negocios turísticos y los productores locales en términos de carencias de tecnología, organización, capacitación, inversión, publicidad, seguridad, infraestructura, atención y trabajo en equipo coordinado, todo lo cual los mantiene aislados.

Pero, al mismo tiempo, los elementos analizados hasta ahora y la metodología empleada muestran la existencia de condiciones para integrar cadenas de valor a partir del enfoque de la economía territorial. Esto se constituye como fundamento para generar sinergias que impulsen acciones colectivas en las que el sector turístico esté situado como el eje articulador, vinculado estratégicamente con el resto de los sectores, sumando a pequeños productores y favoreciendo el desarrollo rural integral.

La organización del destino mediante este modelo requiere una estrategia que transite por una etapa previa de sensibilización y capacitación de las partes involucradas con el fin de garantizar su comprensión, ejecución y funcionamiento. La siguiente etapa se enfoca en el fortalecimiento de las capacidades productivas y de comercialización para el empoderamiento de quienes producen en el espacio económico y de quienes generan los productos y servicios para los visitantes. Tales etapas deben ser acompañadas por quienes conocen y toman decisiones públicas en el municipio.

Finalmente, es menester mencionar que el análisis y la información incorporada en este trabajo han sido de la mayor utilidad para responder a las inquietudes y objetivos plasmados en la sección introductoria, pues facilitó identificar una actividad turística creciente pero con productores rurales desorganizados, quienes encuentran una alternativa de solución por medio de la puesta en marcha de una cadena de valor, enmarcada en una planeación consensuada con los diversos grupos y partiendo de los principios holísticos de las economías territorial y del conocimiento.

Fuentes consultadas

- Abarca-Alpizar, F. (2016). Metodología participativa para la intervención social: reflexiones desde la práctica. *Ensayos Pedagógicos*, XI(1). Recuperado de <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ensayospedagogicos/article/view/8470/9650>
- Alcántara, T. J. y Chávez, M. E. (2006). Cambios recientes en la propiedad social en la zona metropolitana de Colima. El caso de los ejidos Comala, Suchitlán, El Pedregal y Nogueras. *Palapa. Revista de Investigación Científica En Arquitectura*, 1(1), 25-36.

- Andergassen, R., Candela, G. y Figini, P. (2013). An economic model for tourism destinations: Product sophistication and price coordination. *Tourism Management*, 37, 86-98. Recuperado de <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.013>
- Astudillo-Moya, M. (2012). *Fundamentos de economía*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas/PROBOOKS.
- Baltodano, V. J., Brenes, M. A., Espinoza, V. y Vázquez, L. (2009). Microempresas y encadenamientos productivos con el sector turismo en los cantones de Carrillo, Santa Cruz, Nicoya y Nandayure, Provincia Guanacaste, Costa Rica. *Gestión Turística*, 12, 31-50. Recuperado de www.redalyc.org/articulo.oa?id=223314809002
- Buhalis, D. y Amaranggana, A. (2014). Smart tourism destinations. En Z. Xiang y I. Tussyadiah (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (pp. 553-564). Suiza: Springer International. Recuperado de <http://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2>
- Buhalis, D. y Costa, C. (2006). *Tourism Business Frontiers. Consumer, Products and Industry*. Burlington: Elsevier.
- Candela, G. y Figini, P. (2012). *The Economics of Tourism Destinations*. Berlín: Springer.
- Cárdenas-García, P. J. y Sánchez-Rivero, M. (2015). Tourism and economic development: Analysis of geographic features and infrastructure provision. *Current Issues in Tourism*, 18(7), 609-632. Recuperado de <http://doi.org/10.1080/13683500.2013.860954>
- Choi, H. C. y Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1274-1289. Recuperado de <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.018>
- Colletis-Wahl, K., Corpataux, J., Crevoisier, O., Kebir, L., Pecqueur, B. y Peyrache-Gadeau, V. (2008). The territorial economy: A general approach in order to understand any deal with globalization. En M. J. Aranguren Quejereta, C. Iturrioz Landart y J. R. Wilson (eds.), *Networks, Governance and Economic Development: Bridging Disciplinary Frontiers* (pp. 21-29). Cheltenham: Edward Elgar.



- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. (2015). *Agenda de innovación de Colima*. Recuperado de <http://www.agendasinnovacion.org/wp-content/uploads/2015/07/Agenda-Colima.pdf>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2010). *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social Comala, Colima*. Colima: Autor.
- Covarrubias-Ramírez, R. y Conde, E. M. (2012). El turismo como herramienta del desarrollo municipal. El caso Comala, Colima. En M. Osorio y Á. López (eds.), *Investigación turística. Hallazgos y aportaciones* (pp. 233-248). México: Secretaría de Turismo/Universidad Autónoma del Estado de México/Universidad Nacional Autónoma de México/Asociación Mexicana de Investigación Turística.
- Covarrubias-Ramírez, R. y Rodríguez-Bautista, J. J. (2018). Multifuncionalidad territorial y turismo. Implicaciones socioculturales, económicas y ambientales en destinos rurales emergentes. Un caso de estudio en Comala, Colima. *Revista de Investigaciones Turísticas*, 15, 79-107. Recuperado de <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2018.15.04>
- Garry, S. y Oddone, N. (2017). Strengthening tourism value chains in rural settings. En R. Padilla Pérez (ed.), *Rural Industrial Policy and Strengthening Value Chains Rural Industrial Policy* (pp. 195-219). Santiago: Economic Commission for Latin America and the Caribbean ONU.
- Grosbois, D. de. (2016). Corporate social responsibility reporting in the cruise tourism industry: A performance evaluation using a new institutional theory based model. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(2), 245-269. Recuperado de <http://doi.org/10.1080/09669582.2015.1076827>
- Hall, C. M. y Page, S. J. (2006). *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space* (3ª ed.). Londres: Routledge.
- Hidalgo, A. (2007). La autorregulación de una economía territorial. Una perspectiva postmoderna. *Cinta de Moebio*, 29, 179-193. Recuperado de www.moebio.uchile.cl/29/hidalgo.html%0ALa
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2000). *Perfil sociodemográfico Colima. XII Censo General de Población y Vivienda 2000*. Aguascalientes: Autor.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2015). *Panorama sociodemográfico de Colima 2015*. Aguascalientes: Autor. Recuperado de <http://doi.org/978-607-739-859-2>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2016). *Anuario estadístico y geográfico de Colima 2016*. Aguascalientes: Autor/Gobierno del Estado de Colima.
- Jaén-Ávila, J. M. (2005). Concepto de turismo, el producto turístico, de la empresa turística y del turismo. *Jornadas de Turismo*, 342, 1-41. Recuperado de <http://www.uhu.es/GEIDETUR/archivos/JORNADAS TURISMO UHU JUAN M JAEN.pdf>
- József, B. y Ibolya, K. (2011). Evolution and characteristics of territorial economic disparities in Romania. *Journal of Economic Literature*, 7(1), 5-15.
- Kaplinsky, R. y Morris, M. (2002). *A handbook for Value Chain Research*. Brighton: Institute of Development Studies. Recuperado de <http://doi.org/10.1057/9781137373755.0007>
- Klein, H., Martínez-Ampudia, A., Knoop, A. y Wartenberg, P. von. (2005). *México ante el reto de la economía del conocimiento. Resultados nacionales y por entidad federativa*. México: Fundación Este País/Fundación Friedrich Naumann.
- Laws, E. (1995). *Tourism Destination Management*. Londres: Routledge.
- Moreno, E. y Ochoa, F. (2011). Sustainable tourism value chain model and community participation in Suesca (Cundinmarca), Colombia. *Turismo y Sociedad*, XII, 197-214.
- Nair, V. y Hussain, K. (2013). Conclusions: Contemporary responsible rural tourism innovations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(4), 412-416. Recuperado de <http://doi.org/10.1108/WHATT-04-2013-0023>
- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: Moving beyond environmental protection. *Natural Resources Forum*, 27(3), 212-222. Recuperado de <http://doi.org/10.1111/1477-8947.00056>
- Noyola de la Llave, A., Cerón Monroy, H. y Magdalena Galván, M. (2017). Alternativas de gestión pública para el sector turístico. El caso de Nuevo León, México. *Teoría y Praxis*, 22, 35-62. Recuperado de <http://doi.org/10.22403/UQROOMX/TYP22/02>



- Pizam, A., Neumann, Y. y Reichel, A. (1978). Dimentions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism Research*, 5(3), 314-322. Recuperado de [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(78\)90115-9](http://doi.org/10.1016/0160-7383(78)90115-9)
- Porter, M. (1991). *Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Buenos Aires: REI Argentina/Compañía Editorial Continental.
- Pulido-Fernández, J. I. y López-Sánchez, Y. (2016). La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turística. El caso de España. *INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 26(59), 155-175. Recuperado de <http://doi.org/10.15446/innovar.v26n59.54369>.ENLACE
- Quintero, J. y Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos*, 8(3), 377-389. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99318788001%0ACómo>
- Ramírez-Ruiz, J. J. y Bretón-González, M. (2016). Fisiografía y geología. En Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad, *La biodiversidad en Colima. Estudio de estado* (pp. 25-31). México: Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad.
- Richardson, H. (1973). *Regional Growth Theory*. Londres: Palgrave MacMillan. Recuperado de <http://doi.org/DOI 10.1007/978-1-349-01748-5>
- Ritchie, J. B. y Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon: CABI.
- Rodríguez-Miranda, A. (2015). Dinámicas sectoriales y desarrollo territorial en economías locales interiores. El caso de Rivera en Uruguay. *Economía, Sociedad y Territorio*, XV(47), 217-250.
- Rojas, M., Ruiz, C., Larrea, N., Saavedra, T., Jochmann, C. y Vargas, K. (2009). *Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor*. Lima: Cooperación Alemana al Desarrollo/Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit.
- Sánchez, C. y Ríos, H. (2011). La economía del conocimiento como base del crecimiento económico en México. *Enl@ce. Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 8(2). Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edo&AN=64735959&site=eds-live&scope=site>

- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Gobierno del Estado de Colima y Fundación Produce Colima, A. (2014). *Agenda de innovación Tecnológica Agropecuaria y Pesquera del Estado de Colima (2014-2018)*. Colima, Col.: Autor.
- Sepúlveda, S. (2008). *Gestión del desarrollo sostenible en territorios rurales: métodos para la planificación*. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Sepúlveda, S., Rodríguez, A., Echeverri, R. y Portilla, M. (2003). *El enfoque territorial del desarrollo rural*. Recuperado de <http://orton.catie.ac.cr/repdoc/A3045e/A3045e.pdf>
- Serracanta, M. (2017). Los sectores de producción y sus características. *Retos en Supply Chain*. Recuperado de <http://retos-operaciones.logistica-eae.es/los-sectores-de-produccion-y-sus-caracteristicas/>
- Tan, S. H., Habibullah, M. S., Tan, S. K. y Choon, S. W. (2017). The impact of the dimensions of environmental performance on firm performance in travel and tourism industry. *Journal of Environmental Management*, 203, 603-611. Recuperado de <http://doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.02.029>
- Truong, T. L. H., Lenglet, F. y Mothe, C. (abril, 2016). Destination distinctiveness: Concept, measurement, and impact on tourist satisfaction. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 1-18. Recuperado de <http://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.04.004>
- Valencia, R. J. (2004). *Monografía Comala*. Colima: Gobierno del Estado de Colima.
- Varisco, C. (2015). La cadena productiva del turismo. En G. Benseny (ed.), *Turismo y desarrollo en destinos costeros de la Provincia de Buenos Aires. Una aplicación en Santa Clara del Mar, Argentina* (pp. 59-85). Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado de <http://nulan.mdpu.edu.ar/2402/>
- Ventura-Dias, V. (2011). *El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México* (Comercio y Crecimiento Inclusivo, Working Paper 138). Recuperado de <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2011/08676.pdf>
- World Tourism Organization, International Trade Centre y Enhanced Integrated

Framework. (2017). *Tourism for Sustainable Development in Least Developed Countries. Leveraging Resources for Sustainable Tourism with the Enhanced Integrated Framework*. Madrid y Ginebra: Autores. Recuperado de <http://doi.org/10.18111/9789284418848>

Zaei, M. E. y Zaei, M. E. (2013). The impacts of tourism industry on host community. *European Journal of Tourism Hospitality and Research*, 1(2), 12-21. Recuperado de <http://www.eajournals.org/wp-content/uploads/THE-IMPACTS-OF-TOURISM-INDUSTRY-ON-HOST-COMMUNITY.pdf>

Zhao, L., Cao, G. y Liu, M. (2009). *The reconfiguration of tourism value chain based on E-commerce*. Ponencia presentada en 2009 International Conference on Management of E-Commerce and e-Government, Nanchang, China. Recuperado de <http://doi.org/10.1109/ICMeCG.2009.28>