

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología
Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**Programa de Desarrollo de Competencias para la Gestión en Micro Pequeñas y Medianas
Empresas I**



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

3F08B Desarrollo de Clústeres de Turismo Regional **PAP Raicilla clúster de turismo** **PRESENTA(N)**

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Hospitalidad y Turismo, Arturo Cendejas Lozano
Lic. en Hospitalidad y Turismo, Jorge Luis Guerrero Pólit
Lic. en Administración de empresas, Jorge Sigifredo Fernández Pedroza
Lic. en Hospitalidad y Turismo, Aida Lizbeth Tobías Rodríguez
Lic. en Hospitalidad y Turismo, Oscar Castañeda Valdez
Lic. en Hospitalidad y Turismo, Diana Guadalupe Ortiz Aceves
Lic. en Administración de Empresas, Emmanuel Alejandro Ibarra Reynoso
Lic. en Hospitalidad y Turismo María José Romeo Salcido
Lic. en Hospitalidad y Turismo Abil Elisa Corona Ramírez
Lic. en Administración de Empresas, Emiliano Muñoz Fonseca
Lic. en Administración de Empresas, José Luis Valle Bravo

Profesor PAP:

Dra. María Migdalia Zazueta Hernández
Mtro. Mauricio Margules Sevilla

Tlaquepaque, Jalisco, Diciembre 2022

ÍNDICE

Contenido

<u>REPORTE PAP</u>	<u>3</u>
<u>Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional</u>	<u>3</u>
<u>Resumen</u>	<u>4</u>
<u>1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional</u>	<u>4</u>
<u>1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto</u>	<u>8</u>
<u>1.2 Caracterización de la organización</u>	<u>12</u>
<u>1.3 Identificación de la(s) problemática(s)</u>	<u>18</u>
<u>1.4. Planeación de alternativa(s)</u>	<u>19</u>
<u>1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora</u>	<u>21</u>
<u>1.6. Valoración de productos, resultados e impactos</u>	<u>23</u>
<u>1.7. Anexos generales</u>	<u>30</u>
<u>2. Productos</u>	<u>61</u>
<u>3. Reflexión crítica y ética de la experiencia</u>	<u>62</u>
<u>3.1 Sensibilización ante las realidades</u>	<u>63</u>
<u>3.2 Aprendizajes logrados</u>	<u>67</u>
<u>Bibliografía y otros recursos</u>	<u>73</u>

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que se planea de manera participativa con los actores sociales involucrados, orientados a dar soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

Al atender los PAP situaciones complejas y con pertinencia social, se acredita el servicio social y la opción terminal de titulación. Este reporte se conforma de tres componentes vinculados pero diferenciados a la vez, para aprovecharse de manera conjunta e independiente.

El primer componente se refiere al ciclo participativo del PAP, en donde se documentan las diferentes fases del proyecto y las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de este y la valoración de las incidencias en el entorno.

El segundo componente presenta los productos elaborados de acuerdo con su tipología.

El tercer componente es la reflexión crítica y ética de la experiencia, el reconocimiento de las competencias y los aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

Es importante mencionar que este proyecto corresponde al seguimiento de los ciclos anteriores, Primavera y Verano 2022. Enunciando el plan de continuidad que se tuvo, se avanzó con la creación de un taller de capacitación para la profesionalización de las experiencias, llevando a la existencia la estructura y contenido que se presentará con el objetivo de que durante la siguiente etapa (Primavera 2023) se pueda llevar a cabo.

Durante el actual semestre, se realizaron diversos productos, levantamientos de información y entregas que derivaron en la creación del “Taller de Profesionalización de Experiencias Turísticas para la Ruta de la Raicilla.” Los objetivos de este producto son crear interés entre los raicilleros y taberneros a través de la información y el conocimiento del potencial turístico que tiene la raicilla no solo como un objeto de evento, sino como un producto turístico.

Además, se crearon productos para redes sociales que sirvieran como guía para aquellas tabernas que busquen impulsar sus marcas y productos a través de campañas de comunicación en estos medios, el objetivo de estos productos fue unificar la manera en que las marcas de raicilla se comunican con sus potenciales clientes y el público interesado.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

El PAP es una experiencia de aprendizaje y de contribución social integrada por estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de las organizaciones, que de manera colaborativa transfieren sus conocimientos para dar respuestas a problemáticas de un contexto específico y en un tiempo delimitado. Por tanto, la experiencia PAP supone un proceso en lógica de proyecto, así como de un estilo de trabajo participativo y recíproco entre los involucrados, el cual se divide en 6 procesos, que se repiten habitualmente.



Figura 1. Ciclo participativo del proyecto.

- 1. Entendimiento del ámbito y del contexto:** Para llevar a cabo este paso elaboramos una investigación acerca del producto estrella, que es la raicilla, los casos de éxito que existen con productos que se derivan del agave. Posteriormente, hicimos un análisis de los municipios donde se lleva a cabo el proyecto, tomando en cuenta las características físicas, sus tradiciones y cultura de cada lugar.

Se trabajó en conjunto con raicilleros, personas que brindan servicios turísticos, autoridades de los municipios correspondientes y con el Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla, para tener un acercamiento más profundo y poder comprender cuáles son las verdaderas necesidades del proyecto y áreas de oportunidad.

- 2. Caracterización de las organizaciones:** Se hicieron múltiples visitas de campo con los raicilleros, donde se hicieron 3 acercamientos durante el proyecto a los siguientes municipios: Talpa de Allende, Mascota y San Sebastián del Oeste. En cada una de estas visitas se realizaron videos de evidencias sobre las tabernas que se visitaron, al igual que se tomaron fotos de los municipios en los que estuvimos y sobre algunos de sus atractivos turísticos; al igual que cada integrante del proyecto

contribuyó a una investigación de contextualización sobre los municipios, los públicos que lo visitan, atractivos turísticos y puntos de mejora en los que se podrían trabajar en el proyecto actual.

Por último, en las visitas a las tabernas se entrevistó y platicó con los propietarios de las tabernas sobre los procesos de producción de sus raicillas y factores importantes que han implementado para ir la desarrollando como un producto turístico.

- 3. Identificación de las problemáticas:** Se realizó primeramente una revisión de proyectos anteriores, al igual que una investigación de las necesidades de los diferentes actores involucrados en los municipios dentro del proyecto. Con esto identificamos una problemática en común entre dichos actores, sobre todo con los taberneros. Con esta información hicimos una propuesta de mejora con diversas herramientas útiles para el diseño de estrategias que permitan realizar cambios significativos al desarrollo turístico de la región.

En segundo momento, se describieron las actividades a realizar en la propuesta, los componentes que están presentes y el propósito de la misma, de acuerdo al plan de trabajo previamente establecido.

- 4. Valoración de productos, resultados e impactos:** En este proyecto se trabajaron distintos productos, los cuales fueron videos para generar contenido en redes sociales, además de quedar documentadas las visitas para justificación del proyecto.

Se llevaron a cabo entrevistas con los actores del proyecto para tener una mejor visión de las zonas y poder trabajar con información actualizada.

Se realizó una charla informativa en formato virtual, en la cual se enfatiza la importancia de las experiencias en el turismo, las ventajas que puede traer un

desarrollo turístico en la región, además de presentar algunos casos de éxito que motivaron a los raicilleros a desarrollar actividades turísticas en la región.

La participación en la reunión mensual del consejo promotor de la raicilla consistió en la asistencia de todos los raicilleros con el fin de tratar temas importantes. Tuvimos la oportunidad de formar parte de una de ellas y escuchar las actividades que realizan, además de presentarnos de manera oficial con todos los miembros del mismo.

Finalmente, se presenció el Día de la Raicilla, el cual se festejó el día 26 de noviembre en el municipio de Mascota. Aquí se observó la participación de los raicilleros, la secretaria de turismo y personas importantes relacionadas con el tema de la raicilla. Los raicilleros tuvieron la oportunidad de dar a conocer sus productos y ofrecer degustaciones. Además, se realizó la inauguración de una tienda oficial de la raicilla.

- 5. Desarrollo de la propuesta de mejora:** Una vez identificadas las problemáticas dentro del proyecto y objetivos a cumplir con en el mismo, se desarrollaron diferentes propuestas y alternativas que tengan un impacto positivo en el proyecto. Se describieron las necesidades y problemáticas identificadas, enfocadas en los actores principales dentro de la ruta de la raicilla y posteriormente se describieron las acciones a tomar con base en dichas necesidades, que se enfocan en cuestiones de estandarización y certificación por parte de los servicios y actores principales en el proyecto. Esto conforme a lo analizado durante el proyecto y con los objetivos y propuestas que el grupo se sentía cómodo para poder aplicar dentro del mismo.
- 6. Planeación de alternativas:** Dentro de este punto se plantearon 3 principales alternativas de manera colaborativa para determinar el plan de acción a seguir en PAP primavera 2023 y resolver problemáticas identificadas sobre mejoras que pueden aplicar los servicios (como tabernas, hoteleros, restauranteros y negocios locales) para brindar un mejor servicio a los visitantes.

Esto tomando como base cuatro principales preguntas en torno al proyecto, que se enfocaron en las necesidades del lugar, lo que se necesita para lograrlo, quiénes son las personas involucradas y cómo se pueden lograr dichas necesidades.

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

A continuación se presenta información que contextualizará al lector y le dará las bases teóricas necesarias para ir construyendo una visión general de la realidad y actualidad del proyecto, las localidades con las que se trabaja, así como de los objetivos planteados y las metas que se esperan cumplir. El marco teórico siguiente tiene como pilares los siguientes elementos, los *Clústeres Turísticos*, *Tipos de Turismo* y los *Productos Turísticos*.

Empezando por la definición de un *Producto Turístico*, el cual según la UNWTO (2022) es una combinación de elementos tangibles e intangibles, como lo son los recursos naturales, culturales y antropológicos de una zona y los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés.

Los productos turísticos representan la base de los planes de comercialización de los destinos y es gracias a estos que un Plan de Desarrollo Turístico puede tener éxito. La clave para que un producto sea bien aceptado por los consumidores, es la posibilidad de conectar con elementos emocionales personales para los posibles clientes. En otras palabras, un Producto Turístico es la conjunción de recursos (materiales e inmateriales) que logran conectar con la experiencia del cliente y que cohabitan alrededor de un elemento “central” que atrae al turismo a la región.

Un clúster turístico, definido a partir de la experiencia de Raúl Jaramillo Panesso, fundador de la facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Externado de Colombia, es un espacio geográfico con atractivos necesarios para perfilar un producto turístico, dotado, además, con componentes tecnológicos y empresariales que permiten la formación de una cadena de producción (R. Jaramillo, 2003). Estos espacios geográficos están diseñados para lograr un Desarrollo Territorial integral. Por lo general, un mismo clúster turístico abarca varias regiones y comunidades independientes, encontrando puntos en común que los unen para construir un producto turístico.

Existen muchos tipos de turismo que cohabitan en la industria y en el mundo, cada una de estas variantes, atrae a un tipo de consumidor/cliente diferente, con necesidades y expectativas distintas. Cada una de estas personas tiene un estilo de vida diferente y, por lo tanto, un impacto que cambia entre uno y otro. Aquí radica la importancia de conocer cada uno de los tipos de turismo, para saber cuál es el más conveniente acercarse según los objetivos de cada localidad y a partir de esta certeza, enfocar las actividades en atraer a estas personas. A continuación, se presentan algunos de los más importantes para la región.

Turismo Religioso

El turismo religioso permite la visita de distintos monumentos, lugares y eventos que giran alrededor de una religión en específico. También estos elementos, lugares, monumentos, etcétera, son parte representativa del arte, la cultura y patrimonios mundiales. Existen dos tipos de turismo religioso: peregrinaciones, las cuales son rutas organizadas dentro de un culto, buscan que el asistente rinda culto o aprenda sobre el mismo, y por último está el turismo religioso y cultural, el cual presenta distintos elementos que son parte de la historia o cultura del lugar (CEUPE, 2020).

Turismo Deportivo

El turismo deportivo consiste en el desplazamiento para presenciar algún evento o con el objetivo de practicar una disciplina deportiva (EAE Business School 2020).

El turismo deportivo es uno de los sectores que crecen más rápido en el turismo, donde los turistas están interesados en actividades deportivas durante sus viajes, sea o no el deporte el principal motivo del mismo. Estos eventos deportivos de diversos tipos atraen a los turistas como participantes o espectadores y los destinos intentan añadir su sabor local para distinguirse y proporcionar experiencias locales auténticas (OMT, 2021).

De igual manera, los megaeventos deportivos, como los Juegos Olímpicos o Copas del Mundo, pueden actuar como catalizadores del desarrollo turístico si se aprovechan adecuadamente en términos de creación de marca del destino, desarrollo de infraestructuras y otras ventajas tanto económicas como sociales (OMT, 2021).

Al final, los deportes como actividad profesional, afición o entretenimiento implican una cantidad considerable de viajes para jugar y competir en diferentes destinos y países.

Turismo de Aventura

Se considera como turismo de aventura a todas aquellas actividades realizadas en destinos con características geográficas y paisajes específicos. Por lo general se asocian con la actividad física, presentando un alto nivel de dinamismo e integración con el entorno natural de la zona donde se realizan, logrando promover, incluso, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con los recursos locales.

Las actividades tienen, por definición, características recreativas, asociadas con ciertos desafíos impuestos por la zona y el patrimonio natural local, lo cual es una importante diferencia si se compara con el turismo deportivo, además para ser catalogado como “de aventura” es necesario que exista cierta percepción de riesgo de parte del turista que realice las actividades y que requiera de cierto conjunto de destrezas (físicas) para sortear estos riesgos (SECTUR).

Algunas de las características del Turismo de Aventura que lo hacen único, lo definen y diferencian de otro tipo de turismo son las siguientes: Existencia o percepción de riesgos, interacción con ambiente y recursos naturales locales, relación prestador de servicios-cliente, búsqueda de experiencias y sensaciones, competencia física y nivel de destreza mínimo requerido.

Turismo Gastronómico

La OMT define el turismo gastronómico como un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el turista experimenta durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina.

Se considera turismo gastronómico o también conocido como turismo culinario, donde el interés es conocer la gastronomía y la cultura culinaria del país que se visita. La finalidad es conocer y disfrutar los platillos típicos de la región y lograr identificar los ingredientes, las preparaciones y acercarse a la cultura local a través de sus platillos. Con este turismo hay una forma de preservar la cultura local y en México un gran porcentaje de turismo gastronómico se centra en estados con mayor acceso a los mariscos.

“Visitantes y turistas que planifican sus viajes con el fin de probar la cocina del lugar al que van a realizar actividades relacionadas con la gastronomía” (OMT, 2021).

La gastronomía en el país fue reconocida como Patrimonio Intangible de la Humanidad en el 2010 por la UNESCO. Existen 18 rutas gastronómicas, las cuales abarcan 155 destinos en 32 entidades, contemplando alrededor de 1,500 platillos y bebidas típicas de México.

Turismo Rural

Según la OMT el turismo rural se desarrolla en un entorno no urbano , donde haya baja densidad de población, paisajes donde predominan actividades primarias como la agricultura , silvicultura y demás; se presentan formas de vida tradicionales, actividades de naturaleza, pesca con caña y la visita a lugares de interés.

Ecoturismo

Este es un enfoque en el turismo en actividades de observación al medio ambiente natural, es un tipo de turismo ecologista y es diferente al turismo tradicional. El ecoturismo consiste en viajar a áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales, busca que se salvaguarden los recursos naturales en el presente para que futuras generaciones puedan aprovecharlos, mientras se fomenta un crecimiento social, cultural y económico de la población local. (staff,2022)

Turismo de experiencias

Es una alternativa al turismo convencional de masas que apuesta a la creación de valor a través de la personalización del viaje, en este caso el “viajero” es quién con relación a sus

emociones dictamina la profundidad de la vivencia turística (SERNATUR, 2018). Por lo general, una experiencia de esta índole involucra a varios actores que ofrecen distintos productos o servicios cada uno, generando al final un único producto turístico, el cual se le ofrece al consumidor y se termina de personalizar y construir hasta que la experiencia concluye.

Las experiencias más completas son aquellas que resultan disruptivas para todos los sentidos mediante la interacción con el contexto y el ambiente. Esto último se logra incorporando varias dimensiones humanas, culturales, físicas, sociales, etcétera. Si a esto se le suma una narrativa central, se consigue una potencial experiencia turística.

1.2 Caracterización de la organización

En este proyecto se trabaja con distintos actores que buscan en conjunto y en lo individual, el desarrollo turístico de las regiones con denominación de origen de la raicilla, los involucrados se describen a continuación en este apartado del documento.

Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla, A. C. (CMPR)

La función del Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla, A.C., es el responsable de hacer valer la marca colectiva mixta “Raicilla Jalisco”, efectuando visitas de vigilancia periódicas a las diferentes tabernas, verificando que se esté usando la variedad de agave reconocida para la elaboración de la raicilla, tomando muestras de su raicilla y constatando que se sigan los procesos establecidos (ITESO, 2021).

El CMPR trabaja para el desarrollo, crecimiento, fortalecimiento y cuidado del Sistema Producto Agave Raicilla, los consumidores y sus asociados, siempre pronunciándose a favor del crecimiento sustentable de las comunidades productoras, desarrollando relaciones sostenibles a largo plazo.

Algunas funciones del CMPR son:

- **Gestión de Proyectos Estratégicos:** Desarrollo y administración de proyectos ante instancias gubernamentales y privadas.

- **Certificación de marcas:** Certificación y análisis de calidad de marcas.
- **Marketing & Branding:** Desarrollo y posicionamiento de marcas.

El equipo y colaboradores del CMPR está integrado por las siguientes personas:

- Ing. Álvaro Fernández Labastida (Presidente del CMPR).
- Francisco Córdova Sandoval (Secretario del CMPR).
- Ing. Luis Rey Salas Berumen (Tesorero del CMPR).
- LED. Hector Manuel Tovar Carrillo (Administrador CMPR).
- L. A. Yadira Peña León (Asistente de Dirección CMPR).
- Mtro. Jaír Herrera (Asesor del CMPR).

Mascota

Es un municipio de la Región Sierra Occidental del estado de Jalisco, México. Forma parte de los 17 municipios que conforman la Ruta de la Raicilla. El nombre Mascota proviene del Teco Amaxacotlán Mazacotla que significa “Lugar de Venados y Culebras”. En 2020, la población en Mascota fue de 14,451 habitantes (48.7% hombres y 51.3% mujeres) (Gobierno de México, 2020).

A principios de 1525 el capitán español Francisco Cortés de Buenaventura llegó a este lugar por órdenes de Hernán Cortés de salir de Colima para conquistar provincias ubicadas en el norte y oeste. Casi todo el territorio perteneció al colegio de los agustinos. La población se fundó como a 20 kilómetros al noroeste de su actual poblado. Fue hasta mediados del siglo XVIII que sucedió un desplazamiento de población hasta donde actualmente se encuentra el pueblo. En marzo de 1824, se creó el departamento de Mascota y se le dio el título de villa (Gobierno de México, 2019).

El municipio de Mascota tiene una extensión territorial de 1,591.63 km² y se integra por zonas boscosas donde las especies más predominantes son el pino, el roble, encino y tepehuaje. Su principal rama de la industria es la manufacturera, en la cual destaca la extracción de minerales como el oro, plata, plomo, zinc, piedra caliza, mercurio, yeso, fluorita y talco.

Se incorporó al programa de Pueblos Mágicos en el año 2015 y forma parte del Corredor Mágico que va desde Cabo Corrientes a Puerto Vallarta, San Sebastián del Oeste, Mascota, Talpa de Allende, Atenguillo, Mixtlán y Guachinango (Gobierno del Estado de Jalisco, 2022).

Mixtlán

Mixtlán es un municipio ubicado en la Región Sierra Occidental del Estado de Jalisco. La población en 2015 según la Encuesta Intercensal es de 3 mil 526 personas; 50.1% hombres y 49.9% mujeres, los habitantes del municipio representando el 1.1 por ciento del total regional. Comparando este monto poblacional con el del año 2010, se obtiene que la población municipal disminuyó un 1.3% en cinco años. (Gobierno de Mixtlán, 2021)

Sus principales sectores, productos y servicios son la agricultura, la ganadería, la explotación forestal, el comercio con giros dedicados a la venta de productos de primera necesidad y servicios técnicos, comunales, personales y de mantenimiento (H. Ayuntamiento de Mixtlán, 2021).

Dentro de sus principales atractivos, Mixtlán cuenta con el mayor número de tabernas de raicilla en San Gregorio, *La Fortunata*, *Tío Luis*, *La Reina*, *San Gregorio*, entre otras. Anualmente, es sede de la feria del hongo, creando inyección de capital y promoción. Su sector económico se conforma principalmente por la agricultura (maíz, garbanzo, sorgo y frijol), ganadería, explotación forestal y comercios mixtos de primera necesidad. Gran parte de su economía es de las remesas, envío de dinero de aquellas personas que viven en el extranjero (Secretaría General de Gobierno, 2010).

Mixtlán es un municipio que se caracteriza por tener una alta intensidad migratoria, los datos recopilados por el Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2010) con datos del censo de población del INEGI señalan que en Mixtlán el 26.77% de las viviendas del municipio recibieron remesas en 2010.

“Conforme a la información del directorio estadístico nacional de unidades económicas

(DENUE) de INEGI, el municipio de Mixtlán cuenta con 146 unidades económicas a Noviembre de 2017 y su distribución por sectores revela un predominio de unidades económicas dedicadas a los servicios, siendo estas el 56.8% del total de las empresas en el municipio.” (Instituto de Información Estadística y Geográfica, 2018).

Talpa de Allende

Ubicado a 1,380 m de altitud como media; una temperatura media de 21° C, de inviernos y primaveras secos y semicálidos y lluvias en el verano, aunque más caluroso. Se halla al oeste del estado; limita al norte con Mascota y Puerto Vallarta; al este con Atenguillo y Mascota; al sur con Tomatlán; y al oeste con Cabo Corrientes. A 2:40 h de Puerto Vallarta; 3.20 h de Guadalajara; y 3:35h de Sayulita. (SECTUR, 2019)

Es considerado un pueblo que se identifica por su turismo religioso, el motivo, La Virgen de Talpa, es la causa por la que feligreses recorren 117 kilómetros desde Ameca, en una ruta que tiene más de 200 años de tradición. Las visitas están por arriba de los 5 millones de peregrinos por año, aseguran los locales.

“El gobierno de Talpa se ha preocupado en las últimas décadas por construir amenidades y bellezas para los turistas que llegan día con día al poblado, como el Arco de Bienvenida y la Calzada de las Reinas, por donde pasan los peregrinos en su camino hacia el santuario.

Más allá de la cabecera municipal, existen varios sitios históricos y naturales que valen mucho la pena visitar, como la Zona de Petroglifos de Sacamecate, donde es posible explorar a través de una serie de monolitos grabados con canales, surcos y figuras antropomorfas, vestigios de las primeras civilizaciones que habitaron en la zona.

El Bosque de Maple es el más grande en su tipo en América Latina, pues tiene una extensión de 56,000 hectáreas pobladas por pinos, helechos, robles y por supuesto, maples, tal como las que son el orgullo de los canadienses. Este bosque representa todo un laboratorio natural para los investigadores de la Universidad de Guadalajara, pues su biodiversidad es enorme y alberga numerosas especies endémicas, como las plantas

epifitas, que no necesitan estar plantadas en el suelo para sobrevivir, sino que crecen sobre otros organismos vegetales.” (Pueblos Mágicos, 2019).

Las mejores fechas para visitarlo son:

- 07 de octubre, día de la Virgen.
- A mediados de noviembre, es cuando tiene lugar la Feria de la Guayaba, el Chilte y el Café.

Estas fiestas reúnen desde artesanías, comida, música, hasta eventos culturales y deportivos, como el teatro del pueblo, ballets folclóricos, conciertos, maratones y la coronación de la Reina de la Guayaba, además de exposiciones y una amplia muestra gastronómica cuyo protagonista es el chilte. Talpa, proveniente del náhuatl significa “sobre la tierra”. Fue capital del territorio Tlallipan, en 1599 los conquistadores lo nombran Santiago de Talpa y en 1885 recibe la categoría de “villa” y el “Allende” del General Ignacio Allende.

Con una superficie de 2,685 km², este municipio se encuentra al oeste del estado, limitando con Mascota, Puerto Vallarta, Atenguillo, Tomatlán y Cabo Corrientes.

Su principal vegetación es en su mayoría bosque de caoba, capomo, fresno, nogal, oyamel, parota, pino, rosa morada y roble; y sus cultivos son alfalfa, avena, café, frijol, garbanzo, maíz y sorgo.

Su fauna está compuesta por ganado vacuno, obteniendo así productos como leche, carne y derivados. Caballos, ganado porcino, cabras, borregos, patos, gallinas y guajolotes. En los arroyos, la trucha, carpa, boquinete, camarón y mojarra. Reptiles e insectos como la víbora cascabel, la coralilla, alacranes y escorpiones.

Su principal gastronomía se conforma de la birria y la guayaba en múltiples presentaciones. Forma parte del programa de Pueblos Mágicos desde el 2015.

San Sebastián del Oeste

El municipio de San Sebastián del Oeste pertenece a la Región Costa Sierra Occidental, su población en 2015 según la Encuesta Intercensal es de 5 mil 643 personas. San Sebastián del Oeste fue incorporado al programa pueblos mágicos en 2011 y goza de una arquitectura serrana uniforme con tonos blancos y rojos. San Sebastián cuenta con buena infraestructura existente y un alto potencial turístico. Su clima es muy favorable, ya que la temperatura promedio es de 19°, lo que lo hace perfecto para visitar todo el año y tiene suficientes atractivos para poder disfrutar de un par de noches en plan relajado o también lleno de actividades (SECTUR 2019).

Cuenta con diferentes atractivos turísticos como el Mirador del cerro de la Bufa, ubicado en las montañas, con vista hacia el mar y la sierra; Hacienda Jalisco, la cual se construyó hace más de dos siglos, con el objetivo de resguardar los minerales preciosos que se extraían de las minas; Panteón Antiguo, se encuentra construido sobre un volcán muerto, y la gente puede acceder a él, para apreciar su arquitectura e historia; Casa museo de Doña Conchita Encarnación, alberga un amplio acervo de documentos y tesoros de las minas cercanas; y por último está la Barandilla, un bar donde se ofrece la gastronomía típica del pueblo (Visit México, 2022).

Pueblos Mágicos de México

“Un Pueblo Mágico es un sitio con símbolos y leyendas, poblados con historia que en muchos casos han sido escenario de hechos trascendentes para nuestro país, son lugares que muestran la identidad nacional en cada uno de sus rincones, con una magia que emana de sus atractivos.” (SECTUR 2020).

El programa de Pueblos Mágicos tiene como objetivo integrar el sector público con el privado, además de incluir la participación de la población local. Uno de los valores principales del programa es la integración de cada uno de los actores interesados en la situación del pueblo en cuestión. Tiene como objetivo:

- Fomentar la participación de las autoridades Federales, Estatales y Municipales, en la iniciativa privada y de grupos sociales.

- Promover la imagen turística de cada población participante y desarrollar de igual manera nuevos productos turísticos.
- Promover acciones para la conservación y el mejoramiento de la imagen urbana.
- Aprovechar el patrimonio histórico, natural y cultural de los pueblos, resaltando sus valores y riquezas para una mayor difusión tanto nacional como internacionalmente.

El Comité de Pueblos Mágicos tiene como función, fomentar la inversión y el gasto dentro de la comunidad del Pueblo Mágico, para de esta manera lograr un desarrollo integral de las localidades que, teniendo diferentes niveles de crecimiento económico, social y ambiental, puedan ofrecer la infraestructura turística necesaria para recibir visitantes y posicionarlo como un referente de zona.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

La problemática general que se identificó en este proyecto, fue la incapacidad o falta de herramientas de los raicilleros, para generar valor al mercado del turismo que se aspira, debido a que los productores carecen de recursos didácticos para poner en marcha el proyecto y monetizar actividades y productos con los que ellos cuentan. Dentro de esta problemática general, se encuentran distintas problemáticas específicas.

Durante el planteamiento y aterrizaje de la problemática, se identificaron varios elementos o situaciones diversas que pudieran parecer aisladas, sin embargo, con un poco más de análisis, fue evidente que tienen todas un patrón que las une y se recomienda atenderlas una por una y abordarlas en lo individual para posteriormente solucionar la colectividad. Todas estas situaciones giran alrededor de un tema central, la poca capacidad instalada para la diversificación y profesionalización del sector turístico de los municipios incluidos en la zona de protección de la Denominación de Origen.

Posterior a la identificación de la problemática, se llegó a la conclusión de que lo primero que se debe de abordar es identificar las necesidades que tiene la comunidad de raicilleros y

posterior compartir una capacitación para lograr la profesionalización de la experiencia turística que existe o podría existir alrededor de la raicilla y su producción.

Otra problemática que se encontró, es que las tabernas carecen de capacitación adecuada en el personal y las instalaciones que se tienen en algunas de ellas no son las adecuadas para brindar atención a los clientes, por lo que es importante tomar en cuenta la adaptación para el desarrollo de estos servicios turísticos.

Se observó que solo pocos taberneros utilizan sus recursos como atracción turística, normalmente sólo utilizan las tabernas para degustar y hacer el proceso de la raicilla. Por el momento no ven viable la prestación del servicio, debido a que su segmento de mercado no está especificado o si lo está, no tiene los medios necesarios para llegar a ellos como para tener personal capacitado para la actividad turística.

La falta de personal en algunas localidades se explica por la alta tasa de migración de los jóvenes en búsqueda de mejores oportunidades laborales y de estudio. Se busca que el desarrollo de estas comunidades permita a las personas la oportunidad de decidir permanecer en su lugar de origen.

1.4. Planeación de alternativa(s)

A raíz de la identificación de la problemática que afecta a la ruta establecida de la raicilla, se generaron propuestas de mejora mediante trabajo colaborativo, decidimos plantear distintas alternativas que impacten positivamente al proyecto.

Comenzando con la generación de una capacitación con formato de conferencia, en el contenido se plantea seguir la siguiente estructura:

- Bienvenida
- Propósito
- Contextualización

- Turismo de experiencia
- Producto turístico
- Potencial de la raicilla como producto turístico
- Casos de éxito
- Experiencia
- Ventajas
- Cierre

La idea gira alrededor de la capacitación de los prestadores de servicios en primera instancia únicamente a raicilleros o taberneros. Se espera que en un futuro se puedan incluir las personas enfocadas en hospedaje y restaurantes o servicios de alimentos y bebidas.

Explicando un poco más cada punto de la estructura planteada anteriormente buscamos tener una bienvenida clara, dando a conocer a los involucrados. A continuación el propósito de lo que se busca lograr o llevar a cabo con este proyecto. Como contextualización, se darán a conocer las definiciones de turismo de experiencia y producto turístico, los cuales son conceptos necesarios para el entendimiento de la presentación.

El potencial de la raicilla, para demostrar a los raicilleros hasta dónde puede llegar la raicilla al convertirla en producto turístico. De igual manera, casos de éxito para complementar lo antes mencionado, donde se lograron dar a conocer los productos y los beneficios que esto ha traído.

La parte de la experiencia, servirá como guía para los raicilleros, donde podrán basarse para generar una experiencia al momento de recibir clientes o turistas. Aquí se hablará de la importancia de crear experiencias, lo que se debe de llevar a cabo antes de la visita de los clientes, durante y después, destacando con estos puntos importantes a tomar en cuenta para tener éxito.

Finalmente, las ventajas de la creación de un producto turístico tanto personal como laboral, y un breve cierre para resumir lo explicado. De igual manera, se llevará a cabo una

pequeña encuesta, donde les tomaremos sus datos con el fin de comunicarnos en un futuro para el seguimiento de este curso.

1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

Se plantearon tres principales alternativas de manera colaborativa para determinar el plan de acción a seguir en el PAP primavera 2023, tomando como base cuatro principales preguntas en torno al proyecto.

1. ¿Qué necesidades observaste?
2. ¿Qué necesitan para resolverlo?
3. ¿Quiénes son los involucrados?
4. ¿Cómo se puede lograr?

Las principales necesidades identificadas giran en torno a la infraestructura de los establecimientos, por ejemplo, la información sobre los precios de los servicios, señalética, el mantenimiento y mejora de las vías de acceso. Asimismo, es necesario un trabajo colaborativo entre los prestadores de servicios que se espera que profesionalice el servicio al cliente, fomentando el desarrollo de la experiencia para el turista, esperando recibir apoyo de organizaciones gubernamentales, tales como la Secretaria de Turismo.

Para resolver las necesidades previamente identificadas se necesita:

- El apoyo de las necesidades correspondientes.
- Una guía profesional que funja como mediadora entre gobierno y el prestador de servicio.
- Capacitaciones enfocadas a la hospitalidad.
- Conocimiento y difusión del turismo de experiencia.

Consideramos que la difusión de los productos generados tanto en esta edición del proyecto como en ediciones pasadas es indispensable para presentar de manera profesional y formalizar el trabajo que se ha trabajado, en conjunto con los departamentos de turismo de los lugares correspondientes. Asimismo, se espera invitar a formar parte de los cursos que

se llevarán a cabo el siguiente semestre en donde se capacite, se impulse el turismo de experiencia y se defina el tipo de turismo que se recibe y/o se espera recibir.

De acuerdo al plan de acción establecido, se plantea seguir las siguientes propuestas en la manera que el proyecto vaya dictando como ideal y en los tiempos acordes:

1. Incluir a hoteleros, guías turísticos y restauranteros en las capacitaciones.

Con el objetivo de poder comenzar a estandarizar cuestiones importantes dentro de los servicios turísticos, para que este mismo sea de calidad y atractivo para el visitante.

2. Promover y difundir la información necesaria para que los prestadores de servicios se certifiquen y le den valor agregado a su empresa.

Para lo cual es necesario la revisión de las aplicables a cada prestador de servicio, junto con sus requisitos.

Dadas por SECTUR:

Acreditación de Guías de Turistas.

Sello de Calidad Punto Limpio V2020.

Programa de Calidad Distintivo S.

Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos, Distintivo H.

Programa de Calidad Moderniza.

Segmentos Especializados.

3. Investigación de mercado del turismo en cada localidad.

Para tener un panorama general de las razones por la cual es visitado el municipio, lo que espera el turista y sus características.

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

PRIMERA VISITA

El primer pueblo mágico que fue visitado en la edición del proyecto en Otoño 2022 fue Talpa, dicha visita se realizó del viernes 9 de septiembre al sábado 10 de septiembre. Comenzó el itinerario con una reunión en la presidencia municipal con la directora de turismo, la Lic. Anaahy Meza García y con el Ing. Santiago Cárdenas Cibrián encargado de agricultura, los temas a tratar fueron los productos turísticos con los que cuenta el municipio y el tipo de turismo que reciben.

Se calcula que en el año, reciben alrededor de 5 millones de personas. Ahora con un panorama nuevo observamos que Talpa puede tener nuevos productos turísticos con cafetales y artesanías. Una oportunidad de mejora es que tengan más opciones para el tráfico de los vehículos todoterreno, para que no perturben la tranquilidad de los otros turistas y los habitantes.

Seguido de una visita al museo de Nuestra Señora del Rosario de Talpa, donde pudimos apreciar el retrato de varios santos, objetos religiosos y un poco de la historia del municipio.

Figura 1.



Figura 2.



Figura 3.



Imágenes sobre el museo de Nuestra Señora del Rosario de Talpa.

En segundo lugar, se visitó el Museo Arqueológico de Mascota, en el cual tuvimos una reunión con la directora María Elena Montes. Nos percatamos que cuentan con productos nuevos que se están desarrollando como granjas interactivas. La riqueza cultural con la que cuenta Mascota nos deja una cartera más amplia de servicios o productos que pudieran ofrecer este y los otros municipios involucrados, además se compartieron los objetivos que se querían lograr con el PAP y lo que se ha llevado a cabo por generaciones pasadas.

Así dimos por terminada las actividades que se tenían en la agenda del día. El segundo día comenzó con la visita a la taberna del raicillero Manuel Preciado, quién nos explicó qué se hace cuando no se encuentra en proceso de producción, más que nada destacan actividades de mantenimiento, embotellado, etiquetado, entre otros. Como segunda instancia, visitamos la taberna “3 Gallos”, siendo esta nueva para nosotros, es una taberna que se desarrolló de manera industrial, desde la infraestructura, instalaciones y los procesos automatizados. Cuentan con una bodega adecuada para recibir al visitante y mantienen exportaciones constantes para Estados Unidos.

Por último, Jesús Preciado, promotor turístico de Mixtlán, nos mostró la diversidad natural con la que cuenta el municipio, dándonos un recorrido por el charco “La Altamina” y concluyendo en la caverna “Los Tajos”, lugares que cuentan con el potencial de ser explotados turísticamente, con productos en donde se diversifique la oferta para el visitante. Este fue el final de la primera visita.

SEGUNDA VISITA

Durante la segunda visita de campo, que se realizó del viernes 14 al sábado 15 de octubre del 2022, se visitó el pueblo mágico de San Sebastián del Oeste. Se llegó directamente a esta localidad en donde la primera actividad que realizamos fue un recorrido por la taberna raicilla de El Real del Ing. Jorge Dueñas.

Además del tradicional recorrido y explicación de la elaboración de la bebida, el ingeniero sostuvo una muy interesante plática con nosotros, donde nos contó cuál fue su papel y

cómo desempeñó responsabilidades claves para la creación del Consejo Promotor de la Raicilla, principal socio de este PAP de Clústeres Turísticos.

Posteriormente, y después del desayuno, el grupo se encaminó a la salida de la cabecera municipal, hacia el nuevo puente que lleva a Vallarta, donde justo en la base de la estructura, se encuentra la nueva taberna de la Hacienda Don Lalín, con quién tuvimos una charla donde nos platicó de la vida y el ciclo del agave y las diferencias visibles entre los destilados de agave del norte del país, lugar de origen del propietario de la taberna y la raicilla jalisciense. Además, nos permitieron probar los nuevos licores de raicilla, uno de los nuevos inventos dedicados a abrir el mercado de la raicilla.

Posterior a eso y como última actividad académica realizada en nuestro primer día, el grupo regresó al hotel para prepararse para una caminata que realizaríamos en el cerro de las minas, un cerro con vestigios conservados de las minas que hicieron que San Sebastián del Oeste se posicionará en el mapa. El tiro de mina más representativo es el de Santa Gertrudis, donde incluso accedimos unos 50 metros al interior.

Así culminó nuestro primer día de actividad en San Sebastián, dando pie a la segunda etapa de la visita.



Figura 4.



Figura 5.



Figura 6.

Imágenes de la casa/taberna El Real de Ing. Jorge Dueñas.



Figura 7.



Figura 8.

El segundo día de la visita, por la mañana hicimos un rally fotográfico por diferentes puntos emblemáticos y atractivos turísticamente dentro de San Sebastián. Donde el objetivo era

visitar el lugar, tomar una foto y si había oportunidad poder interactuar con personas que estuvieran dentro del mismo. Los lugares que visitamos fueron los siguientes:

- Letrero de la República, que tiene años pintado y es de las principales tiendas de abarrotes del pueblo.
- La Cárcel Antigua, la cual fue la primera de todo el municipio.
- Letrero el Gran Pabellón, que es de los principales hoteles/alojamientos de San Sebastián del Oeste y justo detrás, visitamos la antigua Tronera del hotel.
- El Portal del Hueso, llamado así porque anteriormente ahí era donde se encontraban las carnicerías; hoy en día cuenta con diferentes tiendas locales.
- El Monumento al Minero, que conmemora y representa las minas abiertas y explotadas en este pueblo en la época de la conquista.
- El Comedor Lupita, es uno de los lugares más comunes y favoritos tanto para locales y visitantes como para comer dentro del pueblo.
- La Finca de Café, una cafetería justo en la entrada al pueblo, donde producen y también venden su producto a sus visitantes, que hoy en día es la quinta generación de una familia que ha dedicado su vida a la elaboración del café.
- El Panteón Antiguo, un panteón que data de mediados del siglo XIX, con 5 mausoleos de cantera de personajes importantes y célebres de este poblado.
- Por último, el rally cerró en el Hotel Los Arcos, fundado en 1953, para hospedar a los visitantes que el pueblo recibía.

Posterior a terminar el rally, visitamos la Taberna Tesoro del Oeste, que se encuentra en el mismo camino para subir el cerro de las minas. Donde la persona que nos recibió nos platicó un poco sobre el proceso que ellos realizan para producir su raicilla, nos dieron a degustar los 3 diferentes productos que producen y nos platicaron que dentro del espacio que tiene para recibir visitantes, ellos suelen siempre recomendar consumir su raicilla de manera “derecha” o también con mixología típica de su región, que ellos preparan ahí mismo.

Figura 9.



Figura 10.



Figura 11.

Imágenes sobre la taberna Tesoro del Oeste.

TERCERA VISITA

Esta tercera visita se realizó del 25 al 26 de noviembre. Fue una de las más enriquecedoras y de las más entretenidas, ya que, tuvimos a muchos de los raicilleros juntos, en el primer día, pudimos apreciar una junta de trabajo de los raicilleros, en esta reunión se tomaron decisiones y se pusieron a la mesa temas que discutir para llegar a un acuerdo, también se aprobaron a los nuevos raicilleros solicitantes de entrar al grupo. De igual manera, nos tocó ir en el día premiado, ya que el sábado se proclamó por primera vez el día de la raicilla, el

26 de noviembre. Tuvimos la oportunidad de conocer a la secretaria de turismo de Jalisco, invitada para dar apertura al día de la raicilla, en el cual varios de los raicilleros llevaron sus marcas de raicilla para dar a conocerlas y probaran su producto, algunas de las marcas que estaban eran (Nebulosa, Huaraches de Oro, Dos Rostros, La Xamana, Escarabajo, entre otras). Adicionalmente, se dio apertura ahí mismo a una tienda exclusiva de todas las raicillas que hay, una tienda en donde puedas comprar la botella de raicilla de tu preferencia.

Por último pudimos formar parte de una cata de raicilla con chocolate, la cual quieren dar a conocer en un futuro. En esta, tuvimos la oportunidad de probar el primer chocolate relleno de raicilla, la cual fue una experiencia inolvidable.

Figura 12.



Tienda Oficial de la Raicilla.

Figura 13.



Figura 14.



Figura 15.



Figura 16.

Imágenes del Día de la Raicilla.

1.7. Anexos generales

Anexo 1: Planeación de alternativas

Planeación de alternativas



https://miro.com/app/board/uXjVPCY_FH8=?share_link_id=587516645697

Anexo 2: Desarrollo de propuesta de mejora



<https://miro.com/app/board/uXjVPCYR1OY=/>

Anexo 3: Encuestas para turistas de eventos:

Eventos

La finalidad de estas preguntas es conocer un poco más al turista que visita los municipios pertenecientes a la Ruta de la raicilla.

...

Rango de edad 

Varias opciones 

18-29 

30-45 

46-59 

60 y más 

Añadir opción o [añadir respuesta "Otro"](#)

    

Género

- Hombre
- Mujer
- Otra...

¿Cómo planeaste tu visita?

- Por medio de una agente o agencia de viaje
- Por mí mismo
- Con ayuda de familiares residentes
- Otra...

¿Qué tipo de evento asistes o participas?

- Deportivo
- Fiestas de pueblo
- Religioso
- Ruta de RZR
- Cultural
- Otra...

¿Cuánto es de duración de tu estadía?

- El día
- Una noche
- Dos noches
- Más de dos noches
- Otra...

¿Cómo te enteraste del evento?

- Por medio de redes sociales
- Recomendación de cercanos
- Página oficial en internet
- Otra...

¿Pasarás la noche alojado en el municipio?

- Si
- No

¿Volverías a participar en el evento?

Sí

No

¿Del 1 al 10 cuál es su nivel de satisfacción?

Siendo el menor 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Siendo el mayor

Gracias por su colaboración.

Descripción (opcional)

https://docs.google.com/forms/d/18gpYpzha8FIivD4pdJgk9V00ZJNTFTp_eaD_kAy1Mes/edit

Anexo 4: Encuesta a prestador de servicios de restaurante

Restaurante

La finalidad de estas preguntas es conocer un poco más al turista que visita los municipios pertenecientes a la Ruta de la raicilla.

☰

Género 

Varias opciones 

Hombre 

Mujer 

Otra... 

Añadir opción

  | Obligatorio 

Rango de edad

- 10-29
- 30-45
- 46-59
- 60 y más

¿Cuánto está dispuesto a pagar por un platillo?

- \$50 - \$100 pesos mexicanos
- \$101- \$200 pesos mexicanos
- \$201 - \$300 pesos mexicanos
- Más de 300 pesos mexicanos

¿Es su primera vez de visita?

- Sí
- No

¿Planea hospedarse en el lugar?

- Sí
- No

¿Qué es lo que busca al elegir un restaurante?

- Ubicación
- Precio
- Sabor
- Arquitectura o diseño del lugar
- Atención al cliente
- Calidad de los alimentos
- Tiempo de entrega rapido de los alimentos

¿Qué tipo de comida le gustaría ver en el menú?

- Comida típica de la región
- Italiana
- Japonesa
- China
- Rapida
- Mexicana
- Gourmet
- Otra...

¿Regresaría a visitarnos?

- Sí
- No
- Tal vez

¿Del 1 al 10 cuál es su nivel de satisfacción?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Siendo el menor	<input type="radio"/>	Siendo el mayor									

¿Hay alguna recomendación que nos quisiera compartir?

Texto de respuesta larga

https://docs.google.com/forms/d/1Ftsrsu8IIZifvY_Mr6dN3P85NxUYjvIireZ5hns_0pA/edit

Anexo 5: Encuesta a prestador de servicio de alojamiento

Alojamiento

La finalidad de estas preguntas es conocer un poco más al turista que visita los municipios pertenecientes a la Ruta de la raicilla.

Género  Varias opciones 

Hombre 

Mujer 

Otra... 

Añadir opción

  | Obligatorio 

Rango de edad

- 18-29
- 30-45
- 46-59
- 60 y más

¿Cuál es el motivo de su viaje?

- Evento
- Vacacionar
- Visita a familiares
- Motivo religioso
- Deportes
- Fiesta
- Otra...

¿Cuánto tiempo planea quedarse en el destino?

- Una noche
- Dos noches
- Tres noches
- Cuatro noches o más

¿Quién lo acompaña durante su estadía?

- Viajo solo
- Familiares
- Amigos
- Pareja

¿Cuánto esta dispuesto a gastar en hospedaje?

- \$300 - \$499 pesos mexicanos
- \$500 - \$999 pesos mexicanos
- \$1000 - \$ 1499 pesos mexicanos
- \$1500 o más

¿Qué servicios son los que busca en un alojamiento u hotel?

- Restaurante/Amenidades
- Wi-fi
- Accesibilidad
- Spa
- Gym
- Servicio a cuarto
- Servicio de guía turística
- Otra...

¿Volvería a alojarse en este lugar?

- Si
- No
- Otra...

¿Del 1 al 10 cuál es su nivel de satisfacción?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Siendo el menor	<input type="radio"/>	Siendo el mayor									

Gracias por su colaboración.

Descripción (opcional)

<https://docs.google.com/forms/d/1i3UHpynoE3OfdvdXiz9YYDBt4Q3dxCanoKXDITRjkQY/edit>

Proyectos de aplicación profesional

Guía de entrevistas a guías turísticos y prestadores de servicios

Muy buenos días, gracias por recibirnos.

El proceso de esta entrevista tiene una duración aproximada de 40 minutos y será muy enriquecedora para nuestro proceso de generación de información.

Quisiéramos pedirle su permiso para poder grabarla.

Datos del Entrevistador

Fecha:

Lugar:

Entrevistador(a):

Datos del Entrevistado

Nombre:

Edad:

Profesión:

Cargo:

Correo electrónico:

Teléfono Oficina:

Teléfono Celular:

1. ¿Por qué decidió ser guía turístico?
2. ¿Qué servicios ofrece?
3. ¿Sabe algo sobre la producción local de Raicilla?
4. ¿Considera que debería darse más promoción al producto turístico?
5. ¿Alguno de los recorridos o servicios incluyen productos locales como la Raicilla?
6. ¿Suele incorporar visitas a Tabernas o catas de Raicilla?
7. ¿Cómo cree que podrías mejorar tus servicios?
8. Cuenta con algunas de las siguientes certificaciones/capacitaciones?
 - a. Capacitaciones
 - Certificación NOM-08
 - Certificación NOM-09
 - Cultura Turística
 - Cultura general (Historia, Geografía, Biología, Arqueología, arte etc.)
 - Ética y Valores
 - Manejo y conducción de grupos
 - Interpretación patrimonial
 - planificación de recorridos turísticos
 - primeros auxilios
 - Inglés otro (explique)
9. ¿Con qué medidas de seguridad cuenta su servicio?
10. ¿Tiene alguna formación en primeros auxilios?
 - a. ¿Cuenta algún botiquín o herramienta de apoyo en primeros auxilios para uso durante los recorridos?

11. ¿Tiene experiencia manejando grupos grandes (+25 personas)?
12. ¿Cuál es el número más grande de personas que ha atendido?
13. ¿Conoce los beneficios o ventajas de contar con una certificación?
 - a. ¿Cuáles son?
14. ¿Conoce la certificación de guía turístico?, ¿cuenta con ella? y si no, ¿por qué no?
15. (si la respuesta a la pregunta anterior fue “no”), si tuviera la oportunidad de realizar una certificación ¿la tomarías?
16. ¿Qué certificación le gustaría tomar? (asegurarnos que sepa qué opciones tiene)
17. ¿Qué certificación cree que sería más útil en este entorno?
18. ¿Qué normas de turismo conoce?
 - NOM-05 (buceo)
 - NOM-06 (campamentos)
 - NOM-07 (hospedaje)
 - NOM-08 (guías de turistas generales, locales o temas culturales)
 - NOM-09 (guías de turismo de naturaleza, turismo de aventura)
 - NOM-010 (contratos)
 - NOM-011 (seguridad en turismo de aventura)
19. ¿Cuántos prestadores de servicios conoce?
20. ¿Qué repercusiones ha notado del turismo en la localidad?, ¿son buenas o malas y por qué?
21. Según lo que llega a percibir de los locales, ¿qué piensan y qué tan abiertos están a los cambios por el crecimiento de turismo?

22. Si pudiera cambiar algo sobre la manera en la que se promueve o desarrolla el turismo en la localidad, ¿qué sería?
23. ¿Qué temporada es la que más afluencia turística tiene el destino?
24. ¿Por qué cree que los turistas visitan este lugar?
25. ¿Cómo definiría a los turistas que vienen?
26. ¿Considera que el destino turístico necesita cambios para mejorar su servicio?
 - a. ¿Cuáles?

El equipo de trabajo agradece su tiempo y disponibilidad para compartir la valiosa información que nos brindó.

Proyectos de aplicación profesional
Guía de entrevistas a productores de raicilla

Muy buenos días, gracias por recibirnos.

El proceso de esta entrevista tiene una duración aproximada de 40 minutos y será muy enriquecedora para nuestro proceso de generación de información.

Quisiéramos pedirle su permiso para poder grabarla.

Datos del Entrevistador

Fecha:

Lugar:

Entrevistador(a):

Datos del Entrevistado

Nombre:

Edad:

Taberna:

Cargo:

Correo electrónico:

Teléfono Oficina:

Teléfono Celular:

1. ¿Cómo comenzó la elaboración de la raicilla?
2. ¿Hace cuánto tiempo tiene esta actividad?
3. ¿Considera importante difundir la cultura de la raicilla?

-
- a. ¿Por qué?
 4. ¿Cuántas personas trabajan o dependen de su actividad?
 5. ¿Cuál es el proceso de elaboración de la raicilla?
 6. ¿Hablando de los residuos, que uso le dan al bagazo de agave?
 7. ¿Su proceso tiene alguna diferenciación?
 8. ¿Cuántos y cuáles son sus productos?
 9. ¿Cuántos litros vende y cuántos produce aproximadamente al año?
 10. ¿Cuál es el costo por litro / por botella al público?
 11. ¿De dónde viene su materia prima (agaves, botellas, etc.)?
 - a. ¿Es propia o tiene algún proveedor?
 12. ¿Cuál es la historia de su marca? (logotipo, etc.)
 13. ¿Su marca cuenta con un registro ante el IMPI?
 14. ¿Ha contado con algún apoyo gubernamental o alguna institución para crear o crecer su marca?
 15. ¿Ha pensado en comercializar su producto en el extranjero?
 - a. ¿Tiene algún plan para realizarlo?
 16. ¿Cuenta con algún servicio turístico? (Tours, venta de souvenirs, etc.)
 17. ¿Tiene algún interés en desarrollar algún servicio turístico? (extra si ya tiene)
 18. ¿Conoce prestadores de servicio con los que pueda hacer alguna alianza (restaurantes, touroperadores, etc.)?
 19. ¿Cuenta con página web, redes sociales, etc. donde comunique sobre su producto y servicios turísticos?
 20. ¿Conoce el interés de los turistas que visitan la región?

21. ¿Sabe de dónde provienen la mayor parte de estos turistas?
22. ¿Sabe cuáles son las actividades turísticas que se pueden realizar en la región/municipio?
23. ¿En qué le gustaría que este proyecto académico lo beneficiara?

El equipo de trabajo agradece su tiempo y disponibilidad para compartir la valiosa información que nos brindó.

Proyectos de aplicación profesional

Guía de entrevistas a hoteles

Muy buenos días, gracias por recibirnos.

El proceso de esta entrevista tiene una duración aproximada de 40 minutos y será muy enriquecedora para nuestro proceso de generación de información.

Quisiéramos pedirle su permiso para poder grabarla.

Datos del Entrevistador

Fecha:

Lugar:

Entrevistador(a):

Datos del Entrevistado

Nombre:

Edad:

Establecimiento:

Cargo:

Correo electrónico:

Teléfono Oficina:

Teléfono Celular:

1. ¿Qué días de la semana tienen mayor número de reservaciones?
2. ¿Qué rango de edades tienen la mayoría de sus visitantes?
 1. ¿De dónde provienen sus visitantes?

2. ¿Cuál es tu capacidad máxima de reservaciones?
3. ¿Con qué amenidades cuenta el hotel?
4. ¿El hotel cuenta con servicio de alimentos?
 1. ¿Cuentan con alguna certificación?
2. ¿Los huéspedes contratan algún tipo de servicio? ¿Cuál?
3. ¿Las reservaciones más comunes de qué tipo de grupo son? (Grupos familiares, tours?)
4. En promedio, ¿cuántas noches se hospedan?
5. ¿Se desarrollan eventos en las instalaciones?
6. ¿Ustedes cuentan con decoración por temporadas?
7. ¿Contratan algún tipo de servicio externo al municipio?
8. ¿Cuáles son las medidas de seguridad con las que cuentan?
9. ¿Está el personal capacitado para dar información turística?
10. ¿Cuáles son sus protocolos en caso de una emergencia?
11. ¿Cuentan con rampas y medidas de accesibilidad para personas con capacidades diferentes?
12. ¿Cree que un proyecto de promoción turística relacionado con la racilla beneficiaría su establecimiento?
13. ¿Estaría dispuesto a apoyar una iniciativa como tal?

Proyectos de aplicación profesional
Guía de entrevistas a restaurantes

Muy buenos días, gracias por recibirnos.

El proceso de esta entrevista tiene una duración aproximada de 40 minutos y será muy enriquecedora para nuestro proceso de generación de información.

Quisiéramos pedirle su permiso para poder grabarla.

Datos del Entrevistador

Fecha:

Lugar:

Entrevistador(a):

Datos del Entrevistado

Nombre:

Edad:

Establecimiento:

Cargo:

Correo electrónico:

Teléfono Oficina:

Teléfono Celular:

1. ¿Qué tipo de clientes tienen habitualmente? ¿Son locales, personas de Guadalajara o de otros municipios, familias, parejas?
2. ¿De dónde vienen sus clientes?
3. ¿Qué tipo de menú ofrece, es comida típica de la región, mexicana, internacional?
4. ¿De cuánto es la cuenta promedio en su restaurante?
5. ¿Qué días de la semana tiene más afluencia?
6. ¿Sus clientes llegan a hacer varias visitas durante su estancia y que es lo que mejor vendes (desayuno, comida, cena)?
7. ¿Por qué cree que los comensales llegan a su establecimiento, cuál sería su valor agregado frente a la competencia?

8. ¿Cuáles son las temporadas en las que tienen mayores ventas?
9. ¿A través de qué medios trata de atraer clientes nuevos o que estrategias implementar para tener más visitantes? (RS, pag web, tripadvisor)
10. ¿Cuentan con alianzas con hoteles y tours operadores en la zona para recomendar clientes?
11. ¿Conoce lo que es la raicilla? (Si contesta que sí, se le preguntará su opinión respecto a esta, si no se le contará un poco sobre lo que es) (saber si cocinan con raicilla)
12. ¿Ofrece destilados a los comensales o recomiendas algún platillo o bebida?
13. ¿El establecimiento cuenta con botellas de raicilla? (En el caso de que si, preguntar cuáles tienen y como están las ventas de estas. ¿En el caso de que no, preguntar sobre el por qué y la posibilidad de buscar incorporarlas para dar a conocer esta bebida?)
14. ¿Qué áreas de mejora usted observa para atraer más turismo y que en consecuencia lleguen nuevos clientes a su establecimiento?

El equipo de trabajo agradece su tiempo y disponibilidad para compartir la valiosa información que nos brindó.

Proyectos de aplicación profesional
Guía de entrevistas a restaurantes

Muy buenos días, gracias por recibirnos.

El proceso de esta entrevista tiene una duración aproximada de 40 minutos y será muy enriquecedora para nuestro proceso de generación de información. Quisiéramos pedirle su permiso para poder grabarla.

Datos del Entrevistador

Fecha:

Lugar:

Entrevistador(a):

Datos del Entrevistado

Nombre:

Edad:

Cargo:

Correo electrónico:

Teléfono Oficina:

Teléfono Celular:

1. ¿Desde qué fecha existe el área de turismo en la municipalidad?
2. ¿Cuál es la importancia del turismo en el municipio?

3. ¿Qué porcentaje del presupuesto municipal le corresponde al turismo?
4. ¿Qué tipo de promoción se realiza desde el municipio para la actividad turística?
5. ¿Qué tipo de turistas reciben? (Objetivo de viaje)
6. ¿Cuáles son las temporadas altas de turismo?
7. ¿Cuánto tiempo/días de visita hacen los turistas en el municipio?
8. ¿Cuáles son los eventos y fiestas más importantes?
9. ¿Cuál es la derrama económica promedio de un turista que visita este municipio?
10. ¿Cuántos y quiénes son los principales touroperadores del municipio?
11. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más visitados/emblemáticos?
12. ¿Cuántas opciones de hospedaje existen dentro del municipio?
¿Existe una lista de ellos?
13. ¿Con qué medios de transporte cuenta el municipio?
14. ¿Con qué infraestructura cuenta el municipio?
15. ¿Cuál es la capacidad de carga turística?
16. ¿Se considera que el municipio se encuentra preparado para aumentar su recepción de turistas?
17. ¿Cuenta con infraestructura en tema de protección civil?

18. ¿Cuáles son los principales problemas del turismo?
19. ¿Cuáles son los principales desastres naturales que suceden en el municipio?
20. ¿Cuentan con planes de contingencia?
21. Existe interés de aumentar la afluencia turística en el municipio?
Tienen planes para ello?

El equipo de trabajo agradece su tiempo y disponibilidad para compartir la valiosa información que nos brindó.

https://docs.google.com/document/d/1uPsRI7sS_sT2eJYkrKLDIUOWl3gz3Ykz/edit?usp=sharing&oid=115500450698553406169&rtpof=true&sd=true

Observación Segunda Visita

Municipio: _____

- Camino al destino

- Caseta
- Carretera
- Gasolineras
- Baños
- Tienditas

- Tipo de Turistas/ Visitantes

- Ecoturismo
- Gastronómico
- Deportivo
- Religioso
- De pasada
- Otro

- Redes sociales y plataformas

- Página Web
- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Otras

- Variedad de servicios

- Hoteles
- Restaurantes
- Baños Públicos
- Tours
- Transporte público
- Información turística

- Proceso de los servicios

- Restaurantes

cv bn

<https://docs.google.com/document/d/1rCorV2kHwMJCfEQ5nZjbHjHe7pNtxj60ICg3F8Y-5ag/edit?usp=sharing>

2. Productos

En este proyecto se obtuvieron diversos productos como lo fueron, los videos sobre las visitas de campo, entrevistas para guías turísticos, hoteleros y directores de turismo, una charla informativa, la participación en una de las juntas de consejo y por último la presentación de una guía para generar un taller para los raicilleros de cómo generar un servicio turístico.

Videos (Visitas de campo)

En cuantos los videos, se realizaron 4 videos, para generar contenido en redes sociales.

Los equipos realizaron 3 videos en la primera visita, de los cuales 2 fueron para mostrar contenido de tabernas. Los nombres de las tabernas que se visitan son: “ Tres Gallos” y “Manuelpreciado”, donde se puede apreciar sus instalaciones, procesos y productos con los que cuentan y el resto de los videos fueron contenido documentado las visitas, para que quedara evidencia de las visitas y que puedan servir como contenido para redes sociales posteriormente.

Entrevistas

Con el objetivo de recabar información necesaria dentro del desarrollo y aplicación del proyecto, se realizaron 3 formatos de entrevistas para 3 públicos diferentes, que son: los hoteleros, guías turísticos y prestadores de servicio dentro de los municipios y directores de turismo de los mismos.

Con estos formatos de entrevista, se espera poder recabar información importante que ayude tanto a contextualizar las problemáticas o factores faltantes dentro de los municipios, al igual que desarrollar mejoras en dichos actores turísticos que tienen cada lugar dentro de la Ruta de la Raicilla; entendiendo que dichos actores son elementos muy importantes para lograr atraer y mantener a los turistas dentro de cada uno de los destinos.

Guías de observación

Con ellas se busca tener un panorama más amplio acerca del contexto que rodea al municipio, en ellas se toma en cuenta los siguientes puntos: el camino al lugar, el tipo de turistas que visitan el destino, las redes sociales con las que se cuentan, la variedad de servicios, los procesos, el recibimiento de los lugares y las atracciones con las que cuenta el lugar.

Charla informativa

Vimos la necesidad de crear esta charla informativa, debido a que es de suma importancia para las personas que integran el consejo, se percatan de las ventajas de la creación de experiencias y puedan empezar a recibir beneficios de las degustaciones y sea un ganar - ganar para el prestador del servicio y para el cliente. En ella se incluyen definiciones básicas importantes como los son tipos de turismo, cómo se pudiera aprovechar la raicilla, casos de éxito, qué es y cómo se genera una experiencia. Por último, una retroalimentación, para poder seguir en contacto con las personas que les interese tomar un taller respecto a esto; gracias a esto podemos dejar en pie la idea de realizar un taller para la formación de servicios turísticos.

3. Reflexión crítica y ética de la experiencia

El RPAP tiene también como propósito documentar la reflexión sobre los aprendizajes en sus múltiples dimensiones, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto para compartir una comprensión crítica y amplia de las problemáticas en las que se intervino.

Es un buen proyecto en el cual ya se está trabajando, por lo que es un hecho que en un futuro la ruta de la raicilla va a entrar en rigor, falta afinar detalles, pero es importante saber que ya se tienen las bases, solo es trabajar en ellas y darle continuidad.

3.1 Sensibilización ante las realidades

Jorge Luis Guerrero Pólit

Dentro de todo el desarrollo del PAP y las visitas del campo que tuvimos en el mismo, me fui dando cuenta del gran potencial que el producto de la raicilla y la ruta tienen, pero sobre todo del gran esfuerzo que las comunidades y los raicilleros implementan en su producto para sacarlo adelante. Y creo que al involucrarte con estas personas y que te platican cómo durante años se han esforzado por desarrollar su producto, uno entiende también lo importante y valioso que es nuestra participación e involucramiento en este proyecto, donde les podemos aportar los conocimientos teóricos y experiencias que hemos obtenido durante la carrera, para que el esfuerzo que estas comunidades han implementado en su producto y los beneficios de dicho esfuerzo se quede siempre con ellos.

Aida Tobías Rodríguez

A lo largo del desarrollo de este Proyecto de Aplicación Profesional, considero que el conocimiento previo obtenido en la edición de verano 2022 fue de gran ayuda para el planteamiento de un proyecto que cuenta con las bases necesarias para un desarrollo positivo. Me siento satisfecha con mi participación tanto en el planteamiento de las propuestas como en el desarrollo de algunos productos turísticos implementables. Agradezco la oportunidad de poder aportar un poco con ayuda de nuestros asesores, para que nuestro trabajo brinde un beneficio a comunidades con una oportunidad de crecimiento exponencial.

Abil Elisa Corona Ramírez

A lo largo de este proyecto me pude percatar que ha avanzado en gran manera, tuve la oportunidad de llevar el PAP en los primeros semestres en los que se lanzó. Pude percatarme que ya está definida la zona de trabajo y creo que eso nos da la oportunidad de profundizar. El poder platicar con las personas que están en el contexto, el cómo es que

viven y que es lo que esperan, te da una idea más acertada de lo que se puede hacer y cómo podemos ayudarlos, en este caso, me tocó conocer a uno de los precursores de la raicilla y es muy interesante su punto de vista y todo lo que ha logrado. Creo que con la ayuda de lo que estamos desarrollando, se van a lograr grandes cosas, los conocimientos adquiridos en la carrera de Hospitalidad y Turismo fueron de suma importancia para las aportaciones que se hicieron en este proyecto.

Diana Guadalupe Ortiz Aceves

Durante este PAP me di cuenta de la riqueza natural y cultural que tenemos en México, pero la mayoría de las veces, la falta de apoyo que se tiene para dar a conocer esto y llevarlo a ser un producto turístico que brinde beneficios a la comunidad. Como es el caso de la raicilla, personalmente, no tuve la oportunidad de ser parte del proyecto desde el inicio, pero considero que lo que se ha ido trabajando y el objetivo al que se busca llegar es muy interesante. De igual manera, el hacer visitas de campo es una manera de darse cuenta de dicho potencial que se tiene y genera un apoyo o acompañamiento más cercano con los raicilleros, de los cuales hemos aprendido mucho. Tomando en cuenta mi carrera de Hospitalidad y Turismo, este PAP fue un acercamiento a la realidad de cómo funciona todo esto y que se puede llevar a cabo para llegar a un objetivo en específico. También tuve la oportunidad de poner a prueba conocimientos y herramientas aprendidos a lo largo de mi carrera y formar parte de un proyecto sumamente interesante y que tiene mucha capacidad de crecimiento.

Emiliano Muñoz Fonseca

Con el desarrollo del PAP pudimos desarrollar y mejorar las propuestas hacia la ruta de la raicilla, por lo que es interesante como este proyecto puede entrar en rigor y hacerse una realidad.

Nos encontramos con algunos retos en los cuales pudimos tener diferencias con los propietarios de las tabernas, pero en conjunto pudimos resolver y llegar a un acuerdo de que es lo que quieren y en que les podemos ayudar. Yo la verdad no tenía idea de la existencia

de la raicilla, pero me di cuenta de que es un producto parecido al tequila, por lo que tiene un muy buen futuro y puede crecer de muy buena manera.

José Luis Valle Bravo

En este proyecto de aplicación profesional, identifiqué diferentes adversidades con las cuales los raicilleros intentan superar día a día, ya que carecen de distintos medios para desarrollar su negocio en torno a la comunidad y el mercado turístico. Me enfrenté con distintos problemas que me hicieron cambiar la manera de pensar y aplicar ideas, debido a que me vi en la necesidad de desarrollar mis habilidades de comunicación y ser más consciente sobre las posibilidades y capacidades de cada persona, para así aportar mis conocimientos y experiencias en servicio hacia los demás.

María José Romeo Salcido

Con este desarrollo del proyecto PAP programa de desarrollo de competencias para la gestión en micro, pequeñas y medianas empresas II he ido aprendiendo a desarrollar algunas propuestas para la ruta de la raicilla y los pueblos que la integran y si hubo contratiempos como en todos los proyectos, pero todo con solución, yo no conocía en persona ninguno de los pueblos a los que fuimos y pude conocer todo lo que tienen para ofrecer y para lograr crecer como destino turístico. Con estas salidas a campo logré aprender a trabajar mi paciencia y algunos retos personales y pude ver lo que enfrentan las personas que trabajan en esto y todos tienen la intención de crecer como personas y como empresarios y están dispuestos a hacer que las cosas cambien para bien y el estar conociéndolos y escuchando las pláticas que nos dieron me hizo entender y darme cuenta del potencial que hay.

Arturo Cendejas Lozano

Este periodo fue mi segunda participación dentro de este proyecto, mi experiencia previa así como los procesos reflexivos que ya había atravesado, me permitieron ver de una manera todo aquello que experimentamos durante este Otoño 2022. Las experiencias

gratificantes que pude encontrar, van mucho más allá del éxito que pudimos encontrar creando un plan de desarrollo turístico, el cual es el objetivo final del PAP.

Ver a los participantes y a los actores involucrados en el proyecto tan entusiasmados por ser parte del desarrollo, por aportar desde sus posibilidades, aunque sea solo su conocimiento y experiencia, es una de las cosas más enriquecedoras que pude vivir. Vimos y entendimos cómo la raicilla no es un producto con el cual los raicilleros buscan enriquecerse, los taberneros buscan enriquecer a su destilado y que la gente entienda lo que para ellos significa. En la medida que nosotros logremos ponernos en su lugar y ver a una raicilla como un todo, nosotros podremos tener un éxito integral en nuestro proyecto.

Jorge Sigifredo Fernández Pedroza

Este PAP te hace ver por la otra persona, algo que me di cuenta y que aprendí más es que para poder lograr algo, se necesita perseverancia, mucha en realidad, ya que por ejemplo, en los trabajos de campo me di cuenta que los raicilleros quieren que su bebida sea igual que el tequila (un destilado internacional, con éxito) pero para lograr eso poco a poco van logrando objetivos, trabajando juntos sobre todo, porque si solo fueran poco, muy poco se logra, el trabajo en equipo es algo que se necesita si o si durante la vida.

Ver a los raicilleros tan orgullosos de su producto es algo muy bonito, ya que su producto que es trabajado con esfuerzo poco a poco va obteniendo recompensas, me gusta mucho ver cómo las personas van logrando el éxito y en este caso desde abajo.

Alejandro Ibarra

En el transcurso del PAP identificamos la gran oportunidad turística que tiene toda la zona que conforma la denominación de origen de la raicilla, uno de los aspectos más destacables que existen a mi parecer es la apertura y disposición de los raicilleros y los ofertantes de servicios dentro de la región, la hospitalidad que expresan los habitantes es excelente lo que motiva a la visita de la zona.

Observar como cada uno de los integrantes se siente orgullosos de su profesión, de lo que hacen y de lo que ofrecen es increíble y a nosotros como partícipes del PAP nos motiva a

trabajar arduamente para lograr el objetivo, pues es nuestra intención que todos encuentren el éxito.

Oscar Castañeda Valdez

Durante el desarrollo del Proyecto de Aplicación Profesional los aprendizajes fueron muchos y puedo decir que me abrió el panorama no solamente en la parte de planeación, investigación y gestión, sino también, me ayudó entender y a conocer a todas las personas involucradas en este proyecto que son los raicilleros, por lo que creo que las visitas de campo y el trabajo en clase se complementan para la creación de este proyecto que tendrá repercusiones en el futuro y que brindara sustento a muchas familias, por lo que me siento afortunado por haber vivido esta experiencia y reflexionar acerca de la ayuda que le podemos brindar a estas comunidades. Espero que el trabajo pueda brindar un gran beneficio a futuro para todas estas comunidades, para poder brindarles mejores oportunidades de desarrollo. El gran potencial con el que cuentan estos municipios es masivo y espero se le de un aprovechamiento adecuado.

3.2 Aprendizajes logrados

Jorge Luis Guerrero Pólit

Principalmente, dentro del desarrollo del proyecto, creo que el momento donde tanto personalmente y a manera grupal sentimos un reto fue al momento de decidir cuál iba a ser el objetivo principal de nuestro proyecto; no por el hecho de que sea difícil pensar en un objetivo, sino en pensar en uno que beneficie realmente a los raicilleros y comunidades, pero que también pudiera ser un punto de inflexión que comenzará a permitir un mayor desarrollo de su producto como uno turístico y atractivo para los visitantes. En cuestión de mi carrera, que es la de Hospitalidad y Turismo, creo que el proyecto me generó sobre todo aprendizajes respecto al desarrollo de productos y servicios turísticos, los factores importantes a tomar en cuenta dentro de ese mismo desarrollo y el cómo encontrar ese

balance entre desarrollar un producto con potencial turístico, pero que eso no implique el que las comunidades y gente que se esfuerza por crear dicho producto, se deje de ver beneficiada con el mismo. Y de manera social y personal, creo que me di cuenta de lo mucho que puede ayudar a acercarse a comunidades como esta y que ellos vean el interés que nosotros cómo alumnos tenemos de apoyarlos en sus proyectos, trabajando en equipo y que al mismo tiempo ellos nos brindan aprendizajes y otras perspectivas del turismo en comunidades más pequeñas.

Aida Tobías Rodríguez

Durante el desarrollo del proyecto trabajado considero que los momentos en los que sentí en lo personal un reto fue al momento de no tener el propósito planteado con claridad, hablando a corto plazo. Sin duda, la asesoría y el trabajo colaborativo fue fundamental para identificar la ruta adecuada a seguir. En el ámbito profesional considero que los aprendizajes obtenidos en la carrera de Hospitalidad y Turismo, fueron indispensables y sirvieron como base para el desarrollo de las propuestas de mejora con un enfoque general pero también un objetivo y propósito en un plazo de corto a mediano. Una vez más, me percaté de la importancia de un buen planteamiento de producto para obtener beneficios para los prestadores de servicio y la comunidad en general.

Abil Elisa Corona Ramírez

Durante el proyecto mi mayor reto fue la adaptación, debido a que se pueden generar bastantes ideas, sin embargo, que se puedan llevar a cabo es diferente, entonces el escuchar las necesidades y adaptarse al contexto, generando algo nuevo, considero fue mi mayor reto, además de necesitar mucho apoyo y asesoramiento de las personas involucradas. Los conocimientos adquiridos de las carreras que en este momento aportan al proyecto fueron de gran provecho. El que tengamos propósitos en diferentes tiempos, creo que nos ayuda a mejorar y realizar actividades de la mejor manera. Este PAP me deja muy satisfecha de los conocimientos adquiridos y de lo que hemos logrado hasta ahora, además agradezco los valores y la sensibilización que reforzó en mí este proyecto. Espero que las comunidades involucradas puedan beneficiarse de este Proyecto de Aplicación Profesional.

Aprendí que es importante la planeación en todos los sentidos para que se pueda crecer un proyecto en forma y tener claros los objetivos.

José Luis Valle Bravo

En este proyecto de aplicación profesional, aprendí a desarrollar mis habilidades de trabajo en equipo, resolución de problemáticas y empatía. Comprendí los alcances del proyecto de manera que al buscar una solución no solo piense en agregar más recursos económicos o de infraestructura, sino que también piense en desarrollar recursos didácticos y herramientas basadas en las necesidades de quienes las requieren. Me deja muy satisfecho este proyecto por todos los conocimientos que pude aportar a los distintos individuos y comunidades involucradas en el PAP.

Diana Guadalupe Ortiz Aceves

A lo largo del PAP, aprendí varias cosas. Primeramente, no estaba familiarizada con lo que se llevaba a cabo en el proyecto y lo que era la raicilla, por lo que al empaparme con toda la información me di cuenta del potencial que tiene este producto en poderse convertir en un producto turístico. Aprendí acerca del trabajo en equipo, del apoyo que se debe de tener entre todos, ya que es un trabajo en conjunto que busca apoyar un proyecto muy interesante e importante. Además de lo mencionado, considero que en donde más obtuve aprendizajes fue en las visitas de campo, pues era una oportunidad de poder estar frente a frente con el proyecto que estábamos realizando, en verdad poder convivir y dialogar con expertos y entender sus necesidades principales. Con esto, también aprendí a escuchar y a poner atención en los detalles, ya que esto ayudaba en el entendimiento mutuo entre los raicilleros y nosotros. Aprendí muchas cosas a lo largo del PAP y quedé sumamente satisfecha, ya que fue una oportunidad de contribuir y ser parte de un proyecto tan importante que tiene mucho potencial en el futuro.

Emiliano Muñoz Fonscea

En lo personal aprendí desde cero lo que es la raicilla, su proceso, desde su fundación hasta lo que es hoy, se me hizo interesante la fusión que hizo con ITESO en este proyecto de ruta de la raicilla y el futuro que puede llegar a tener.

Es interesante como las necesidades de las personas se convierten en una oportunidad de crecimiento y lo que era un proceso tradicional se convirtió en una fuente de ingresos rentable. Es interesante como nos tocó conocer al fundador y las ideas que tienen todos los que pertenecen a este proyecto, es un aprendizaje de saber escuchar a la gente y darles las herramientas necesarias para que el crecimiento de este producto sea favorable. Aprendí a trabajar en equipo y apoyarme en los compañeros para llegar al objetivo esperado.

María José Romeo Salcido

En este PAP logre desarrollar más mi trabajo en equipo y la paciencia y también a convivir más con personas en un ambiente diferente al que estamos acostumbrados, aprendí sobre la raicilla y sobre los pueblos visitados. También el asistir a estas salidas de campo me permitió conocer a fondo sobre el PAP y las personas que están trabajando en esto, al principio no sabía bien de qué trataba todo el proyecto y el propósito de este, pero conforme fuimos teniendo las sesiones en teams con la maestra Migdalia, con la maestra Mónica en presencial y en las salidas de campo con el maestro Mauricio, fui aprendiendo más sobre lo que debíamos de hacer, también asistiendo a las salidas de campo, pude ver que debíamos de hacer y para quiénes lo estábamos haciendo, conocí lugares nuevos y una bebida nueva, incluso aprendí el proceso de preparación y que hay un CMPR y con esto aprendí a escuchar y a disfrutar de los trabajos en equipo.

Arturo Cendejas

Durante este PAP, reconozco un aprendizaje eje, en extremo importante. El valor de la visión integral que debes de tener al momento de involucrarte con elementos sociales, culturales, históricos y tradicionales que forman parte o son la base de una identidad comunitaria de un grupo de personas. Como actor externo a la región, al gremio o a los grupos sociales, es muy fácil buscar, imponer tu propia visión en el proyecto y guiar tus metas hacia la consecución de aquellos objetivos que tú crees pertinentes.

Eliminar esto y sustituirlo por una integración de todos los elementos antes mencionados, donde se busque beneficiar a cada una de las partes interesadas en el proyecto y no sean tus metas, sino las metas colectivas las que sean perseguidas, esa es la receta del éxito en un proyecto como el que compartimos este Otoño 2022.

Alejandro Ibarra

En este semestre del desarrollo de mis últimas prácticas profesionales concienticé sobre la importancia de la aplicación de las herramientas vistas en la universidad enfocadas al desarrollo de habilidades sociales y relaciones, el trabajo en equipo, la planeación y la adaptabilidad que fue requerida para el trabajo y desempeño por parte de mí y de mis compañeros, el concientizar y tropicalizar lo que queremos transmitir nos permite tener un mejor resultado o respuesta por parte de los participantes.

Aprendí también la importancia de formar equipos y alianzas, pues juntos se ejecutan de mejor manera las actividades para lograr los objetivos.

Jorge Sigifredo Fernández

En este PAP aprendí muchísimo, hasta a relacionarme más, algo el cual no tenía nada que ver, pero en realidad lo que aprendí es a ver lo que pasa en otros giros aparte del mío, apoyar a la raicilla con las herramientas que me proporcionó el ITESO durante toda mi carrera, como la planeación del trabajo, qué es lo que se tiene que hacer y cómo, el trabajo en equipo es fundamental en este PAP y hasta la buena convivencia entre mis compañeros, ya que sales de la ciudad junto con ellos y también siento que aprendí mucho el saber escuchar a las personas (por las necesidades que necesitaban los raicilleros) eso último es algo fundamental que te exige este PAP.

En este PAP que por cierto es mi segundo, pero el primero en este, me gustó mucho, ya que uno se involucra tanto con las personas a las que uno "investiga" que hasta se puede hacer amigo de alguien, en este caso de algún raicillero y es algo muy padre, ya que te puede llegar a compartir de su conocimiento, esto en lo personal me enriqueció mucho, ya que un

compañero y yo tenemos un proyecto personal con el tema de la raicilla y es algo muy padre porque en verdad si sirve porque es algo que se puede vivir, las visitas para mi fueron algo fundamental para el PAP porque es lo que más le ponía emoción, te enteras de todo y creo que este PAP se puede explotar mucho debido a que están todos los caminos para hacerlo, también al hacer este PAP me di cuenta de que puedes aportar un grano de arena para que la raicilla sea más conocida a nivel mundial, con tiempo y dedicación, pero la raicilla puede llegar a ser igual que el mezcal o por qué no, alcanzar al tequila, eso es algo que me gustó mucho pensar.

Oscar Castañeda Valdez

Este proyecto fue un gran reto para todos y sobre todo el hacerlo de manera virtual y grupal es lo que dificulto un poco más pero creo que durante el proyecto, existieron muchas competencias disciplinares con respecto a las entregas, a la asistencia, al empeño y a la autonomía de cada persona, pero que se pudieron cumplir sin ningún problema debido al trabajo en equipo. Las competencias sociales las vivimos en las visitas de campo las cuales fomentaron la comunicación entre el equipo y sobre todo la comunicación del equipo con los Raicilleros. Las competencias universitarias las desarrollamos en el salón de clase, con el trabajo de investigación, el desarrollo del conflicto, las posibles soluciones y todos los trabajos que realizamos en hora de clase. Todas estas competencias formaron retos durante el proceso del proyecto, pero lo que más se volvió un obstáculo fue el tiempo, sin embargo con el trabajo en equipo fue una situación que se pudo resolver. De manera social y personal creo que este proyecto me brindó un gran crecimiento personal para poder darme cuenta de la realidad del escenario y las maneras en las que nosotros podíamos brindar apoyo.

Bibliografía y otros recursos

- (S/f). Visitmexico.com. Recuperado el 28 de septiembre de 2022, de <https://www.visitmexico.com/jalisco/san-sebastian-del-oeste>
- De, B. (2020, agosto 25). *Todo lo que se debe saber del turismo religioso*. Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/todo-lo-que-se-debe-saber-del-turismo-religioso.html?dt=1664383336770>
- EAE Business School. (2020). ¿Qué es el turismo deportivo y por qué está en auge?. Recuperado de: <https://www.eae.es/actualidad/noticias/que-es-el-turismo-deportivo-y-por-que-es-ta-en-auge>
- *H. Ayuntamiento de Mixtlán*. (s. f.). <https://www.mixtlan.gob.mx/>
- ITESO, (2021). 3F08B Desarrollo de Clústers de Turismo Regional RPAP Racilla clúster de turismo. Tlaquepaque, Jalisco.
- Jaramillo Panesso, R. 2003. Apuntes sobre los clusters turísticos. *Turismo y Sociedad*. 2, (nov. 2003), 35–46.
- OMT. (2021). Turismo Deportivo. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/turismo-deportivo>
- Secretaría de Turismo, SERNATUR. (2018). *Manual de Experiencias Turísticas*. Chile: Verde LTDA.
- SECTUR. (2018). Reglas de Operación Programa Pueblos Mágicos. 2022, de SECTUR Sitio
- Sierra J.C.. (23 de septiembre de 2022). *Turismo de Aventura*. CEUPE Magazine Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/caracteristicas-del-turismo-de-aventura.html>
- Staff, E. T. (2022, 3 octubre). *¿Qué es el ecoturismo?* Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-ecoturismo/>
- *Turismo Rural | Organización Mundial del Turismo*. (s. f.). Recuperado 23 de septiembre de 2022, de <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- Turismo, S. de. (s. f.). *Mascota, Jalisco*. gob.mx. <https://www.gob.mx/sectur/articulos/mascota-jalisco>