

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 Primavera 2022

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. Hospitalidad y Turismo. Arturo Cendejas Lozano

Lic. Ingeniería en Empresas de Servicio. Marcus Arturo Gleason Ramírez

Lic. Ingeniería en Empresas de Servicio. Ana Christina Falcón Koch

Lic. Publicidad y Comunicación Estratégica. Aramara Ulloa Montes

Lic. Comercio y Negocios Globales. Emmanuel Flores González

Lic. Administración Financiera. Arturo Ramos Valenzuela

Lic. Hospitalidad y Turismo. Alondra María Gutiérrez Gutiérrez

Profesores PAP:

Mtro. Mauricio Margules Sevilla

Dra. Ma.Migdalia Zazueta Hernández

Tlaquepaque, Jalisco, mayo 2022.

ÍNDICE

REPORTE PAP	4
Resumen	5
Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional	5
Entendimiento del ámbito y del contexto	5
Marco teórico:	5
Antecedentes de la organización y su evolución:	11
Denominación de Origen de la Raicilla:	12
Proceso de la NOM de la Raicilla	13
Antecedentes de la ruta de la Raicilla	14
Proyecto Nebulosa	15
Caracterización de las organizaciones	16
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores y de Occidente (ITESO):	16
Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla, A.C. (CMPR):	17
Comité de Pueblos Mágicos:	17
Secretaría de Cultura	18
Dra. María Migdalia Zazueta Hernández / Mtro. Mauricio Margules Sevilla:	18
Municipios	18
Mascota	18
Mixtlán	19
Talpa de Allende	20
San Sebastián del Oeste	21
Identificación de la(s) problemática(s)	21
1.4 Reto de diseño	22
1.4.1. Generar un plan de turismo	22
1.4.2. Distintivo turístico	22
1.4.3. Raicilla	22
1.4.4. Identificar las áreas a desarrollar y hacerlo de manera sostenible	23
1.4.5. Investigación y conocimiento	23
1.4.6. Condiciones de trabajo atractivas	23
1.4.7. Plan de comunicación	24
2. Plan de acción	24
2.1. Objetivo	24
2.2 Alcance del proyecto	25
2.3 Matriz de comunicación	25
2.4 WBS y Calendario de actividades	26
2.5 Desarrollo de la propuesta de mejora	28
Plan de turismo	28
Diseño de servicio	29

Comunicación	29
3. Valoración de productos, resultados e impactos	30
Conclusiones	47
Plan de seguimiento	48
Reflexión crítica y ética de la experiencia	48
Aprendizajes logrados	52
Bibliografía y otros recursos	58
Anexos generales	60

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son experiencias socioprofesionales de los alumnos que desde el currículo de su formación universitaria, enfrentan retos, resuelven problemas o innovan una necesidad sociotécnica del entorno, en vinculación (colaboración y/o coparticipación) con grupos, instituciones, organizaciones o comunidades, en escenarios reales donde comparten saberes.

El PAP, como espacio curricular de formación vinculada, ha logrado integrar el Servicio Social (acorde con las Orientaciones Fundamentales del ITESO), los requisitos de dar cuenta de los saberes y del saber aplicar los mismos al culminar la formación profesional (Opción Terminal), mediante la realización de proyectos profesionales de cara a las necesidades y retos del entorno (Aplicación Profesional).

El PAP es un proceso acotado en el tiempo en que los estudiantes, los beneficiarios externos y los profesores se asocian colaborativamente y en red, en un proyecto, e incursionan en un mundo social, como actores que enfrentan verdaderos problemas y desafíos traducibles en demandas pertinentes y socialmente relevantes. Frente a estas transfieren experiencia de sus saberes profesionales y demuestran que saben hacer, innovar, co-crear o transformar en distintos campos sociales.

El PAP trata de sembrar en los estudiantes una disposición permanente de encargarse de la realidad con una actitud comprometida y ética frente a las disimetrías sociales. En otras palabras, se trata del reto de “saber y aprender a transformar”.

El Reporte PAP consta de tres componentes:

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

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 construyen 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.

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

Marco teórico:

A continuación, se presenta información de apoyo para obtener una visión general sobre el estudio, que nos guiará hacia temas particulares y las distintas variables abordadas para llevar a cabo este Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) de desarrollo de clústeres turísticos, enfocados en la producción de raicilla.

En el Reporte de Aplicación Profesional anterior se da contexto de tres temas principales, los cuales son Clústeres Turísticos, Desarrollo Territorial y Desarrollo de Turismo, así como historia y proceso y situación actual, problemáticas actuales, dando contexto de la Raicilla en cuatro municipios, siendo estos Mascota, Mixtlán, Talpa de Allende y San Sebastián del Oeste.

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.

Cuando se habla de Desarrollo Territorial se entiende como un proceso de construcción social del entorno donde se busca impulsar por medio de la interacción existente de iniciativas individuales, características geofísicas e iniciativas de distintos actores y la operación de las fuerzas económicas, tecnológicas, sociopolíticas, culturales y ambientales en el territorio (Desarrollo territorial | Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2022).

Dentro del concepto anterior, es importante incluir el factor social, el cual se explica con el Desarrollo Local — donde podemos ubicar el desarrollo turístico — va ligado a las actividades económicas participativas, que se llevan a cabo en localidades y que conllevan un proceso de empoderamiento a partir del uso de sus recursos naturales, técnicos y culturales para generar un desarrollo que mejore su calidad de vida detonando las cualidades en cualquier ámbito de su localidad (entornoturístico, 2019).

Los conceptos anteriores han sido tomados en cuenta gracias a su importancia para el desarrollo del proyecto. Considerando que se trabaja con comunidades y tradiciones ancestrales, existen ideas clave como lo son el Desarrollo Territorial y el Desarrollo Local que permiten entender el enfoque social de la iniciativa, generando una misma idea base con la cual iniciar la construcción de la misma.

Agroturismo

El agroturismo es una actividad realizada en explotaciones agrarias, donde los actores complementan sus ingresos con algún tipo de turismo, facilitando hospedaje y alimentos, de esta manera el turista puede familiarizarse con los trabajos y procesos agropecuarios. Se da lugar en campos, montes y en pueblos más o menos pequeños. Se busca que el turista disfrute de los paisajes de la naturaleza, el entorno, la gastronomía, y los usos y costumbres del lugar (CESUMA, 2021).

El agroturismo puede funcionar como un motor del desarrollo económico regional, ya que es un potente instrumento de desarrollo y difusión cultural, si los agricultores son correctamente capacitados y organizados para lograr tener una perspectiva de desarrollo y diversificación de los productos.

El turismo en espacios rurales, es asociada con la participación y/o observación activa del turista en las actividades agropecuarias y/o prestación de servicios de alojamiento, diversión, aprendizaje, gastronomía y comercialización (de productos frescos y/o procesados), dentro de la misma propiedad agrícola. La propiedad agrícola y sus emprendimientos deben ser gestionados por los propietarios, ya que se conservan las tradiciones agroindustriales, gastronómicas y culturales, siendo este valor agregado (ITESO, 2021).

La capacidad de flexibilización y adaptación antes los cambios en el contexto son importantes para determinar la competitividad en agronegocios, convirtiendo su estrategia en un diferenciador. Al relacionar el turismo con actividades que ya se realizan en la zona, es crear un panorama de oportunidades para los emprendedores agrícolas. El uso de suelo se va adaptando al entorno cambiante, es decir, el espacio que anteriormente se utilizaba solo para producción, progresivamente se adapta a la transformación de un espacio para el consumo como aprovechamiento integral e innovador del espacio en sí. Creando sinergia interdependiente entre las oportunidades y economía urbana (oportunidades de servicios turísticos) y rural (desarrollo agropecuario) dando como resultado una economía mixta. Además, mejora y le da visibilidad al trabajo manual aumentando su valor (Figueiras, 2021).

Se deben tomar en cuenta ciertos aspectos para el funcionamiento del agroturismo en una comunidad, principalmente que sea una zona mayormente natural. También se debe de pensar en la cercanía con otros atractivos históricos y culturales para así enriquecer la experiencia que está buscando este nuevo modelo de turista. Otro aspecto importante a considerar es la infraestructura del espacio tomando en cuenta el acceso, hospedaje y alimento (Figueiras,2021).

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, la cultura, física, social, etcétera. Si a esto se le suma una narrativa central, se consigue una potencial experiencia turística.

Turismo Rural

Son los viajes que tienen como propósito el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma, el Turismo Rural sigue los principios del desarrollo sustentable: que busca aprovechar los recursos naturales actuales sin afectar las necesidades de las generaciones futuras. En el Turismo Rural, el turista no es únicamente un observador, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanías para su uso personal, aprende lenguas ancestrales, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas y paganas (Gonzalez, M. 2011).

Algunas de las actividades que se realizan en el turismo rural son:

- Talleres Gastronómicos
- Vivencias Místicas
- Aprendizaje de Dialectos
- Ecoarqueología
- Preparación y uso Medicina Tradicional
- Talleres Artesanales

Turismo alternativo

El turismo alternativo se refiere a aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (SEMARNAT, 2009).

- Ecoturismo
- Turismo de aventura
- Turismo Rural

Ecoturismo

Organización Mundial del Turismo define el ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. Secretaría de Turismo lo define como viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma

El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema, algunas de las actividades que se realizan en este tipo de turismo son:

- Observación de fauna
- Observación de flora
- Observación de fósiles
- Observación de ecosistemas
- Observación de fenómenos y atractivos especiales de la naturaleza
- Observación geológica
- Observación sideral
- Safari fotográfico
- Senderismo interpretativo
- Talleres de Educación Ambiental
- Participación en programas de rescate de flora y/o fauna
- Participación en proyectos de investigación biológica

Turismo de naturaleza

SEMARNAT define el turismo de naturaleza como una actividad económica que promueve

el aprovechamiento sustentable de los recursos, una alternativa sólida para la generación de empleos, una estrategia para el desarrollo de comunidades y un medio para la difusión del patrimonio natural y cultural de México.

Se tienen identificadas 1186 empresas que ofrecen productos exclusivamente de turismo de naturaleza, de las cuales, 927 operan todo el año y 259 operan solamente en temporada alta de afluencia de turistas. Se estima que generan 8,895 empleos directos (SECTUR, 2016).

Turismo de aventura

El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo (SECTUR). Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa de la armonía con el medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico.

Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza

- Buceo autónomo
- Buceo libre
- Espeleobuceo
- Descenso De Ríos
- Kayaquismo
- Pesca Recreativa
- Montañismo
- Escalada
- Caminata
- Rappel
- Espeleismo
- Canoismo
- Vuelo En Globo
- Vuelo En Ala Delta

- Vuelo En Parapente
- Paracaidismo

Las actividades turísticas que se realizan en México y particularmente el Estado de Jalisco en la región que involucra los municipios estudiados en este proyecto, se mencionan en este apartado, se consideran relevantes debido a que son actividades que pueden desarrollarse en la zona y permitir un desarrollo turístico en torno a la Raicilla y su denominación de origen.

Las organizaciones, actores sociales y políticos forman parte importante de la de la gestión y acción de este proyecto, por lo que se describen a continuación las definiciones y funciones de las mismas.

Antecedentes de la organización y su evolución:

Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla, A.C. (CMPR): Con la constitución del CMPR quien es titular de la marca colectiva mixta “Raicilla Jalisco” y con sus reglas de uso tiene la función de constituirse en un Consejo Regulador de la Raicilla.

La CMPR es una Asociación Civil formada en el año 2000 con la finalidad de agrupar y dar crecimiento a los integrantes de la cadena productiva de la Raicilla, dicha asociación está pensada para el desarrollo de marca y el posicionamiento de sus marcas de raicilla, gestionando proyectos estratégicos para desarrollar y administrarlas ante instancias Gubernamentales y Privadas, para un mayor control en el etiquetado y que se sigan los lineamientos ante la producción de raicilla, ahora ya con la NOM y la Denominación de origen (DO) para futuros raicilleros. (CMPR, 2022)

La función del Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla, A.C., es el responsable de hacer valer la marca colectiva mixta “Raicilla Jalisco”, realizando 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. Las reglas de uso de la marca colectiva mixta “Raicilla Jalisco” son bastante claras y todos los asociados sin excepción deberán seguir su aplicación.

Anteriormente, no se tenía un control y se podía tanto consumir como vender cabezas y colas de Raicilla, que son nocivas para la salud, todo esto debido a la falta de regulación por parte de las autoridades. A partir de esta situación y por iniciativa de Jorge Antonio Dueñas Peña y Alfredo Cachua Torres se formó el CMPR, siendo ellos los primeros en tomar el cargo de presidentes a partir del 26 de Julio del 2000. El Dr. Cachua tuvo el cargo de presidente en los años 2001-2002, 2010-2011, 2018-2022). La presidencia ha visto pasar 7 diferentes Raicilleros como líderes en la presidencia, algunos de ellos se mencionan a continuación: Fernando Almaráz, Jorge A. Orozco, Oscar M. Landeros, Oscar Rangel, Manuel Alfredo Florentino Carvajal y Adrián Ramírez. (CMPR Unidos Todos, 2022).

El CMPR creó una marca colectiva para beneficio de sus miembros, la cual tiene registro en el Instituto Mexicano de la Protección Industrial (IMPI), y que al igual que la denominación de origen, es un sinónimo de calidad que tiene una región geográfica definida, que protege a la materia prima, la bebida y el nombre de esta, aplicando normas estrictas de calidad y que el consumidor debe conocer para evitar ser engañado.

Actualmente, se busca desarrollar un plan para potenciar el desarrollo de este proyecto, promover y que se conozca más la Ruta de la Raicilla.

Denominación de Origen de la Raicilla:

A partir del 28 de junio del 2019, la raicilla se declaró de manera oficial como protección de la denominación de origen en el Diario Oficial de la Federación. Los municipios en los cuales está la protección de denominación de origen son; Atengo, Chiquilistlán, Juchitlán, Tecolotlán, Tenamaxtlán, Puerto Vallarta, Cabo Corrientes, Tomatlán, Atenguillo, Ayutla, Cuautla, Guachinango, Mascota, Mixtlán, San Sebastián del Oeste y Talpa de Allende, en Jalisco y Bahía de Banderas en el estado de Nayarit (IMPI; 2019), esto gracias al Ing. Jorge Antonio Dueñas Peña. Los puntos relevantes de la normatividad de la raicilla establecida en las reglas de uso de la marca colectiva “Raicilla Jalisco” son:

- 100% agave
- Graduación alcohólica de 35-45% Alc. Vol. a 20° C
- Elaborada en la zona geográfica de origen conformada por los 16 municipios del occidente de Jalisco y Nayarit
- Contenido de metanol máximo 150 mg/100 ml (esto depende de la clasificación de

la raicilla)

(DOF, 2016)

Se deberá indicar siempre la variedad de agave con la que se elabora la bebida. Si se cumple con la normatividad propia de esta bebida, se indica en la contra etiqueta la marca colectiva “Raicilla Jalisco”.

Después de obtener la Denominación de Origen (DO) de la Raicilla en 2019, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores y de Occidente (ITESO) con la participación de estudiantes de los últimos semestres de carreras tales como hospitalidad y turismo y comercio y negocios globales, se inició el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) de “Desarrollo de clústeres de turismo regional” y gracias a la iniciativa del profesor Mauricio Margules y demás partícipes y entusiastas del Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla (CMPR) dentro del ITESO, durante el periodo de verano 2021, del 24 de mayo al 17 de julio, con el plan de potenciar el desarrollo de dichos clústeres en torno a la producción de Raicilla, se integró el proyecto a la lista de PAPs ofrecidos por la institución. (ITESO,2021)

En dicho proyecto, a lo largo de esta primera etapa, se inició la investigación y recopilación de información referente a las actividades turísticas, productos y servicios turísticos ofrecidos en los primeros municipios tomados en cuenta para el estudio, todos productores de la bebida alcohólica; Mascota, Mixtlán, San Sebastián del Oeste y Talpa de Allende. Esta primera etapa diagnóstica del proyecto fue llevada a cabo junto a distintas autoridades y actores relevantes que como parte del equipo de ITESO se lograron contactar y han sido de vital importancia al brindarnos todo tipo de apoyo e información. (ITESO,2021)

Proceso de la NOM de la Raicilla

Respecto al proceso de la NOM, hay avances por parte de los actores de la cadena productiva de la raicilla en definir el contenido de la Norma Oficial Mexicana., que es un importante paso para responder a las exigencias de la denominación de origen. Además, hay un enfoque en puntualizar a detalle en torno a la materia prima, su proceso de elaboración y la certificación de la autenticidad del producto. Avanza la definición de la NOM de la raicilla. (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2022)

El Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla (CMPR), ha trabajado en un documento que tiene en cuenta el contenido del decreto oficial de la publicación en el

Diario Oficial de la Federación (DOF). Se establece en la NOM lo relacionado con el proceso de producción, que incluye el jimado del agave, la cocción, la molienda, la fermentación y la destilación.

También se establece en la NOM las categorías de la raicilla: Joven, blanco o plata, que es incolora y translúcida, y no está sujeta a ningún tipo de proceso posterior; Envejecida o madurada en vidrio, la cual es estabilizada en recipiente de vidrio más de 12 meses, bajo tierra o en un espacio con variaciones mínimas de luminosidad, temperatura y humedad; Reposada u oro, que debe permanecer de dos a 12 meses en recipientes de madera, en un espacio con variaciones mínimas de luminosidad, temperatura y humedad; y Añejada, que supone ingredientes para lograr sabores, lo que se conoce como abocado.

Antecedentes de la ruta de la Raicilla

Tras obtener la Denominación de Origen, la Raicilla buscó miles de maneras de festejar y darse a conocer cada vez más, aprovechando el rico maridaje que se le puede dar acompañada de frutos secos, cítricos, derecho o bien con platillos elaborados.

Esta ruta implica un recorrido por Puerta Vallarta (que también es un municipio productor de la bebida espirituosa), pasando por algunos bares como el Colibrí, Raicillerías como la Lulú e incluso a productores artesanales por la zona del Tuito para después pasar por San Sebastián del Oeste, Mascota y Talpa de Allende. El recorrido hasta ahora no incluye de manera planeada a todos los municipios productores de la bebida, pero aquellos en que se han realizado van:

1. Hacienda el Divisadero en Cabo Corriente, donde la producción de Raicilla es artesanal y conlleva un legado de cuatro generaciones.
2. Hacienda Don Lalín, a una hora de Puerto Vallarta, en San Sebastián del Oeste, donde la Raicilla de Don Lalín es un productor con 13 años de terrenos de cultivo que están a disposición de agrónomos de la Universidad de Chapingo para cuidar el suelo, el agave y las plantaciones de café que se tienen. Estas últimas afectan el sabor tanto del café como de la raicilla misma.
3. Jardín Nebulosa, también en San Sebastián del Oeste, donde el maridaje se enfoca en estimular los sentidos y acercar al turista a la Raicilla desde una perspectiva diferente, al lado de fruta ácida como la carambola, kiwi, toronja y manzana verde, todo junto un poco de sal de gusano. Parte de esta degustación también involucra una parte dulce, con miel de gerbera hecha con las flores del mismo lugar y chocolate con chapulines.

4. Fiesta de San Sebastián del Oeste - 20 de enero, la fiesta de patronato, se celebran charreadas y una feria tradicional. Es el evento más esperado y con mayor afluencia de turistas.
5. Quinta Mary, quinta dedicada a la producción de café de altura orgánico. Ofrece recorridos por las instalaciones y experiencias cafetaleras.
6. Tesoro del Oeste, destilería con 400 años de historia, ofrecen clases y talleres y explican el proceso completo detrás de la raicilla y su diferencia con el tequila y el mezcal.
7. Laguna La yerbabuena, puedes pasear mientras contemplas aves como patos y gansos
8. Turismo de aventura en la Laguna de Juanacatlán, una superficie aproximada de 24 hectáreas por lo que es ideal para practicar pesca deportiva y canotaje.

Proyecto Nebulosa

Proyecto Nebulosa es una familia de marcas 100% mexicanas sustentables que tienen como origen la inspiración, magia y riqueza del municipio de San Sebastián del Oeste. Este proyecto se presenta al mundo como una propuesta sostenible con visión que no sólo replantea el turismo, sino también la colaboración con el desarrollo rural. Tal como lo mencionó su fundador, el Ing. Salvador Galindo; *“Proyecto Nebulosa se caracteriza por ofrecer experiencias gastronómicas, ambientales y socioculturales con altos estándares de calidad y de alta competitividad nacional e internacional que, a su vez, promueven procesos de desarrollo local en comunión con las comunidades rurales del Municipio de San Sebastián del Oeste y que ante todo preservar el ambiente natural.”*

Existe “La ruta Nebulosa” la cual es una experiencia que engloba los proyectos que son:

- Jardín Nebulosa, sabores de la tierra: espacio de experimentación gastronómica, un restaurante en medio de un jardín, en el cual se integren los sabores de la región con la cocina experimental. Buscan que todos sus ingredientes sean de las zonas aledañas al igual que de su granja, al igual que recolectan ingredientes de temporada y buscan rescatar tradiciones de la cocina mexicana.
- Ninfa, Raicilla: se produce dentro de la hacienda “Las tres Carmelitas” y es actualmente exportada a nivel internacional. Su producción se basa en agaves Maximiliana cultivados de manera orgánica
- Cervecería Nebulosa: creada con ingredientes encontrados en el jardín botánico del

mismo proyecto, se desarrollan 4 cervezas: Gran jaguar (Indian pale ale), Maximiliana (Raicilla blonde ale), Black mula (wild coffee porter) y Nube negra (dark lager).

- Mariposario Itzapapalotl: está rodeado de la vegetación del jardín botánico Haravéri, sin duda el proyecto con la mayor demanda.
- Hacienda las tres Carmelitas: casa de descanso que comprende un área de 200,000 m² de bosque, de los cuales varios son dedicados a la preservación natural y estudio biológico de la zona.

Dentro de la hacienda, tenemos la “cantina autosustentable” en medio del bosque de nubes, destacado por producir sus propios licores y bitters, proponiendo una “mixología de la sierra” donde obtenemos una experiencia sensorial totalmente innovadora.

- Jardín botánico Haravéri: Es un jardín botánico que se desarrolla en 11 hectáreas de bosque, siendo el segundo jardín botánico en México que protege el bosque de Nubes o Bosque Mesófilo de Montaña. En él habitan más de 286 especies de flora y cuenta con distintos senderos etnobotánicos.
- Granja Nebulosa: es una granja biodinámica donde se produce la mayoría de los insumos que se usan tanto en restaurante como en la mixología, esto haciendo hincapié en la interrelación entre los suelos, plantas y animales, tratando de crear un sistema equilibrado y sustentable sin intervenciones externas como fertilizantes, pesticidas y herbicidas, solo siguiendo un calendario de siembra.

1.2 Caracterización de las organizaciones

A continuación, explicaremos más a fondo la función y papel de los actores y autoridades relevantes en la investigación y el desarrollo del proyecto.

□ Instituto Tecnológico de Estudios Superiores y de Occidente (ITESO):

El instituto ha logrado el desarrollo de un Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) donde los estudiantes de diferentes formaciones profesionales aplican de manera experimental sus saberes y competencias socio- profesionales a través del desarrollo de dichos proyectos con el fin de contribuir significativamente al escenario y a su propio aprendizaje.

El propósito de este PAP de “Desarrollo de clústeres regionales” a largo plazo es

contribuir al diseño e implementación de rutas y senderos que permitan el desarrollo social y económico de la región, dándole una relevancia turística a nivel nacional e internacional a través del fomento del turismo sustentable y responsable.

En el presente ciclo escolar, se continuará con la investigación inicial de los mismos municipios con el propósito de identificar la vocación turística de la región productora de Raicilla para contribuir al desarrollo de iniciativas turísticas o gubernamentales que en su actuar consideren; un objetivo social, propuestas innovadoras y un modelo de turismo sostenible. (RPAP, 2021)

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

Con la constitución del CMPR quien es titular de la marca colectiva mixta “Raicilla Jalisco” y con sus reglas de uso tiene la función de constituirse en un Consejo Regulador de la Raicilla (ITESO,2021)

La marca colectiva es una figura jurídica, del Instituto Mexicano de la Protección Industrial (IMPI), y que al igual que la denominación de origen, es un sinónimo de calidad que tiene una región geográfica definida, que protege a la materia prima, la bebida y el nombre de la misma, aplicando normas estrictas de calidad y que el consumidor debe conocer para evitar ser engañado (ITESO,2021).

La función del Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla, A.C., es el responsable de hacer valer la marca colectiva mixta “Raicilla Jalisco”, realizando 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).

Comité de Pueblos Mágicos:

Este requiere de la participación y coordinación de esfuerzos entre instituciones públicas, privadas y sociales, por ende, la integración de un Comité de Pueblo Mágico es necesaria para el desempeño sobresaliente de la localidad incluida en el Programa. Dicho programa comenzó con los objetivos de:

- Fomentar la participación de las autoridades Federales, Estatales, y Municipales, 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.

Así, se busca recuperar y conservar el patrimonio cultural tangible e intangible, mejorando la imagen y fortalecer el desarrollo turístico para, de manera consecuente, mejorar la calidad de vida de sus habitantes (SECTUR, 2018).

□ **Secretaría de Cultura**

Institución encargada de la promoción y difusión de expresiones artísticas y culturales del país entero, así como hacer presencia y proyección de estas en el extranjero. Impulsa la educación, investigación artística y cultural y busca dotar la infraestructura cultural de espacios y servicios dignos para hacer de las mismas, un mejor uso. Trabaja a favor de la preservación, promoción y difusión del patrimonio y diversidad cultural.

Apoya la creación artística y el desarrollo de industrias creativas, promoviendo el acceso universal a la cultura junto al aprovechamiento de los recursos que ofrece la tecnología digital. (Gobierno de México, 2022).

Dra. María Migdalia Zazueta Hernández / Mtro. Mauricio Margules Sevilla:

Agentes encargados de la dirección de la recolección de datos en el desarrollo del proyecto junto con los estudiantes que conforman este proyecto. Este equipo se encarga de realizar investigación bibliográfica y de campo con el fin de entender el proyecto y lo que se pretende lograr; con el desarrollo de la investigación y de las actividades que se realizan se obtienen los contenidos del Reporte PAP (ITESO,2021).

Además, estuvimos en conexión con actores de los siguientes municipios que nos ayudaron a estructurar el inicio de este gran proyecto, estos municipios dentro del proyecto son nombrados escenarios, a continuación se presenta una descripción de cada uno de ellos:

Municipios

Mascota

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 de Amatitlán, Mazacotla, Amaxocotlán que significa lugar de venados y culebras. Los indígenas tecos eran los pobladores de este municipio (ITESO,2021).

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. 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 (ITESO, 2021).

En el siglo XVII Mascota pertenecía a la Alcaldía de Guachinango, fue hasta marzo de 1824 cuando se dispuso la creación del departamento de Mascota y se le concedió el título de villa (ITESO,2021).

El municipio de Mascota 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 (ITESO,2021).

Se incorporó al programa de Pueblos Mágicos en el año 2015 (ITESO,2021).

Mixtlán

Mixtlán es un municipio ubicado en la Región Sierra Occidental del Estado de Jalisco. El nombre de Mixtlán, en náhuatl, significa lugar de nubes, aunque algunos autores lo han traducido como junta los leones. Sus habitantes antes de la conquista eran Coras, Tecos y Caxcanes (ITESO,2021).

Desde la conquista, Mixtlán dependía de Guachinango y fue hasta 1780 que pasó a depender de Atenguillo. En 1885 el pueblo de Atenguillo se erigió en municipio, comprendiendo el pueblo de Mixtlán con categoría de comisaría política. El 20 de octubre de 1938 se creó el municipio de Mixtlán con localidades segregadas del municipio de Atenguillo (ITESO,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 (ITESO,2021).

Mixtlán, una región rica en recursos naturales y culturales, la cual ha cohabitado en los cimientos de la montaña, de valles, de praderas. Un municipio que esconde en su sierra pinturas rupestres que datan del año 900 d.c y petroglifos que tienen un origen aproximado en el año 1300 al 1500 d.c. creados por las tribus que habitaron esta región: Coras, Nahuatls, Tecos y Caxcanes (ITESO, 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.

En la zona abundan especies como: pino, encino, roble, pastizales. También se puede encontrar variedad de árboles frutales, como el aguacate, naranjo, guayabo, durazno y otros. Se encuentran especies como venado, pantera y jabalí. Su sector económico se conforma principalmente por la agricultura, maíz, garbanzo, sorgo y frijol, ganadería, explotación forestal y comercios mixtos de primera necesidad. Cuentan con servicios técnicos comunales y de mantenimiento. Gran parte de su economía es de las remesas, envío de dinero de aquellas personas que viven en el extranjero (Secretaría General de Gobierno).

Talpa de Allende

Talpa es una palabra náhuatl que significa “sobre la tierra”. En junio de 1870, Talpa pasó a formar parte del recién creado 10º cantón de Mascota; y al año siguiente (abril de 1871) se formó un departamento comprendiendo las municipalidades de Talpa y Tomatlán, siendo Talpa la cabecera (ITESO, 2021).

Durante la segunda mitad del siglo XIX, Talpa resultó un acogedor refugio para los políticos influyentes cuando Guadalajara cayó en poder de los conservadores (en 1864). Fue así mismo una especie de cuartel general de las tropas gobiernistas que entraban y salían sin encontrar resistencia alguna. En 1885 este lugar recibe la categoría de “villa” y se le añade el “de Allende”, llamado en ese entonces “Villa de Talpa de Allende” (ITESO, 2021).

Talpa de Allende es muy conocido por la peregrinación que se hace cada año en el mes de marzo, la Ruta del Peregrino, que se ha llevado a cabo por más de 200 años. Se dice

que la imagen de la Virgen de Talpa, su gran popularidad se debe a que ha concebido decenas de milagros a los peregrinos, según los creyentes. Sus dos grandes celebraciones se llevan a cabo el 2 de febrero, día de la Candelaria, y del 11 al 19 de marzo, durante el novenario al Señor San José (ITESO, 2021).

San Sebastián del Oeste

San Sebastián es un pueblo de origen minero que tuvo sus mejores momentos en los días de la Colonia, cuando alcanzó los 20,000 habitantes. No obstante, en el siglo XIX muchos de ellos partieron hacia otros rumbos, principalmente por el cierre de las minas. 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; 52.3 por ciento hombres y 47.7 por ciento mujeres, los habitantes del municipio representaban el 1.7 por ciento del total regional. Comparando este monto poblacional con el del año 2010, se obtiene que la población municipal disminuyó un 1.9 por ciento en cinco años (ITESO, 2021).

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 debido a que está rodeado de bellos cerros verdes, tiene un centro acogedor repleto de locales agradables en los que se puede beber un café y comer unos chilaquiles o tomar una cerveza si ya es de noche. 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).

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

A partir del análisis de la información generada en períodos anteriores de este programa y las visitas realizadas, se encontraron una serie de detonantes o situaciones adversas que no favorecen la creación de un producto turístico en la región por el momento.

Se buscó formular un único enunciado que englobe estas problemáticas y el cual pueda ser utilizado como punto de partida para comenzar a generar ideas y alternativas que subsanen las deficiencias existentes, con la finalidad de que, en un largo plazo, existan los recursos necesarios.

La situación más prominente y de la cual se desprenden otros tantos puntos, es la falta de un Programa Turístico trans-administrativo que a su vez permita e incluya un plan de desarrollo integral entre las comunidades que intentan generar la proclamada "Ruta de

la Raicilla”. Como se observó en las visitas de campo, cada población e incluso cada municipio tienen su propia visión y aproximación al potencial producto turístico que comparten, que es la Raicilla, generando con esto una falta de apoyo, déficits presupuestarios y poca claridad para los visitantes que desean recorrer una de las zonas productoras de raicilla más importantes del país.

Por otra parte, hay más situaciones que juegan un papel clave dentro de la problemática y es el déficit de infraestructura en los municipios mencionados. Los caminos y las calles son de terracería, que podría no significar un gran obstáculo para los turistas — de cierta forma hacen armonía con la abundante vegetación de la zona — si estos contaran con señalización, o bien, si hubiera señal telefónica en la zona, para consultar aplicaciones de mapas con GPS.

1.4 Reto de diseño

1.4.1. Generar un plan de turismo

A partir de los estudios realizados se identificó una problemática principal; ¿cómo generar un plan de turismo de la ruta de la raicilla para que haya un desarrollo integral de las comunidades involucradas? Se generaron distintos puntos como respuesta a la primera problemática que abordaremos a continuación, palabras clave; desarrollo integral, plan de turismo, comunidades.

1.4.2. Distintivo turístico

Hacer de la ruta de la raicilla un distintivo turístico con gran valor para los usuarios y con mayores beneficios para la comunidad. Cuidando del espacio y de los recursos naturales, sociales y económicos disponibles.

1.4.3. Raicilla

La raicilla conforma un punto clave del desarrollo tanto de la zona como del atractivo turístico. Los raicilleros, la tradición y el producto son piezas fundamentales que se deben trabajar de manera cuidadosa. Desde una primera instancia, se busca impulsar el interés de la raicilla tanto de manera local como nacional.

Esencialmente, los locales de las zonas de Mascota, Mixtlán, Talpa y San Sebastián del Oeste comienzan a apropiarse de la raicilla como un patrimonio cultural y poco a poco

irá en aumento el valor de la misma.

Por otro lado, se debe impulsar el interés de la raicilla en México, dando a conocer sus características, distintivos y tradiciones, esta promoción depende en gran proporción al interés en la promoción impulsada por el Estado de Jalisco, con el objetivo de, poco a poco, ir posicionando a la raicilla como un producto de alta calidad.

1.4.4. Identificar las áreas a desarrollar y hacerlo de manera sostenible

Uno de los principales aspectos que se busca abordar en el desarrollo de un plan turístico es la identificación de otras áreas con potencial que puedan reforzar la experiencia en torno a la ruta de la raicilla. Buscamos espacios ya disponibles y experiencias que mejorar e implementar.

Todo esto desde una mirada sostenible, cuidando el espacio y la misma capacidad que tiene tanto para recibir personas como la explotación de sus mismos recursos y espacios. A su vez, generando experiencias en torno a la raicilla que respeten el entorno y las capacidades de cada raicillero.

1.4.5. Investigación y conocimiento

Uno de los retos a los que nos encontramos es encontrar y crear un equipo capacitado y con experiencia en planes turísticos. A la par, se debe conformar un equipo altamente calificado en cada área para generar e implementar el mejor plan turístico.

Los involucrados en el proyecto deberán de contar con la habilidad de generar contactos y atraer personas al proyecto que aporten valor y ayuden en el proceso de desarrollo. Por último, se debe investigar y trabajar con la comunidad, siempre teniendo en cuenta sus necesidades y prioridades.

1.4.6. Condiciones de trabajo atractivas

Uno de los principales objetivos del plan turístico es mejorar la calidad de vida de las personas de la zona, esto creando condiciones de trabajo atractivas. Se busca generar convenios con las principales agencias de viajes, así generando un nuevo punto de venta y

de comunicación.

Al trabajar con agencias de viaje nos aseguramos que la experiencia del usuario sea gratificante desde el comienzo. A la par, la infraestructura en los destinos debe ser de primer nivel, desde sus espacios físicos hasta la experiencia del usuario en los destinos turísticos.

1.4.7. Plan de comunicación

Una parte fundamental es el plan de comunicación interno y externo. Se tiene que ser coherente desde lo que se hace y lo que se comunica. Es necesario crear una estrategia de comunicación estructurada que atienda las necesidades de todos los involucrados y a la vez, que logré empatizar con el público final.

Para ello es importante analizar detalladamente el segmento de mercado al que se busca atraer e identificar los medios de comunicación que estén al alcance del presupuesto que puedan aportar los actores del proyecto. A partir de ello poder hacer diferentes canales de comunicación ya sea en Redes Sociales o en Publicidad impresa.

2. Plan de acción

2.1. Objetivo

El desarrollo de estrategias que permitan la implementación de clústeres turísticos regionales en territorios integralmente planeados, que impulsen la actividad turística de manera ordenada, considerando a todos los actores y que contemplen tanto al rescate, como la conservación del patrimonio natural y cultural para ser utilizados como un recurso turístico para el fomento de -bienestar en las comunidades del territorio que lo integran, con una visión de sostenibilidad y futuro.

Desarrollar y aplicar una metodología de intervención universitaria, teniendo como eje rector al turismo, que facilite la creación de valor compartido, valor social, valor de capital y trabajo colaborativo con distintas comunidades, logrando activar una economía regional integrada, productiva, independiente y sostenible, que constituya una comunidad que tenga como fin común, el logro del bienestar social, aparejado con el rescate y conservación del patrimonio cultural y natural.

Identificar las características y distribución de los servicios y productos turísticos para así, generar ideas sobre los mismos, tales como planes de innovación y estrategias que

diferencien a cada uno y hacer un modelado de la experiencia turística.

2.2 Alcance del proyecto

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 plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

2.3 Matriz de comunicación

¿Con quién?	Fecha	¿Por qué medio?	Motivo
Director de turismo de Mixtlan 33 1826 4742	viernes 18 de febrero de 2022	Presencial	Agendar una junta
Emmanuel Corona, Ex director de Turismo y Gerente en proyecto Nebulosa	Sábado 19 de Febrero del 2022	Presencial	Obtención de información sobre proyecto nebulosa
Ing. Galindo, restaurante Nebulosa	Sábado 19 de Febrero del 2022	Presencial	Obtención de información sobre proyecto nebulosa
Presidente Comité Pueblo Mágico de Mascota	Sábado 7 de mayo del 2022	Presencial	Obtención de información sobre los cambios en comité de pueblos mágicos

Reunión con personal de la presidencia municipal de mascota	Sábado 7 de mayo del 2022	Presencial	Actualización de información sobre municipio de Mascota
Alejandra García Lobera, Directora de turismo de San Sebastián del Oeste	jueves 24 de febrero del 2022	Virtual	Actualización de información sobre municipio de San Sebastián del Oeste
Sally Rangel, presidenta de la asociación de haciendas y casonas de Jalisco	Miércoles 9 de marzo del 2022	Virtual	Obtención de información sobre proyectos que están activos en el escenario.

2.4 WBS y Calendario de actividades

Calendario de actividades

<i>Semana</i>		
<i>1</i>	<i>19 enero Introducción al PAP, presentaciones.</i>	<i>21 enero Presentaciones de alumnos pasados, investigación y recopilación de datos de PAP del periodo.</i>
<i>2</i>	<i>26 enero Exposición de tipos de turismo; turismo rural, agroturismo, de experiencias,</i>	<i>28 enero Presentación con el grupo canadiense, creación de equipos.</i>
<i>3</i>	<i>2 febrero Presentación Final RPAP Raicilla Verano 2021 Creación Drive con carpetas.</i>	<i>4 febrero Cancelación de clase, contacto con equipo Canadá, grabación de participación individual de la presentación de un pueblo mágico.</i>
<i>4</i>	<i>9 febrero Investigación de actividades en cada municipio.</i>	<i>11 febrero Planeación primera visita, fechas.</i>
<i>5</i>	<i>16 febrero Revisión de formatos de observación</i>	<i>18 febrero Invitado Luis Manuel Macias Claro,</i>

	<i>para la visita</i>	<i>encargado de proyectos de aplicación profesional. Explicación del RPAP.</i>
6	<i>23 febrero Revisión RPAP Otoño 2021</i>	<i>25 febrero Primera visita de campo: Día 1 Mixtlán, visita guiada a la cascada y a la cueva. Comida con el consejo de raicilleros. Cena en San Sebastián. Día 2: San Sebastián y explicación jardín nebulosa.</i>
7	<i>2 marzo Plática acerca de la primera visita.</i>	<i>5 marzo Sábado segunda visita presencial. Entrevistas con Raicilleros de la zona de San Gregorio.</i>
8	<i>9 marzo Sesión con Mauricio - Paro 9M</i>	<i>11 marzo Trabajo en equipo RPAP</i>
9	<i>16 marzo Revisión del RPAP, división de tareas.</i>	<i>18 marzo Clase con la profesora Mónica Morales. En conjunto se identificaron las problemáticas y los vínculos que se tienen entre sí.</i>
10	<i>23 marzo Asignación tareas RPAP</i>	<i>25 Clase con la profesora Mónica Morales en donde identificamos diferentes opciones para la propuesta de mejora.</i>
11	<i>30 marzo División de equipos, problemática - plan de acción.</i>	<i>3 abril Planteamiento final y trabajo en el RPAP según asignación previa de tareas.</i>
12	<i>6 abril Sesión con Mauricio y Mónica - exploración, propuesta de valor, involucrados locales.</i>	<i>8 abril Presentaciones compañeros de Canadá, resultados de sus proyectos</i>
13	<i>13 abril Receso vacaciones semana santa</i>	<i>15 abril Receso vacaciones semana santa</i>
14	<i>20 abril Trabajo remoto RPAP</i>	<i>22 abril Trabajo remoto RPAP</i>
15	<i>27 abril Sesión con Jair Godinez Herrera,</i>	<i>29 abril Revisión de avances</i>

	<i>miembro del consejo promotor de raicilla, y con el profesor Mauricio Margules. Información del proyecto.</i>	
16	<i>4 mayo Correcciones RPAP, detalles finales</i>	<i>6 mayo Visita al escenario 7 y 8 de mayo.</i>
17	<i>Ensayo de presentación Revisión de documento</i>	<i>Presentación final Lunes 16 de mayo</i>

2.5 Desarrollo de la propuesta de mejora

Plan de turismo

A raíz de las experiencias vividas por cada participante del proyecto, de las varias charlas tenidas con directores turísticos municipales, además de otro importante número de actores de la industria de la raicilla y la hospitalidad de las localidades con las que se ha estado trabajando, se ha llegado a la conclusión de que el proyecto de la “Ruta de la Raicilla” sigue en calidad de propuesta, en sus etapas iniciales de desarrollo.

Al analizar dicho planteamiento a fondo, en conjunción con la información recolectada por el equipo de investigación anterior, se encontró viabilidad en la propuesta de una “Ruta de la Raicilla”. Se comenzó a desarrollar entonces la base completa de lo que sería este proyecto. Una “Ruta de la Raicilla” intermunicipal, que conecta las localidades productoras de este destilado y las une bajo una identidad comunitaria, la Raicilla.

La ruta en cuestión tiene como objetivo encontrar aquellos elementos culturales, en específico, tradiciones gastronómicas y situaciones particulares históricas que generen una identidad colectiva, rompiendo las barreras del espacio geográfico. La intención de esto es eliminar las dificultades y posibles obstáculos administrativos y sociales para la cooperación de varios municipios en un solo proyecto, construyendo un frente común que genere mejores oportunidades, visibilidad, y renombre dentro del panorama de los destilados de agave.

Al plantear lo anterior, se definió como prioridad para el equipo, continuar con el levantamiento de datos y de información de primera mano que permitiera entender cómo sería la aceptación real entre la población local, con qué recursos se cuenta y cuáles serían los puntos gancho para comenzar a con la construcción del Plan de Desarrollo Turístico que serviría como base para los desarrollos consiguientes.

En lo que respecta a los requerimientos para hacer funcionar la futura Ruta, establecimos los siguientes:

- Contar con un inventario turístico intermunicipal.
- Crear un directorio de operadores turísticos.
- Comprender la postura de los pobladores locales frente a la iniciativa.
- Clarificación de las posturas gubernamentales y políticas de desarrollo existentes.
- Inclusión del Consejo Promotor de la Raicilla en asuntos relevantes a la Ruta.

Diseño de servicio

Para complementar un plan turístico para la zona de la raicilla consideramos importante generar un diseño del servicio específico para la experiencia ofrecida por las tabernas de raicilla, esto ya que en la etapa de diagnóstico al realizar nuestras visitas, concluimos que el servicio proveído por las tabernas aunque fue muy satisfactorio, es muy dependiente a las habilidades conversacionales y de improvisación de las personas a cargo.

Esto aunque fue un aspecto positivo para nuestra experiencia, es una dependencia peligrosa , puesto que de faltar esa persona la experiencia pierde su valor, por esta razón nuestra propuesta es generar una estructura de diseño de servicio basada en la metodología de doble diamante de “design thinking” en la que el entregable es la documentación de este diseño para que las tabernas tengan una estructura establecida para su experiencia.

Comunicación

Un siguiente paso a seguir es la configuración de la ruta de la raicilla como una marca. Crear una identidad visual que unifique el proyecto, de esa manera comenzar a generar reconocimiento. De la misma manera, localizamos una falta de público meta. Proponemos hacer una investigación y un diagnóstico del público que se busca recibir en la zona para a partir de él poder hacer una estrategia de promoción enfocada en el público deseado.

Se cree pertinente el desarrollo de un mapa interactivo con todos los integrantes de la ruta de la raicilla. La propuesta se basa en un mapa que funcione de manera virtual y pueda ser descargable para así poder mostrar diferentes itinerarios para cada grupo de personas que desee visitar la zona. Idealmente, el mapa se conforma de manera integral, añadiendo negocios locales y atractivos turísticos que complementen la experiencia del usuario.

3. Valoración de productos, resultados e impactos

Con cada visita se recolectó información de la experiencia y las observaciones realizadas fueron las siguientes en cada visita:

Primera Visita:

Empezamos visitando Mixtlán donde fuimos recibidos por el director de turismo. Hablamos sobre la situación actual así como los planes a futuro. El director de turismo también es el guía turístico de la zona. Nos llevó a un recorrido por un pequeño sendero que lleva a una cascada y después a una cueva. Termina el recorrido con una degustación de una crema de raicilla local.



Fig. 1 Plaza Principal Mixtlán



Fig. 2 Presidencia Municipal Mixtlán



Fig. 3 Sendero



Fig. 4 Cascada



Fig. 5 Cueva

Nos dimos cuenta que la experiencia que brinda deja mucho que desear. Si bien puede ser un servicio que forma parte de toda una experiencia no tiene suficiente valor como unidad. Una fortaleza que tiene

es que el mismo director de turismo tiene la experiencia y la disponibilidad para capacitar a otras personas al igual que la disposición a apoyar en un proyecto turístico en la zona.

Continuamos en Mascota en donde asistimos a un evento del consejo promotor de raicilla. Existe una gran comunidad en este ambiente, conocimos a muchos racilleros y nos presentamos con el nuevo presidente del consejo.

Por último, visitamos San Sebastián del Oeste, comenzando con la fabrica de café y después el pueblo. Por la noche fuimos a la taberna de Checo Tesoro del Oeste. Vimos la gran fuerza que tiene San Sebastián del Oeste como distintivo turístico. Por su cuenta ya tiene un gran flujo turístico y cuenta con la infraestructura para recibir más. El hotel en el que nos hospedamos cumplía con los estándares esperados. La taberna de Tesoro del Oeste es la única en San Sebastián y nos pareció que unifica de buena manera la experiencia de las tabernas de la zona.



Fig. 1 Fachadas San Sebastián del Oeste



Fig. 2 Patio Hotel



Fig.3 Taberna de Tesoro del Oeste

El segundo día hicimos una pequeña caminata a la Mina Santa Gertrudis, vimos el pueblo de día y por último fuimos a conocer Jardín Nebulosa. Reafirmamos lo que teníamos pensado de San Sebastián y lo reforzamos con Proyecto Nebulosa que le da gran fuerza a la zona. Jardín Nebulosa brinda un excelente servicio a sus clientes aumentando el valor de toda la zona.



Fig.1 Mina



Fig. 2 Señalética Mina



Fig. 3 Barra Jardín Nebulosa



Fig. 4 Restaurante

Segunda Visita:

1. La taberna del “Tío Luis”, fue una de las tabernas de las cuales tuvimos la dicha de visitar, en esta taberna el Ing. Agrónomo quien también se encarga de revisar los procesos de producción, brinda una experiencia informativa sobre el proceso de la raicilla.



- o Además de explicar el paso a paso del proceso, en el momento lleva a cabo las tareas de producción para que entiendas más a fondo la elaboración de la bebida.
1. También puedes degustar la pulpa de la raicilla en el lugar, la cual

queda excelente como maridaje en el momento de la degustación. Es interesante que el maridaje sea el ingrediente principal de la raicilla, se podría decir que “comes lo que tomas”



2. Otro atractivo de la ruta de la raicilla son los caminos, estás completamente sumergido en hectáreas y hectáreas de naturaleza con prácticamente nula intervención humana.



3. En Mixtlán puedes degustar de distintos cocteles preparados con raicilla y puedes comprar las botellas incluso ya preparadas, estas botellas se comercializan en EUA y algunas zonas de México.



4. Taberna “La Reina”, una taberna muy conocida de la zona, con una vista muy linda, cabañas y además tienen un alambique antiguo, un barril de madera que en la actualidad ya no se usa, pero el Ing. Agrónomo quien también guía la visita de la taberna del “Tío Luis” explica a detalle cómo se usaba.



Tercera Visita:

En nuestra última visita visitamos Ahuatepec donde visitamos la taberna Tres Gallos donde fuimos recibido por el raicillero Adan Hernández el cual nos platicó un poco sobre su

taberna, los procesos de la raicilla y como es que ellos producen la suya y un poco sobre la historia de la raicilla en su región y como se consideraba clandestina, tuvimos suerte ya que ese mismo momento estaban cocinando la raicilla que es un proceso de casi 48 hrs y pudimos presenciar el aroma que producía. Al mismo tiempo nos dió un tour por su taberna/fábrica y nos explicaban que ellos ya estaban recibiendo visitantes en grupos donde les ofrecían bebidas de mixología con raicilla para que conocieran un poco más de este destilado y se animaran a comprar una botella (Fig. 1). Ahí mismo conocimos a Dolores quien ayudaba a Adán y nos platicó un poco más de la raicilla, cómo se empaquetan y nos dió degustación de sus diferentes tipos de productos de raicilla que producen, los cuales son; Tres Gallos, para consumo local y se tiene planeado sacar una edición añeja al mercado pero eso sigue en prueba, El Acabo y Asil que es una raicilla de venta en el extranjero. (Fig. 2)



Fig.1 Taberna Tres Gallos



Fig. 2 Productos de Raicilla

De ahí nos trasladamos hacia la Hacienda que se encontraba a lado de la taberna y cuyo dueño es Didier Aguilar, posterior a eso visitamos un lugar donde producen Huevos de Libre Pastoreo y nos fuimos a comer al terminar la visita. Al termino de comer agarramos camino para ir a visitar a la Taberna Maria la Altanera donde conocimos a Paulo López que nos dió a degustar un poco de sus productos y de las raicillas de sabor y que constantemente está “experimentando” nuevos sabores para lanzar al mercado y nos comentó de sus proyectos a futuro y lo que tiene planeado hacer (Fig. 3), también nos platicó que mucha gente visita dicha taberna cuando es el mes del peregrino y por la ruta pasan a la taberna, eso y visitantes que quieren conocer su taberna, cuentan con cuentas oficiales de facebook e instagram y envíos a toda la republica mexicana.



Fig. 3 Taberna Maria La Altanera

Al terminar nos íbamos a trasladar hacia Mascota donde nos íbamos a hospedar en un Hotel, pero visitamos la Cruz del Romero, un punto de la ruta del peregrino y conocimos un poco acerca de este lugar turístico religioso, ya acabando eso, nos fuimos al Hotel para en la noche ir a cenar al restaurante “El Fayuque” (Fig. 4) que se encuentra en un pueblo que se llama La Yerbabuena a pocos metros de Mascota, donde conocimos a Peter y su pareja, el cual nos prepararon pizzas y nos platicaron el porque se encontraban en este lugar, un poco sobre diferentes rutas de senderismo y ciclismo.



Fig. 4 Restaurante “El Fayuque”

Al día siguiente por la mañana fuimos a visitar el Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla, donde nos dieron una pequeña Charla y más acerca de su historia y lo que han logrado como consejos, como que están a punto de que creen una NOM, y como varios raicilleros se siguen

uniendo a dicho consejos, como es que se pueden unir, y el alcance que quieren lograr, incluyendo diferentes regiones como la costera, invitarlos para que se unan al consejo y se está regularizando todos los procesos y venta de la raicilla y se unan al proyecto de la Ruta de la Raicilla (Fig. 5). Posterior a eso nos trasladamos a desayunar y luego visitar la Presa Corrinchis para así regresar a Guadalajara y concluir nuestra última visita.



Fig. 5 Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla

Se trabajó a la par con los estudiantes de la universidad Royal Roads. Con ellos pudimos visualizar los alcances y limitantes que podía tener generar un producto turístico en un área como la de la ruta de la raicilla. Con nuestra ayuda, generaron un diagnóstico de la zona así como las posibles soluciones o alternativas para generar un plan turístico. Concluyeron que sus ideas iniciales eran muy ambiciosas para las posibilidades e infraestructura con la que se cuenta pero que existe gran potencial en el proyecto.

3.1 Productos

El producto que se generó es un plan de turismo que responde a un reto de diseño y a la pregunta; ¿Cómo podemos generar un plan de turismo de los Caminos de la Raicilla para que haya un desarrollo integral de las comunidades involucradas?. A partir de esa pregunta planteada se discutió y se concluyó que el plan de turismo debería tener un distintivo turístico y generar interés de manera local sobre la raicilla y por la zona más cercana a las comunidades involucradas y posterior generar un interés por la raicilla por todo México, ya que algunos productores ya están iniciando a exportar la Raicilla al extranjero, principalmente a Estados Unidos.

¿Cómo se podría lograr? Generando experiencias en torno a la raicilla y tener un

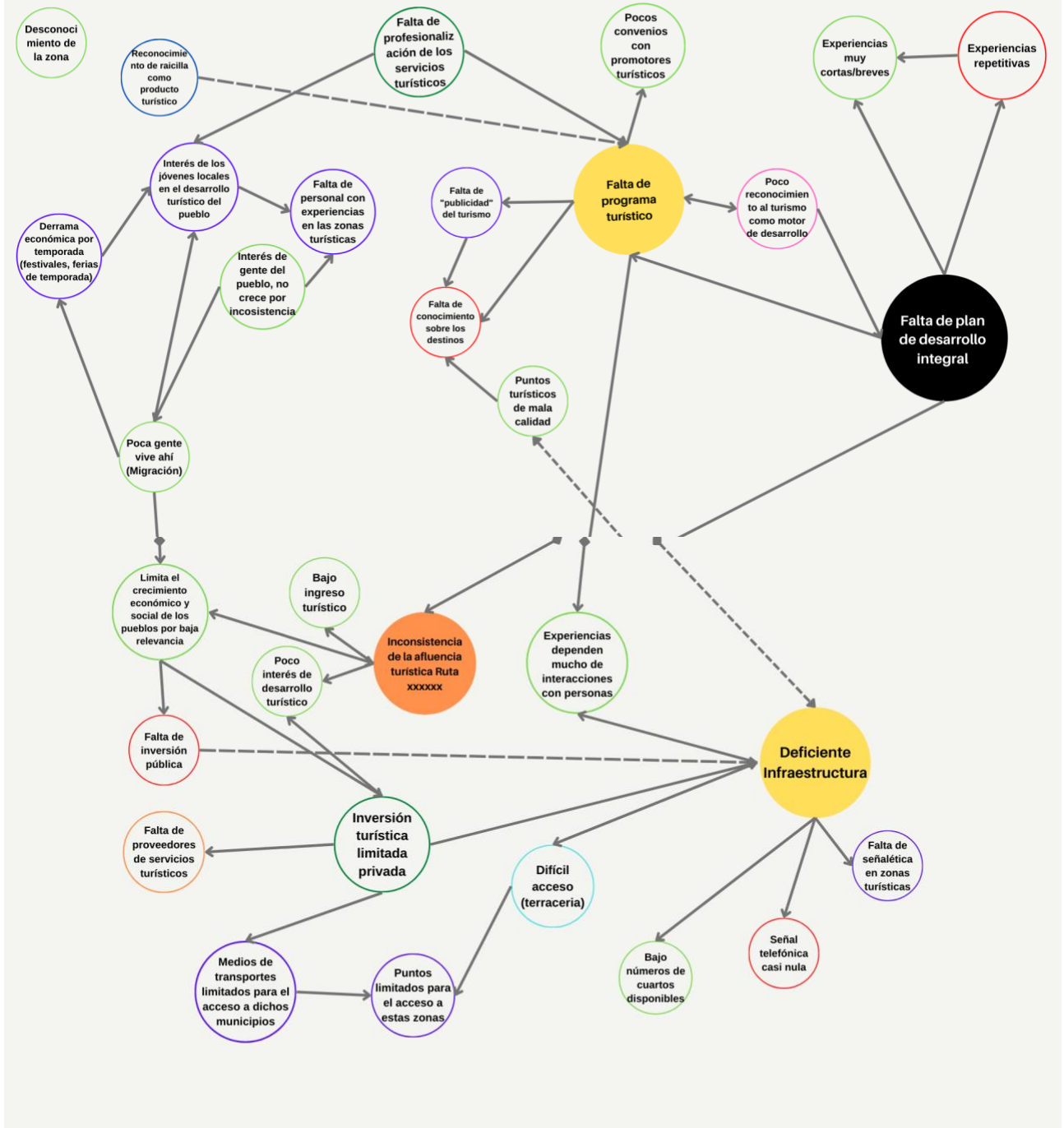
posicionamiento de la raicilla, generando puntos de interés e identificar áreas a desarrollar y al mismo tiempo hacerlo de manera sostenible, observar las áreas de oportunidad de mejora y sacarle provecho a dichos puntos, involucrando a la mayor cantidad de productores como de actores con experiencia y conocimiento turístico, tener un trabajo con experiencia con planes turísticos, ideales en diferentes áreas para así mismo generar e implementar un buen plan y que así mismo trabajen a la par con las comunidades, presentándoles la oportunidad de crecimiento y generación económica que pueda salir a partir de dicho plan.

Dicho plan debe contener un buen plan de comunicación estructurado de manera interna y externa, convenios con las principales agencias de viajes, pero hacer que sea de manera local o que termine generando ingresos de manera local y haya una colaboración o que el beneficio sea mayoritario para las comunidades del camino de la raicilla.

De igual manera que contenga una infraestructura de primer nivel en los destinos, es decir, las tabernas, las fábricas donde se produce la raicilla, poseen una infraestructura para posibles visitas y degustaciones para así que las personas les parezca interesante participar en dicha experiencia y oportunidad

1. Lluvia de ideas acerca del plan de desarrollo integral de la raicilla, con la finalidad de reunir todos los posibles problemas que pueda enfrentar dicho proyecto y posteriormente poder englobar en un mapa de reto de diseño para encontrar posibles soluciones ante dichas problemáticas. Este fue el primer paso que se siguió para generar el plan de turismo final.

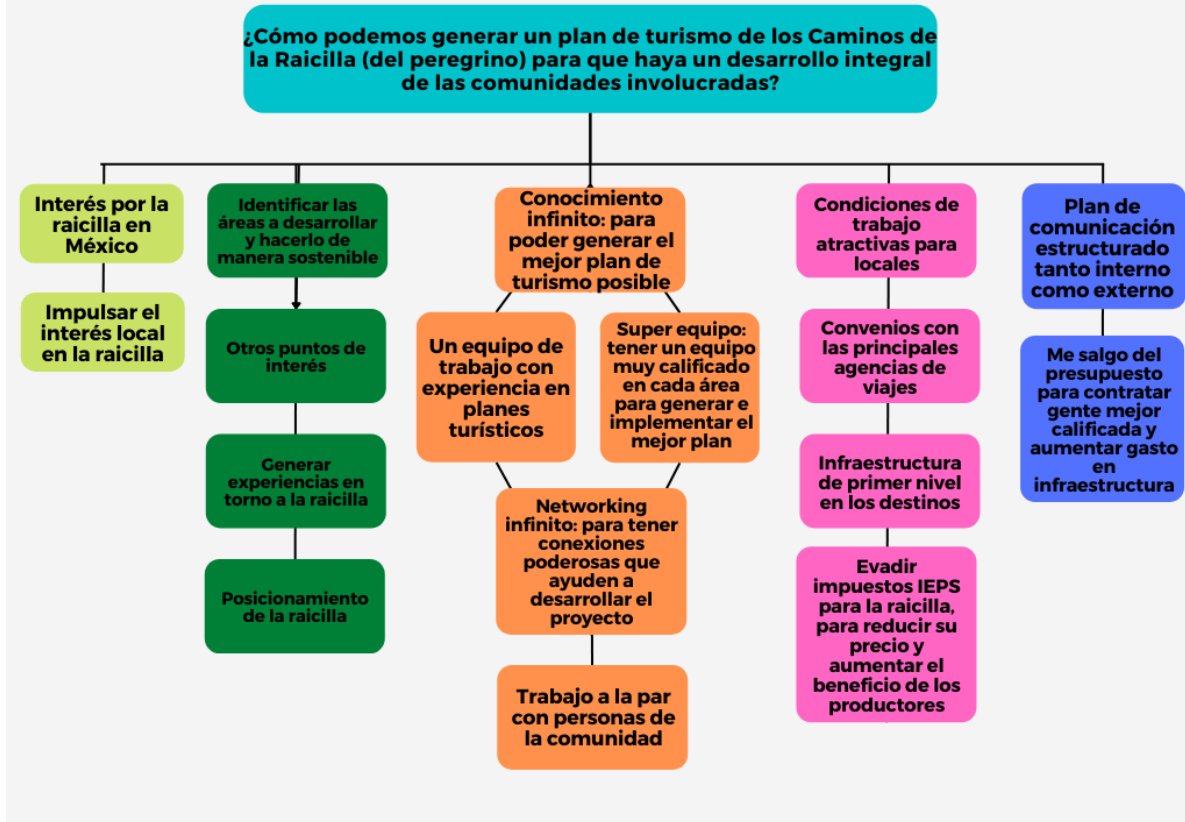
Lluvia de ideas - Plan de desarrollo integral Ruta de la Raicilla



2. Mapa conceptual sobre generar el distintivo turístico del plan de turismo, todo esto

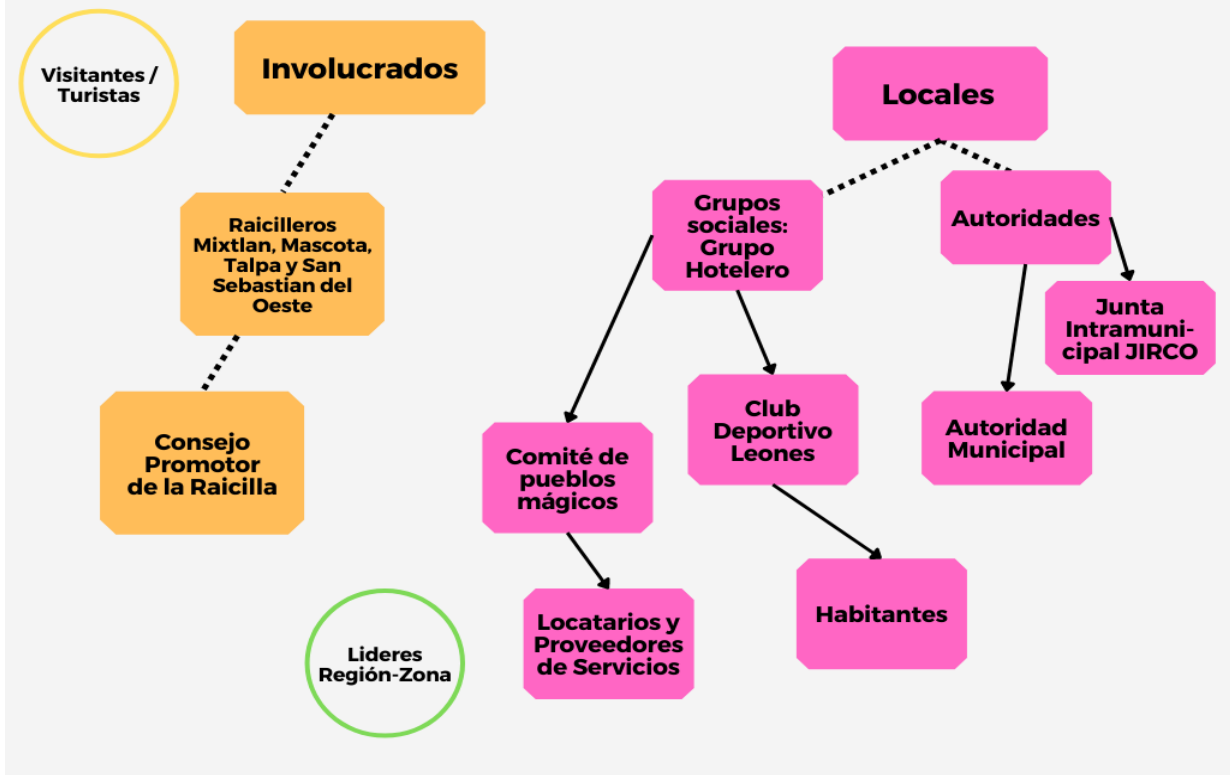
para poder generar un desarrollo integral con todas las comunidades involucradas. El cómo se va a lograr o alcanzar dicho objetivo y plan.

Reto de diseño - Distintivo turístico



3. Por último, con otra lluvia de ideas se adjuntan los potenciales actores participantes en la elaboración del plan de turismo y de qué manera van a participar.

Acercamiento con los actores



3.2 Producto

Diseño de Servicio

Se decidió concentrarnos en la parte del servicio de las experiencias a tratar, pero con un énfasis en las tabernas, debido a que se consideró que este es el enfoque principal para lograr el objetivo que es potencializar el turismo en esta región. Para esto se hicieron varias visitas a los municipios de Mixtlán, San Sebastián del Oeste, Talpa y Mascota. En estas visitas experimentamos de primera mano el servicio ofrecido por estas tabernas en la que se nos dio el recorrido con la explicación sobre la producción de la raicilla, la historia de la taberna, una degustación e incluso en algunas se nos dio un bocadillo.





Durante las visitas fuimos analizando las fortalezas y las áreas de oportunidad que encontramos. Las fortalezas son:

- Es una experiencia educativa y aunque es similar a una visita de una tequilera, al ser un producto que no es conocido, todavía existe ese sentimiento de asombro y curiosidad
- Aún cuando las experiencias son prácticamente las mismas en las tabernas, notamos que es posible que cada uno tenga un diferenciador que evite que se sienta repetitivo, por ejemplo la taberna del tío Luis tiene cabañas, la taberna de tesoro del oeste se encuentra en un lugar muy bello y las estrellas se veían increíble y Nebulosa te ofrece una experiencia gourmet muy única.
- Los recorridos fueron impartidos por las personas que llevan a cabo el proceso de producción y la mayoría son personas con mucha experiencia y apasionados por su trabajo, lo que resulta en una experiencia positiva y diferenciada
- El ambiente rural y de montaña le añade mucho valor a los recorridos y a las tabernas

Algunas de las áreas de oportunidad que detectamos son las siguientes:

- Las experiencias son improvisadas y aunque pueden resultar positivas, es muy propenso a inconsistencias

- No tienen identificado su segmento de mercado, por lo que no adaptan su experiencia a su cliente principal
- Falta tener una estructura de la experiencia en la que todas las personas de la organización sepan qué hacer

Teniendo esto en cuenta, recolectamos todos nuestros hallazgos de las visitas y llegamos a la conclusión de que en la parte de servicios lo que hace falta es una estructura u organización para que la experiencia pueda alcanzar una constancia casi perfecta en la que cada visitante se lleve la misma experiencia, una experiencia asombrosa que lo lleve a recomendarla a todos sus conocidos y amigos. Para esto en este PAP decidimos realizar una serie de herramientas que permitan visualizar lo que actualmente están haciendo y cuál sería el resultado final, para esto realizamos las siguientes herramientas:

- Persona Profile
- Customer journey as is
- Hallazgos
- Conclusiones
- Plan de seguimiento

Persona Profile

Persona Profile



Carlos

31 años

Mexicano

"Busco experiencias nuevas divertidas y educativas"

¿Quién es el?

Es consultor de empresas como profesión, lleva ya 7 años trabajando de tiempo completo y es totalmente independiente.

- En lo que más le gusta gastar su dinero es en experiencias
- Es cuidadoso a la hora de seleccionar su experiencia de fin de semana o vacación, investiga a fondo y lee reseñas

¿Cómo encontró la opción de la ruta?

Por un comentario de un amigo/conocido

Pain Points

- Experiencia que se sienta improvisada y sin calidad
- Experiencias repetitivas y sin una propuesta de valor

¿Por qué participaría?

Porque esta interesado en una experiencia única en la que pueda conocer la región

¿Qué le interesa saber?

- El proceso de la raicilla
- La historia de la raicilla
- . Anécdotas del productor

miro

	CONOCER	ESCOGER	CAMINO	DESAYUNOS/COMIDAS	TABERNAS
Metas del usuario	Probar la raicilla viviendo una experiencia diferente.	Elegir las mejores tabernas/hospedajes/restaurantes/atracciones dentro de la ruta.	Llegar a los lugares elegidos en la ruta.	Comer algo especial de la zona.	Pasar un buen rato y degustar la raicilla.
Expectativas del usuario	Encontrar en internet/redes sociales toda la información para empezar su aventura.	Encontrar un catálogo con las opciones así como reseñas de los atractivos.	Usar aplicaciones de mapas para llegar.	Encontrar platillos/ingredientes únicos.	Conocer la raicilla y tener experiencias únicas en cada taberna.
Proceso	Explorar internet y redes sociales.	Buscar cada opción por separado, leer reseñas en distintos sitios y elegir las que más le agraden.	Ir acompañado de alguien que conozca los lugares, pedir indicaciones a los locales.	Se lleva a cabo un proceso normal de comida, quizás se conversa con quienes atienden el restaurante/fondador donde se desayuna.	<ul style="list-style-type: none"> Llegar a la taberna. Escuchar el proceso detrás. Escuchar sobre los diferentes tipos de agaves. Aprender las vistas y los alrededores. Degustar la raicilla y en ocasiones con su maridaje. Platicar con raicilleros. Continuar con la ruta.
Problemas	No hay un lugar donde pueda conseguir la información conglomerada de la ruta.	No existe un catálogo con la variedad de atractivos en la zona.	No hay señal. No hay señalización.	Quizás quienes atienden no conocen sobre la ruta de la raicilla o no saben qué recomendaciones hacer.	Se visitan muchas tabernas y no hay diferencias notables entre ellas.
Ideas/Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Una página web. Un perfil en Instagram, Facebook y Twitter. Reunir en ellos la información que ya se tiene sobre la ruta y las opciones así como invitar a raicilleros, hoteleros, restauranteros, etc. de la zona a compartir su oferta para agregarla a la página y plataformas. 	En la misma página y redes sociales hacer apartados de Hoteles por ejemplo y desplegar todas las opciones de hoteles que hay dentro de la ruta con su información (horarios, contacto, ubicación etc.). En la página los visitantes pueden dejar sus reseñas.	En página web y redes compartir mapas, croquis y puntos donde puedan pedir información a locales sobre direcciones en caso de desubicarse.	<p>Dar folletos a quienes atienden para repartir a los visitantes y que vean ahí qué opciones tienen.</p> <p>Se podría usar de inspiración los mapas de la guía "Antiturista" para atacar también el problema de "CAMINO".</p>	<ul style="list-style-type: none"> Explorar distintivos de tabernas (por ej. existen frutas exóticas que sólo se dan en lugares cercanos a la ruta). Hacer un catálogo de los distintivos ya identificados.

Hallazgos

- La experiencia es repetitiva en cada taberna
- Cada diálogo con tabernero es muy diferente y depende mucho de la personalidad y conocimientos del mismo
- Aunque es la misma experiencia, hay oportunidad de agregar un diferenciador en cada taberna
- El segmento de mercado al que está dirigido esta experiencia está dispuesto a pagar con tal de que la experiencia valga la pena, por lo cual hay oportunidad de agregar servicios adicionales
- Las experiencias son peligrosamente dependientes de una o dos personas que conocen el procedimiento y saben tratar a las personas. Hace falta estandarización

Conclusiones

En este semestre nuestro equipo PAP se concentró en la recolección de información a través de las visitas que realizamos a los destinos turísticos, en las que hicimos una serie de hallazgos importantes que permiten ampliar el alcance para la siguiente etapa del PAP.

En esta investigación se definió el segmento mercado a atacar para las tabernas en la que se decidió que fueran personas entre 30 y 40 años mexicanos o extranjeros con un trabajo e ingresos altos y estables. También se definió a través de un customer journey como es la experiencia actualmente para que con esta información se pueda plantear la alternativa que debe aprovechar las áreas de oportunidad identificadas, que principalmente resaltan la falta de estructura en la experiencia y el énfasis en una propuesta de valor que diferencie a cada taberna para que estas experiencias se complementen y no se conviertan en productos sustitutos entre ellos.

Con la información recolectada y los hallazgos generados concluimos que el área de la ruta de la raicilla tiene un alto potencial de éxito en el que puede destacar la ruta de la raicilla como producto principal, pero sin dejar fuera otras experiencias complementarias como atractivos naturales (hikes, cascadas, rutas de bicicleta, miradores, etc), ya que es esta combinación la que va a otorgar valor a esta región y va a permitir que se diferencie a su contraparte que es la ruta del Tequila.

Esta propuesta de valor debe convertirse en el enfoque de las siguientes etapas del PAP para que con un conjunto de disciplinas los estudiantes elaboren un plan de acción que asegure un resultado fructífero equitativo para todos los interesados de la región.

Plan de seguimiento

Para continuar con el desarrollo de la región en el área de servicios proponemos las siguientes actividades en la siguiente etapa:

- Desarrollo de diseño de servicio para experiencia general de taberna
- Guión base para recorrido de taberna
- Capacitación a taberneros de experiencia estandarizada

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.

Marcus Gleason

Al estar investigando y experimentando lo que es la ruta de la raicilla y las distintas experiencias turísticas, durante este PAP obtuve un mayor conocimiento de lo que implica poder tener un modelo turístico en una región que sea justo, sustentable y fructífero para la comunidad. Aunque uno busca poder atraer el turismo a la región lo más pronto posible y que genere la mayor cantidad de ganancias, hay que tener diversas consideraciones en cuenta, ya que muchas de las maneras para lograr un crecimiento rápido y relativamente fácil es irse por el camino sencillo, lo que resultará a la larga en una repartición injusta de la derrama económica generada y un descuido de los recursos naturales que son lo que hace atractiva a la región en primer lugar.

Dicho esto creo que el futuro de esta zona es prometedor y puede ser una historia de éxito siempre y cuando se eviten las decisiones negativas vistas en otros destinos como Tequila y la Riviera maya. El objetivo principal de este proyecto de ahora en adelante debe ser desarrollar las capacidades de respuesta hacia el turismo de las tabernas y otros negocios de servicios turísticos para que los recursos caigan en sus manos y evitar la repartición innecesaria de recursos con empresas turísticas que realmente son empresas de transportación.

Emmanuel Flores

Al escuchar sobre este PAP me interesó mucho lo que ofertaba y como era algo diferente a lo que suelo ver, puesto que está más ligado a la parte del turismo y servicios , pero me di cuenta de que no solo eso, sino que se necesita de estudiantes de negociación y comercio debido a que como estamos trabajando sobre un servicio y producto, dicho producto puede ser vendido hasta exportado y se necesita ayuda cuando se empieza a comerciar más, a pesar de que en este momento no está el enfoque en eso y pude aportar algo de mi conocimiento al proyecto y a mis compañeros. De igual manera, me deja conocimiento acerca de lo que es una economía circular y como puede tener un modelo turístico de manera sustentable y cómo se apoyan entre sí mismos.

Sobre la experiencia, la disfruté mucho, conocer comunidades que muchas veces solo están de pasadas, conocer sus puntos atractivos, ferias, como es que se desarrollan y todo lo

que han crecido, me gustó el hecho de conocer comunidades y municipios que nunca me imagine visitar o incluso que existieran, las personas que conocí, los raicilleros, todos proporcionaron información muy interesante y nos platicaron lo que hacen y cómo lo hacen.

Aramara Ulloa

Mi visión acerca de los Proyectos de Aplicación Profesional fue cambiando a lo largo del desarrollo de este PAP en específico. Principalmente, me parece que se necesita saber escuchar y entender las posibilidades de tu propia ayuda. Inicialmente, no comprendía exactamente lo que estábamos haciendo, pero ahora me parece sumamente importante este registro e investigación que estamos llevando a cabo, ya que no se trata de hacer por hacer o ayudar donde creemos necesario sino de encontrar una manera de trabajar con la comunidad para lograr los objetivos que se desean. Todas las personas que hemos conocido han sido sumamente amables y nos han invitado a su hogar. Creo que es una tarea muy grande la que estamos tratando de hacer y es posible solo si hay buena organización.

En algunos aspectos más específicos, considero que es importante que exista una figura más visible de líder, ya sea uno de los tutores o uno de los alumnos. Ayudaría a generar mayores resultados y mejoraría la experiencia general del proyecto. También me parece que fue un poco complicado incluir en esta etapa del proyecto a una universidad extranjera, creo que su aportación hubiera sido de mayor valor en otro punto que no fuera el diagnóstico.

Alondra Gutierrez

Durante este PAP logré vivir una experiencia muy especial, ya que yo estaba con una perspectiva meramente académica, sin embargo, el poder convivir directamente con los raicilleros, conocer el proceso artesanal del producto, conocer sus historias, sus presentes y motivaciones, es muy inspirador el hecho de poder ayudar de cierta manera, ser parte de este gran proyecto promoviendo y desarrollando desde una mirada sostenible, saber que estoy contribuyendo de manera positiva, productiva, no solo tener la motivación de una buena calificación.

Las visitas también me hicieron darme cuenta de que tenemos destinos turísticos únicos, demasiada riqueza natural y demasiado cerca, que probablemente no frecuentamos por falta de conocimiento y promoción, sin embargo, estamos a tiempo de poder desarrollar estrategias para intentar direccionar el destino al turismo deseado y que se adapte más a las

necesidades para no terminar con la identidad de los municipios.

Ana Christina Falcón Koch

Pude reconocer varias implicaciones éticas a considerar en la continuación del desarrollo de este proyecto. Por un lado, existen consideraciones ambientales relacionadas a los cultivos, así como de los locales, que si bien podrían beneficiarse de la estimulación económica que el desarrollo del proyecto podría significar, existen actores que podrían no estar interesados y , por el contrario, en desacuerdo con la transformación de su entorno (no necesariamente una transformación a gran escala).

Otra consideración importante es que estamos hablando de un licor con alto porcentaje de alcohol, como bien observó el Mtro. Mauricio Margulles, hay que cuidar que la convivencia permanezca siendo sana y guiar el interés de las personas, no hacia una borrachera nada más, sino a una experiencia cultural, donde aprendan de los procesos de la Raicilla, su historia, de las manos que la hacen que tienen interesantes historias qué compartir así como los locales en general, los restauranteros, hoteleros, etc.

Que los visitantes se envuelvan en la frondosa naturaleza que rodea a estas tabernas y no solamente que observen los alrededores, sino que también hagan consciencia de lo valiosa que es y que durante su visita se cuide y respete. Esta última parte también aplica hacia los locales, quienes abren sus puertas a visitantes.

Arturo Cendejas

Cuando inició nuestra participación en el proyecto resaltaron muchos elementos culturales, sociales y ambientales que denotaban desde un inicio que sería un trabajo con implicaciones mucho más profundas que las económicas únicamente. Como experiencia, puedo afirmar que fue muy gratificante ir entendiendo cómo funcionaba y giraba el mundo de la raicilla, la profundidad de su identidad y su función como enlace para muchas otras cosas.

Conforme se fue avanzando en las investigaciones, pero principalmente gracias a las visitas in situ, encontré y entendí una serie de nuevos objetivos o posibilidades que se abrían frente a nosotros en este PAP. La raicilla, a diferencia de otros destilados, tiene un papel intrínseco en unir los elementos culturales que coexisten en su entorno. Al entender esta situación, el panorama cambió, logré comprender la magnitud del proyecto que estábamos

por llevar a cabo y sobre todo, la responsabilidad que existe al estar trabajando con cultura, historia, tradición y medio ambiente.

Arturo Ramos

Empezando el proyecto tenía una idea sobre lo que se buscaba como objetivo en la ruta de la raicilla, que era de cualquier forma dar a conocer la “ruta de la raicilla” y en busca de comercializar el producto a gran escala. Esta idea cambio drásticamente al conocer a los productores y gente implicada en donde ellos tienen el conocimiento y la visión para que su producto sea valorado y reconocido con todos los atributos que este producto tiene. Me di cuenta de que no es una tarea fácil, ya que hay muchos factores que se tienen que cuidar para que sea un modelo de turismo completo y a la misma vez sustentable.

Creo que a lo largo de las visitas nos ayudó mucho como equipo contextualizar y entender que tipo de acciones son importantes para el desarrollo de este proyecto, entendimos que el negocio tiene que ser redondo para las personas que trabajan y viven en estas zonas para que realmente los beneficios logrados se queden allí y tenga un crecimiento económico sano.

Aprendizajes logrados

Arturo Cendejas

Durante la realización de este proyecto, logré reconocer un aprendizaje muy importante, cuando estás trabajando o creando algo con base a un elemento cultural, histórico y/o social, tu visión debe ser integral y debe de abarcar todos los puntos necesarios para que el trabajo que en cuestión está realizando tengo un beneficio que permee a todos los actores involucrados, que cuide y beneficie al contexto en el cual se desarrolla, que respete y propague la riqueza cultural y por último y más importante aún, que sea flexible y se adapte a lo que el entorno ambiental y social necesiten en ese momento.

Cuando se inició con este trabajo, la mentalidad que existía era crear el mejor producto turístico que se pudiera. Junto con esta mentalidad venía también nuestro parámetro de éxito que era lograr generar la mayor cantidad de utilidad posible, es decir, diseñar aquello que sirviera como un negocio para los pobladores y poblaciones, buscando siempre maximizar el impacto económico en las zonas donde se llevaría a cabo. Con el paso de las semanas y meses esta mentalidad comenzó a cambiar cuando entendimos que el dinero, las utilidades y las ganancias potenciales no eran lo que estábamos buscando realmente y mucho

menos era lo que estaba buscando la población local.

Hubo un cambio de aproximación y la sinergia entre el entorno natural y el contexto cultural de cada una de las municipalidades se convirtió en la prioridad y objetivo primero durante las siguientes etapas del proyecto. Buscar realizar un producto que integrará la cultura, el medio ambiente, el factor humano y la riqueza histórica de la raicilla fue la nueva manera de medir el éxito del proyecto.

Tengo que mencionar por último que gracias a este PAP entiendo la importancia de integrar todos los elementos que existen junto a un producto tan complejo y completo como lo es la raicilla. Al hablar de un elemento gastronómico damos por hecho la existencia de tradiciones, historias, momentos y recursos tanto naturales como humanos que están involucrados en todo momento en el proceso de este destilado. Es por eso por lo que no podemos dejar fuera y mucho menos reducir la identidad de la raicilla a “un potencial producto para comercialización”, y es precisamente ahí donde cobra importancia y entra nuestra responsabilidad de preservar y difundir la identidad cultural que inicia por la raicilla, continúa con sus productores y consumidores y termina en su tierra de origen.

Marcus Gleason

Durante estos 4 meses en los que se llevó a cabo este PAP amplíe conocimientos en los que no tenía mucha experiencia práctica. Hablo de la rama turística, y aunque en mi carrera es importante debido a que es uno de los servicios más rentables que hay, mi conocimiento era meramente teórico. En el PAP tuve la oportunidad de hacer 4 viajes de campo a la región de la raicilla que se concentra por los municipios de Mixtlán, Mascota, San Gregorio, Talpa y San Sebastián del Oeste.

En estas visitas tuvimos la oportunidad de platicar con el director de turismo de Mixtlán, una plática en la que nos expresó sus ideas y aspiraciones para el turismo en Mixtlán en el futuro cercano con las que nos dimos cuenta que Jesús busca abrir el interés de las personas de Mixtlán hacia el turismo, ya que actualmente el interés no es muy alto, esto lo busca lograr a través de festivales como el del hongo en el que el objetivo es que la gente se dé cuenta de los beneficios traídos por el turismo. También pudimos visitar varias tabernas en las que cada uno aunque en papel es la misma experiencia, cada una de ellas tiene un diferenciador, lo cual nos indicó que es posible armar un viaje por la ruta de la raicilla que no se sienta como una experiencia repetitiva.

Adicionalmente durante estas visitas logramos identificar bien la relación que tienen todos los factores que componen una experiencia turística como la infraestructura, los servicios y la comunicación. Es importante lograr una cohesión entre estos factores para lograr una experiencia de valor, y no necesariamente todo tiene que ser de lujo, se puede mantener un estilo de pueblo rústico manteniendo un estándar de servicio de calidad. Para esto es necesario que la gente tenga una mentalidad de servicio y se tiene que ser consistente, las experiencias no pueden depender de una persona para que sean exitosas, esto es un aprendizaje clave que logre, es imprescindible estandarizar las experiencias para que se pueda alcanzar esa constancia que logre poner en el mapa a esta región, ya que no hay mejor publicidad que la de boca en boca.

Emmanuel Flores

A lo largo de este PAP, durante el pasar los meses, adquirí diferentes aprendizajes que me van a ayudar en el momento que empiece a trabajar ya sea de conocimiento inmediato, o que hacer ante ciertas situaciones, al igual que me abrió el panorama y me ayudó a percibir de otra manera lo que es el turismo sobre todo al querer desarrollar un plan de turismo en un círculo de municipios con elementos culturales, históricos, sociales y hasta de producción, ya que todos son ingresos, pero se necesitan desarrollar proyectos y planes para mejorar ya sea infraestructura, cambiar la dirección o el objetivo y lograr así mayores beneficios, de la manera más efectiva y beneficiando en casi su totalidad a las comunidades locales o que, en este caso, pertenezcan a la ruta de la raicilla. Teniendo en cuenta los aspectos naturales, culturales, religiosos, sociales, económicos, y ambientales. Si bien, son temas que no sabía casi nada o muy poco, me empapé de lo que pude de conocimiento y aprendí mucho a lo largo del semestre, de los protagonistas y de mis compañeros, y los viajes de campo que se hicieron a lo largo del semestre.

El trabajar con personas de dirección, de turismo y servicios, de la comisión reguladora de la raicilla, mismos productores de raicilla, y cuáles son sus expectativas, sus planes y lo que quieren que pase con la ruta de la raicilla. Con eso me percaté que muchos tienen una concepción diferente acerca de lo que quieren que llegue a ser la ruta, y a otros casi no les importa tanto, solo producir y vender, crear nuevos productos y sacarlos al mercado, con tal que esté regulado con la DO y la NO, y se pueda comercializar más allá de México, solo que si les gustaría que las personas se quiten esa idea que la raicilla es mala y que sepan que es la raicilla.

Aramara Ulloa

Para mí, esta experiencia fue de muchos aprendizajes. Honestamente, comencé con la mente en blanco y me sorprendí de todos los recursos e investigación que se tiene que hacer para llevar a cabo un proyecto como este. Aprendí mucho de mis compañeros y disfruté trabajar en equipo. Utilizar cada uno de nuestros fuertes para complementarnos y así generar una propuesta integral que piense desde diversas aristas. Modifique la manera en la que solía trabajar en equipo, logrando una dinámica distinta con cada forma de trabajo de los integrantes.

Disfruté mucho las visitas y la manera en la que se siente una comunidad con las personas de la zona y nosotros. Me gustó que hay mucha confianza y ganas de trabajar. Creo que lo que más me llevo de esta experiencia es saber cómo acercarse a las personas y dejar a un lado todos los prejuicios y planes que se tenían en mente. Aprendí a trabajar según las necesidades.

Alondra Gutierrez

El mayor aprendizaje que dejó el PAP, es la importancia de la complementación de investigación vía internet, que es la información que se muestra al mundo o la forma en que te muestras, al igual que datos cuantitativos del municipio, con investigación presencial, que es el experimentar el municipio, ver físicamente qué es lo que se ofrece, el nivel de calidad en cuanto a servicios y productos que ya se ofrecen actualmente. Ya que, no solo es importante saberte vender, si no conocer bien sus fortalezas y debilidades para trabajar en ellas y poder identificar y aprovechar las oportunidades y amenazas cuando se presenten, realmente ser un buen destino turístico y darse a conocer para poder fomentar el crecimiento económico, y así poder mejorar la calidad de vida de sus pobladores.

Logré desarrollar una perspectiva un poco más completa sobre estos municipios y el producto principal a desarrollar que es la raicilla debido a la complementación de las investigaciones antes ya mencionadas, de una manera un poco más crítica a la que hubiera sido si no pudiésemos visitar los municipios debido a la pandemia que estamos viviendo. Cambió totalmente la perspectiva que tenía tanto de los municipios como del producto que es la raicilla, me encantó tener la oportunidad de conocer los destinos y pueblos mágicos que tiene nuestro estado como también sus atracciones como festivales, restaurantes e historias.

Ana Christina Falcón

Fue un proyecto retador en el que mi perspectiva iba evolucionando conforme avanzaba. Al iniciar este PAP tenía la idea de que realizaríamos un proyecto turístico el cual podríamos presentar una vez finalizado y desarrollado desde la perspectiva del cliente, pues en las visitas los estudiantes del ITESO vivíamos la experiencia que actualmente se ofrece y podríamos hacer propuestas de mejoras, cambios o implementaciones desde nuestra experiencia.

Claro que al final, después de compartir opiniones entre compañeros y con quienes colaboramos durante algunas clases, pude entender la complejidad del proyecto, bajándolo a hallazgos más simples, por ejemplo, en un inicio creí que podríamos llegar a los municipios donde se trabajó el proyecto y nuestras ideas serían bienvenidas y de no serlo sería porque tendrían otra perspectiva de la experiencia que querían ofrecer, pero en realidad la primera tarea que se debe realizar es validar con los locales si en realidad les interesa hacer de sus pueblos puntos turísticos del país. Era claro que algunos raicilleros y dueños de tabernas tenían la mente más abierta a una visión turística de la zona; sin embargo, es posible que personas que podrían tener un impacto relevante dentro de la materialización del proyecto no compartan la misma visión.

También notamos la necesidad de diferenciar cada taberna de la otra y creo que será un reto divertido y emocionante para los colaboradores futuros de este PAP, hacer preguntas a los raicilleros relacionadas a con qué cuentan que consideran único de su taberna o de su pueblo y enaltecer aquello que a los mismo raicilleros (o bien, taberneros) les enorgullece o qué les causa ilusión y ayudarles a materializarlo dentro de las posibilidades.

Arturo Ramos

Fue un proyecto que desde al principio me intereso mucho, desconocía que era la ruta de la raicilla pero la bebida en una ocasión la había probado. Sabía del potencial que tiene este producto, por lo que fue uno de los motivos que metí este PAP. Empezando la verdad no tenía mucha idea de cuál iba a ser nuestro trabajo y cuáles objetivos íbamos a tratar de realizar, pero conforme empezaron las visitas notamos las necesidades y objetivos que las personas implicadas tenían.

Aprendí mucho sobre como se podría desarrollar un plan turístico con un enfoque

sustentable, porque al final veíamos que era muy importante la inversión gubernamental para mejorar los señalamientos y vías de acceso para todas las comunidades, pero si no hay un plan estratégico de que mercado se quiere obtener puede ser algo que perjudique al modelo turístico. Además de la importancia de que el valor del producto llegue a los consumidores, es algo clave para lograr que sea relevante el precio del producto con el valor real.

En conclusión, creo que todavía hay mucho que aportar para la “ruta de la raicilla” como en tomar acción en todas las observaciones que tenemos, como es llevar capacitaciones a las comunidades para lograr una formalización en todos sus servicios, para que ellos mismos los ofrezcan por aplicaciones y páginas de internet con el objetivo de que ellos traigan a sus clientes y la mayor de las utilidades se queden en la región.

Bibliografía y otros recursos

- Avanza la definición de la NOM de la raicilla | Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (2022). Retrieved 30 March 2022, from <https://sader.jalisco.gob.mx/prensa/noticia/3291>
- Cepal.org. 2022. *Desarrollo territorial | Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-territorial> [Consultado 23 March 2022].
- Cesuma, A (2021, 20 abril). ¿Qué es el agroturismo? CESUMA. Recuperado 23 de enero de 2022 de <https://www.cesuma.mx/blog/que-es-el-agroturismo.html>
- Consejo Mexicano Promotor De La Raicilla A.C. (2022). Recuperado 11 Mayo 2022, de <https://cmpr.mx/>
- Dof.gob.mx. 2022. *PROYECTO de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-199-SCFI-2015, Bebidas alcohólicas-Denominación, especificaciones fisicoquímicas, información comercial y métodos de prueba..* [online] Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5428197&fecha=29/02/2016&print=true [Consultado 4 de Mayo, 2022].
- Escobedo, A., 2019. *Desarrollo y turismo - Entorno Turístico*. [online] Entorno Turístico. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/desarrollo-y-turismo/> [Consultado 23 March 2022].
- Figueiras, S., & S. (2021, 14 agosto). ¿Qué es el agroturismo? CEUPE. Recuperado 23 de enero de 2022, de <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-agroturismo.html>
- González, M. (2011) Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agro-culturales 1 (28) ISSN: 1695-7121. Consultado en: http://www.pasosonline.org/Publicados/9111/PS0111_11.pdf
- Gutierrez, N. (2019). *La raicilla ya se beneficia con la Denominación de origen, asegura el titular de la SADER-Jalisco | Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural*. Recuperado 11 Mayo 2022, de <https://sader.jalisco.gob.mx/prensa/noticia/2796>
- Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4, pp. 310-386). México D. F DF: McGraw-Hill Interamericana.
- ITESO, (2021). 3F08B Desarrollo de Clústers de Turismo Regional RPAP Racilla clúster de turismo. Tlaquepaque, Jalisco.
- Jaramillo Panesso, R. 2003. *Apuntes sobre los clústeres turísticos. Turismo y Sociedad*. 2, (nov. 2003), 35–46.
- Mixtlán, Jalisco: Guia turistica méxico. GuiaTuristicaMexico.com : *La fuente de información cultural y de viajes que México necesita. (n.d.)*. Recuperado 10 de mayo de 2022, from https://www.guiaturisticamexico.com/municipio.php?id_e=14&id_Municipio=00657
- Montoya, C., Madrigal, A., Valencia, R., Borrayo, P., Corona, A., Arias, A., & López, A. (2021, 1 diciembre). *Desarrollo de Clústeres de Turismo Regional*. Recuperado 4 de mayo de 2022, de <https://docs.google.com/document/>
- Presidentes Del Consejo - CMPR Unidos Todos. (2022). Retrieved 11 May 2022, from <https://cmpr.mx/presidentes-del-consejo/>

- Proyecto Nebulosa ¿Quiénes somos?. (2022). Retrieved 11 May 2022, from <https://proyectonebulosa.com/>
- Secretaría General de Gobierno. (n.d.). *Mixtlán*. Mixtlán Gobierno del Estado. Retrieved May 10, 2022, from <https://www.jalisco.gob.mx/wx/jalisco/municipios/mixtlan>
- Secretaría de Turismo, SERNATUR. (2018). *Manual de Experiencias Turísticas*. Chile: Verde LTDA.
- Secretaría de Turismo. (2019, 24 junio). *San Sebastián del Oeste*. Pueblos Mágicos de México. Recuperado 2 de mayo de 2022, de <https://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/san-sebastian-del-oeste-jalisco/>
- SEMARNAT. (2009). Turismo aCompendio de Estadísticas Ambientales 2009lternativo. 2022, de SEMARNAT Sitio web: https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio_2009/compendio_2009/10.100.8.236_8080/ibi_apps/WFServlet43c3.html
- Gobierno de México . (2022). SECRETARIA DE CULTURA. 2022, de Gobierno de México Sitio web: <https://www.gob.mx/cultura/que-hacemos>
- SECTUR. (2018). Reglas de Operación Programa Pueblos Mágicos. 2022, de SECTUR Sitio web: <https://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/Reglas%20de%20Operaci%C3%B3n%20Programa%20Pueblos%20M%C3%A1gicos.pdf>

Anexos generales

Videos de presentaciones finales ITESO/RRU

PAP/Capstone – San Sebastian del Oeste - <https://www.youtube.com/watch?v=yCl7-j4Ugis&list=PLq2y10VK5ApOMLh-4ru0G1rUspAJ9Czlu&index=5&t=9s>

PAP/Capstone – Mixtlan - <https://www.youtube.com/watch?v=GBDiry4n-2c&list=PLq2y10VK5ApOMLh-4ru0G1rUspAJ9Czlu&index=3>

PAP/Capstone – Mascota - <https://www.youtube.com/watch?v=ggcDIDI-68&list=PLq2y10VK5ApOMLh-4ru0G1rUspAJ9Czlu&index=2>

PAP/Capstone – San Jose del Mosco - <https://www.youtube.com/watch?v=sswqBE4JhMI&list=PLq2y10VK5ApOMLh-4ru0G1rUspAJ9Czlu&index=1>

Anexo 1

PAP Clústeres de Turismo Regional

Guía de Entrevista

Director de Turismo

Datos del Entrevistado

Nombre:

Edad:

Cargo:

- ¿Cuánto tiempo tiene desempeñando sus funciones como Director de Turismo?
- ¿Qué porcentaje del ingreso del municipio proviene de actividades con el turismo?
- ¿Qué porcentaje del presupuesto municipal se destina al desarrollo turístico?
- ¿Cuál es el segmento de turistas que visitan la región?
- ¿A través de que canales el municipio hace llegar su publicidad a potenciales turistas?
- ¿Cuáles son los atractivos principales del municipio?
- ¿Existen tour operadores en el municipio?
- ¿Están listados los recursos y la infraestructura turística de la región?
- ¿Está tratando el municipio de aumentar su recepción de turistas?
- ¿Se conoce la capacidad de carga turística del municipio, o de las principales zonas turísticas?
- ¿Cuál es la postura del gobierno estatal, la Secretaría de Turismo del Estado en cuanto al apoyo otorgado al municipio?
- ¿Existen planes de desarrollo en colaboración con la Secretaría del Estado?
- ¿Se han creado planes de desarrollo turístico intermunicipales?
- ¿Existe algún Manual de Operaciones Turísticas Municipal? ¿O un plan de acción que seguir que delimite el camino a seguir por la administración del municipio en materia de

desarrollo turístico?

- ¿Hay algún plan corriendo actualmente en la administración?

De parte del equipo le agradecemos sinceramente su tiempo y atención para brindarnos esta información

Anexo 2

Proyecto de aplicación profesional
Desarrollo de clústeres de turismo regional

Guías de observación											Observaciones
Guías de turistas											
Conductual	😊			😞			😡				
Recepción/bienvenida											
Disposición											
Actitud frente a los turistas											
Inclusión											
Entusiasmo/proactividad											
Conocimiento											
Flexibilidad											
Adaptación											
Aspectos físicos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Herramientas de trabajo											
Vías de acceso											
Infraestructura disponible											
Medidas de seguridad											
Estado del atractivo turístico											
Señalización											
Higiene											
Seguridad de la ruta turística											

Nombre del alumno:

Municipio:

Prestador de servicio:

Anexo 3

Proyecto de aplicación profesional
Desarrollo de clústeres de turismo regional

Guía de observación										Observaciones
	SECTUR									
Indicador	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Infraestructura en el centro de la ciudad										
Señalización										
Limpieza										
Accesibilidad										
Promoción										
Módulo de información										
Atención en el módulo de información										
Estado de conservación										

Nombre del alumno:
Municipio:

Anexo 4

[audios entrevistas](#)