

Rosa dos Ventos
Rosa dos Ventos
Rosa dos Ventos
Rosa dos Ventos
Rosa dos Ventos

Rosa dos Ventos

Revista do Programa de Pós-Graduação em Turismo
Universidade de Caxias do Sul jul. 2011 vol. 3/nº2

ESTRATÉGIA COMERCIAL PARA IMPULSAR EL TURISMO RURAL COMUNIDAD ABILLAL, COLIMA, MÉXICO

BUSINESS STRATEGY TO PROMOTE RURAL TOURISM Community Abillal, Colima, Mexico

Nuchnudee Chaisatit¹

Aureliodeniz Guizar²

Juan Alonzo Livas de la Garza³

Resumen: Abillal es una comunidad rural, ubicada en el municipio de Manzanillo, Estado de Colima. Cuenta con riquezas tanto naturales como culturales donde los pobladores están realizando la actividad turística rural pero no está dando buen resultado por la falta de conocimiento y asesoría del plan estratégica para un óptimo manejo integral del turismo. **Objetivo:** Mejorar el plan estratégico comercial para impulsar el turismo rural en la comunidad del Abillal. La investigación se desarrolló con la **metodología** deductiva a través del trabajo de campo y análisis de los indicadores para conocer los factores de la demanda turística. **Resultado** Mediante un análisis para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) le logro realizar un plan de acción con estrategias que permitieran el impulso turístico de la comunidad de Abillal entre las acciones implementadas se realizó el levantamiento del inventario turístico rural en la comunidad del Abillal, se incluyó e involucro a los ejidatarios en las actividades turísticas y se realizaron los primeros recorridos a la comunidad rural obteniendo muy buenos resultados y propiciando de esta manera la derrama económica en la comunidad.

¹**Nuchnudee Chaisatit** - Profesor e investigador de la Universidad de Colima.
nuchnudee@ucol.mx

²**Aureliodeniz Guizar** - Profesores e investigadores de la Universidad de Colima.
adenizguizar@ucol.mx

³**Juan Alonzo Livas de la Garza** - Profesor e investigador de la Universidad de Colima.
livasabc@ucol.mx

Palabras Clave: Turismo Rural. Estrategia. Abillal. Mexico

Abstract: Abillal is a rural community in the municipality of Manzanillo, Colima state. It has natural and cultural resources, leading to rural tourism, but without a good financial return as result of lack of knowledge and a strategic plan to tourism management. The objective is to improve the strategic marketing plan to improve tourism in the rural community Abillal. The research was developed by a deductive methodology through fieldwork and analysis of indicators for determining tourist demand factors. Through an analysis to identify strengths, opportunities, weaknesses and threats (SWOT) has been achieved an action plan with strategies for boosting tourism in the community. Among the implemented actions it was carried on an inventory of rural tourism, the inclusion of the local tourist activities, and the realization of the first courses for the rural community, obtaining good results and providing economic benefits to the community.

Keywords: Rural Tourism. Strategy. Abillal. Mexico. factors

Resumo: Abillal é uma comunidade rural, situada no município de Manzanillo, Estado de Colima. Conta com riquezas naturais e culturais, que levam à atividade turística rural, mas sem um bom retorno financeiro, pela falta de conhecimento e de uma plano estratégica que otimizasse o manejo integral do turismo. **Objetivo:** Melhorar o plano estratégico de comercialização para impulsionar o turismo rural na comunidade de Abillal. A investigação se desenvolveu com uma **metodologia** dedutiva, através de trabalho de campo e análise dos indicadores para conhecer os fatores da demanda turística. **Resultado** Mediante uma análise para identificar pontos fortes, oportunidades, fraquezas e ameaças (SWOT) se conseguiu realizar um plano de ação com estratégias que permitiram impulsionar o turismo na comunidade de Abillal. Entre as ações implementadas, este a realização de um inventario turístico rural, a inclusão dos locais nas atividades turísticas, e a realização dos primeiros percursos pela a comunidade rural, obtendo-se bons resultados e propiciando benefícios econômicos a comunidade.

Palavras-chave: Turismo Rural. Estrategia. Abillal. Mexico

INTRODUCCIÓN

La intención de esta investigación es la implementación de estrategias eco turísticas que permitan una afluencia turística a las comunidades rurales del estado de Colima, así como las mejoras o adecuación de los servicios turísticos actuales para alcanzar una ventaja competitiva entre los diferentes municipios del estado, el Abillal es una comunidad rural, ubicada en el municipio de Manzanillo, en el estado de Colima. Anteriormente los pobladores se dedicaban sola a la actividad agrícola, pero por falta de

asesoría y el apoyo del gobierno desistieron de esta actividad y la mayoría de los jóvenes se fueron a trabajar a los Estados Unidos de Norte América, sin embargo, por la belleza del lugar y su potencial turístico es un atractivo natural para interesar a los turistas a conocerlo y disfrutarlo. Derivado de esto se procedió a realizar recorridos guiados que permitieran el flujo de turismo pero de una manera organizada e implementando estrategias apropiadas para mejorar la comercialización del destino rural en los entornos turísticos y que los comuneros logren así mejores utilidades.

El Abillal se encuentra ubicado dentro del Ejido La Rosa de San Jose de Lumber. El esta comunidad consta de dos propietarios. El objetivo de esta sociedad es el aprovechamiento de recursos para mejorar su nivel económico. La diversidad de atractivos naturales existentes en el entorno como son la sierra madre occidental, el rio, el misterio de los monolitos grabados con jeroglíficos, los miradores naturales, vivir el proceso artesanal de elaboración de tequila, las pozas de cultivo de peces, la diversidad de agro cultivos, la riqueza de la flora y la fauna así como la visita al poblado de San José de Lumber para conocer un poco de su cultura rural, son solo algunos de los motivos por los que es interesante visitar

METODOLOGÍA

El diagnostico FODA realizado para la comunidad el Abillal fue el detonante para poder identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que sirvieron como base para poder elaborar y desarrollar estrategias que permitieran potencializar las fortalezas y oportunidades turísticas del destino y minimizar las debilidades y amenazas que pudieran poner en riesgo la realización de actividades turísticas en la comunidad rural del Abillal. La búsqueda y acopio de datos se orientó a la obtención de información primaria ya que se obtuvo a través de investigaciones específicas (trabajo de campo), principalmente por medio de encuestas y de la observación, también se utilizó la investigación secundaria ya que se consultó a la Secretaría de Turismo del Estado de Colima, publicaciones oficiales de la Secretaría de Turismo, de la Organización Mundial de Turismo, etc. Se utilizaron métodos cuantitativos de los resultados obtenidos de las encuestas, se analizaron bajo métodos estadísticos y sobre hechos

observables con la finalidad de poder controlar las variables y medir los resultados.

Se formó un grupo de voluntarios de la Escuela de Comercio Exterior integrado por 12 estudiantes que aplicaron encuestas directas tanto a proveedores de servicios turísticos como a visitantes para obtener las dos partes del estudio. De acuerdo con Ceballos Hernández, este trabajo se auxiliará del método deductivo⁴. Dado que se parte de lo general, a lo particular que sea aplicable a la realidad de la actividad turística en Manzanillo, Colima, México.

Técnicas a utilizar en la investigación: Reuniones con prestadores de servicios turísticos, aplicación de encuestas, tormenta de ideas, entrevistas, sistemas estadísticos en la concentración de información, herramientas matemáticas

Valor teórico: Lo fundamentan los conceptos actuales en materia de mercadotecnia en los entornos turísticos y la interrelación con los aplicados en las estrategias comerciales que permitan incrementar la utilización de los servicios turístico en Manzanillo.

Valor metodológico: Esta compuesta esencialmente por los marcos conceptuales y las estrategias mercadotécnicas diseñadas, con posibilidad de aplicación en la comercialización de servicios turísticos.

Valor práctico: Se enfoca primordialmente a la factibilidad y pertinencia de aplicación de estrategias promocionales que permita estimular la utilización de los servicios turísticos en Manzanillo.

Valor social: Radica en la investigación de cómo mejorar las motivación de uso de los servicios turísticos así como de las

⁴ El método deductivo de acuerdo con las convencionalidades de distintos autores como Fernando Arias Galicia, consiste en llevar razonamientos de lo general o universal a lo particular como extrapolación de una realidad dada.

campañas promocionales en el Estado que creen un flujo de turistas, para que utilicen los servicios turísticos logrando una mayor derrama económica y una significativa reactivación económica local.

DESARROLLO

La obtención de la información relevante que pretenda ser lo suficientemente fiable depende potencialmente de un buen diseño de la encuesta, la cual servirá de base para el posterior análisis del estudio que se pretende realizar. Dentro de dicho proceso de búsqueda de información se deberá hacer hincapié que no solamente lo plasmado en la encuesta será considerado, en ocasiones, de una plática informal con el encuestado también se obtiene información valiosa que será importante tomar en cuenta.

Para la creación y diseño del instrumento, se consideró determinante que éste no debería de ser muy extenso ya que era posible que el encuestado se rehusara a brindar su opinión, de lo contrario, haciéndolo con pocas preguntas e inclusive algunas de ellas con opciones, el proceso de obtención de la información sería más amigable. Adicionalmente se consideraron los siguientes aspectos: el enfoque de la investigación, las bases teóricas, los objetivos trazados, la variable que se pretende medir y el contexto donde se aplica el instrumento. Como se mencionó anteriormente, el objetivo era aplicar encuestas tanto a los prestadores de servicio como a los visitantes, y que al final las opiniones de ambos se pudieran confrontar y de esta manera obtener estrategias comerciales que beneficien a ambas partes.

RESULTADO

Análisis situacional para determinar la viabilidad del proyecto

FODA	
<p>FORTALEZA</p> <p>Ubicación geográfico con potencial estratégico</p> <p>Rico en recursos naturales y biodiversidad</p> <p>Infraestructura carretera</p> <p>Fuerte potencial turístico</p> <p>Áreas agrícolas con alto potencial productivo e importante infraestructura de riesgo.</p> <p>Mercado interno con potencial de desarrollo</p> <p>Áreas con riqueza natural.</p> <p>Lugar limpio</p> <p>Carretera construida</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Ubicación geográfica estratégica para el flujo de inversiones nacional o internacional.</p> <p>Requisitos ambientales para los servicios favorables a la sustentabilidad regional.</p> <p>Conservación del lugar</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>Contaminación, sobrexplotación de recursos naturales y deterioro ambiental.</p> <p>Enfoques reduccionistas ante los problemas ambientales.</p> <p>Falta fortalecer esquemas de gestión de proyectos.</p> <p>Poca publicidad.</p> <p>Poca capacidad de carga</p>	

Entre lo más significativo de las encuestas realizadas, encontramos que los comuneros están sumamente interesados en participar y están dispuestos a capacitarse en lo que se considere necesario, además, tienen plenamente identificado la importancia de interactuar con la naturaleza sin dañarla. El interés mostrado por la secretaria de turismo del estado para apoyar proyectos eco

turístico se manifestó desde el primer momento cuando se levanto el inventario turístico rural en la comunidad. Es apremiante una coordinación entre todos los involucrados del sector y entes gubernamentales estatales y municipales que les permita optimizar los esfuerzos y obtener mejores resultados en la comercialización de productos turísticos rurales.

CONCLUSIONES

Los atractivos turísticos rurales en el estado de Colima deben de ser incluidos en los productos turísticos que ofrece Manzanillo como destino de playa, los entornos naturales y la conciencia ambiental de los turistas y de la gente local pueden verse fortalecida visitando lugares como el Abillal, la derrama económica que el turismo rural propicia se refleja en el nivel de vida social, cultural y económico de las comunidades cuando se genera un flujo turístico, por ello deben de diseñarse e implementarse en conjunto, estrategias eco turísticas que permitan un mayor flujo de turismo que le agrada interactuar con entornos naturales. Debemos de crear conciencia turística en las comunidades rurales para que coparticipe y ofrezcan una mejor atención a los turistas y ayuden con la amabilidad que caracteriza al estado de Colima a invitar a que el turista regrese a su comunidad o los recomiende ampliamente. El turismo en el estado de Colima es una actividad que beneficia y reactiva la economía y contribuye de una forma significativa a elevar el nivel socioeconómico y cultural de los habitantes y Manzanillo, por ello el turismo rural puede ser una opción, ya que nadie puede negar que el turismo favorece el desarrollo de los lugares. El Abillal tiene un potencial turístico que apenas si se empieza a explotar, por ello, podemos decir que está en una etapa de despegue, pero que, con estrategias

adecuadas fácilmente puede avanzar y posicionarse como una de las mejores alternativas de turismo rural en el estado de Colima, en el pacifico mexicano.

RECOMENDACIÓN

Los niveles de gobierno federal, estatal y municipal deben de coordinarse de manera apropiada con los prestadores de servicios para realizar acciones en beneficio del destino turístico y de la población, que ayuden a implementar estrategias promocionales eco turísticas que permitan generar un mayor flujo de turismo a las comunidades rurales. Las comunidades rurales con atractivos turísticos naturales deben de ser integradas a los entornos turísticos como complementos de un producto turístico integral como lo es la playa en el caso de Manzanillo. Debe ejercerse una intensa capacitación con los comuneros aprovechando su interés en participar para de esta forma ser más competitivos en los entornos turísticos rurales y cuidado ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

- ACERENZA, Miguel Ángel (2004), "Marketing de Destinos Turísticos" Editorial Trillas, México,
- CEBALLOS Hernández y coautores (2000). "Métodos de investigación I" Compañía Editorial Nueva Imagen, México.
- Centro de Población y Vivienda 2005, INEGI, México. "Mapping the Global Future" National Intelligence Council, EE.UU
- Central Intelligence Agency (CIA), 2005, Estados Unidos.
- CÉSAR DACHARY, Alfredo (2000) turismo y desarrollo sustentable. México: U de G.
- CHÁVEZ DE LA PEÑA, Jorge (2005). EcoturismoTAP: Metodología para un

- Turismo Ambientalmente, Planificado.
Editorial Trillas México
- DEMING, W. Edward (1989), "Calidad, Productividad y Competitividad" Ediciones Díaz de Santos, S.A. México.
- HOFFMAN, Douglas (2004), "Fundamentos de Marketing de servicios" Editorial Thomsom, México. Organización Mundial del Turismo (1998). Introducción al Turismo España: editorial Egraf
- Organización Mundial del Turismo (1999) Guía para administraciones locales: Desarrollo Turístico Sostenible. España. Publicado por la Organización Mundial de Turismo.
- United Nations World Tourism Organization, "UNWTO's Tourism 2020 Vision", 2004. Ed. UNWTC, Estados Unidos.
- PORTER, Michael E (2004). "Estrategia Competitiva" Ed. CECSA, México.
- SANDOVAL S., Ewaldo R (2006).; "Ecoturismo; Operación técnica y gestión ambiental" editorial Trillas, México