

Nombre de la ponencia:

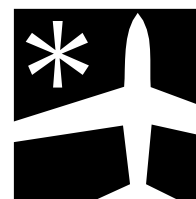
***Mega Proyecto de Comercialización Artesanal y Turística
“Corredor Artesanal y Centro Comercial Hacienda Artesanal Tonalá”***

NOMBRE DEL(A) PONENTE: Lic. Patricia Torres Negrete

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

ptnegret@uag.mx

www.uag.mx



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

**CENTRO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA**

ESCUELA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**Investigación: Mega Proyecto de Comercialización Artesanal y
Turística**

**Nuevo Producto Turístico "Corredor Artesanal y Centro Comercial
Hacienda Artesanal Tonalá"**



Enciclopedia Encarta, Peter Kinneer/Bridgeman Art Library, London/New York

Investigador Responsable: Lic. Patricia Torres Negrete

Investigadores Participantes:

Director de la Escuela de Turismo: Lic. Celina M. Gallegos Sato

Investigación de Mercado: M.A Gabriela Carranza Ortegón

Inventario Turístico: M.A Martha Huerta Anaya

Mega Proyecto de Comercialización Artesanal y Turística
“Corredor Artesanal y Centro Comercial Hacienda Artesanal Tonalá”

OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN:

Desarrollar un producto turístico de soporte para el proyecto de reposicionamiento de Tonalá Jalisco, México.

Marco de la propuesta: “Rescate de nuestro patrimonio cultural que incluye: religión, idioma, danza, gastronomía, monumentos, grupos de edificios, sitios con valor histórico, estético, arqueológico, Etnológico y antropológico.” Gutiérrez Díaz Humberto, 2004.

JUSTIFICACIÓN:

Existe la problemática de alarmante disminución en el número de exportaciones con los impactos de escala que esta representa en los índices de empleo, aportación al PIB, disminución en la actividad comercial e industrial, impactando en externalidades sociales especialmente reflejadas en problemas de inseguridad y acceso a diferentes servicios como educación y servicios médicos.

Entre los aspectos que destacan para el inicio del trabajo de proyecto se encuentra que:

- Existe carencia de continuidad en los programas de desarrollo para impulsar al municipio.
- Existen atractivos turísticos de gran valor cultural sin explotar.
- El municipio tiene una ubicación privilegiada con respecto a la zona metropolitana.
- El ser reconocida como villa alfarera se puede aprovechar como oportunidad para mostrar al turista diversas opciones para realizar actividades que lo inviten a permanecer durante mas tiempo en el municipio de Tonalá, disfrutando de las actividades que se ofrecerán con este nuevo proyecto.

En la investigación de mercados se identificaron diferentes características de los visitantes que acompañada de un análisis de otros destinos permitió identificar la oportunidad para proponer un producto turístico complementario a la actividad comercial que ya se lleva a cabo, logrando así el posicionamiento del municipio como lugar turístico y villa alfarera, no solamente desde el punto de vista comercial sino en su aporte cultural.

Este proyecto pretende coadyuvar con la zona metropolitana del estado de Jalisco a renovar los servicios de oferta cultural , turística y comercial del municipio.

Es una contribución para que el país desarrolle proyectos y productos turísticos que otorguen un valor agregado y diferente al destino turístico México y después al de cada región.

Antecedentes

La Zona Metropolitana de Guadalajara ubicada en el estado de Jalisco, está contemplando una renovación del destino turístico en forma integral, para el cual el presente proyecto pretende contribuir para lograr este objetivo.

El municipio de Tonalá hasta la fecha se ha caracterizado por sus bellas y variadas artesanías, las cuales tienen un renombre internacional, todas estas piezas representan el arte mexicano ante el mundo, este es uno de los medios más importantes para proyectar nuestra cultura que es la principal razón por la cuál las personas visitan este hermoso municipio.

Descripción del Municipio.

Sus artesanías han traspasado las fronteras y tienen un posicionamiento importante en primer lugar a nivel nacional y segundo a nivel internacional, es conocido por sus exquisitas artesanías y finos muebles rústicos realizados por una dinastía desde artesanos que con sus simples manos y junto herramientas

caseras, son capaces de materializar las más bellas creaciones que el gusto más exigente puede buscar. Estas obras de arte se caracterizan por su amplia diversidad, desde juguetes y adornos en miniatura de barro, que sirvieron de entretenimiento a infinidad de niños lugareños, naciendo así la cultura del juguete artesanal, el barro bruñido característico de este lugar que en sus inicios hacían botellones para contener el agua y le dieran un sabor muy peculiar al líquido, con al pasar de los años la artesanía de este lugar ha ido transformándose y se integraron otros materiales para la realización de las mismas encontrando una gran variedad, como vidrio soplado, cera o parafina, papel mache, hierro forjado, madera rústica, entre muchas otras, estas técnicas han pasado de generación en generación y han recorrido tanta vida que nunca se han perdido detalle de su perfección, por el contrario, han adoptado las nuevas tendencias de sus clientes en sus trabajos hasta dejar encantado hasta el último de ellos con su ejemplar y admirable dedicación en cada una de sus piezas, creando un entorno físico en hogares y negocios con el sello distintivo de la mexicanidad que es el sello que puede posicionar a Tonalá ante el mundo.

En cada artesanía podemos observar el arte de los mexicanos que con creatividad dan forma a distintas piezas, lo maravilloso de la artesanía mexicana es que cada pieza tiene una identidad propia y lo más importante la proyección de nuestra cultura, que se le ha reconocido una riqueza invaluable. Se debe tener el cuidado de propiciar la preservación de este tipo de patrimonios que con el paso del tiempo, el uso y el descuido de las personas ponen en riesgo de pérdida permanente de todo el patrimonio que hemos heredado. Las fiestas tradicionales del santo patrono y otras fiestas son también un recurso de gran valor para mostrarlo a turistas que se fascinan al hacer un recorrido por las tradiciones de este tipo. Las danzas como las de los tastoanes en Tonalá son otra opción más para aprovecharla como atractivo turístico.

Corredor y Centro Comercial "Hacienda Artesanal Tonalá"

Con objeto de dar un valor agregado a la zona metropolitana de Guadalajara y ofrecer una **ventaja competitiva al municipio** de Tonalá. Se unieron un equipo de profesores y alumnos de la Universidad Autónoma de Guadalajara, que trabajando en equipo desde enero del 2002 y hasta mayo de 2004 hicieron posible que se concretará este proyecto para:

La creación de un nuevo producto turístico, el equipo de trabajo estuvo integrado la Master Gabriela Carranza Ortegón quién dirigió la investigación de mercados realizada a este municipio, por la Master Martha Raquel Huerta Anaya coordinado el inventario turístico y por una servidora Lic. Patricia Torres Negrete a cargo de la creación del nuevo proyecto apoyada por un grupo de alumnos de esta casa de estudio, que trabajando unidos se realizó un análisis de dicha información, donde se detectaron una serie de demandas latentes por parte de los turistas y visitantes, además de las demandas que manifestaron los ciudadanos del municipio, encontrando diversas áreas de oportunidad, que con creatividad pueden resolver en gran parte las problemáticas que manifestaron y convertir al municipio en un destino turístico que complemente la oferta turística de la Zona Metropolitana.

El perfil de comportamiento de los consumidores que fueron segmentados con bases geográficas, demográficas, psicográficas y de comportamiento, permiten el desarrollo de diversos servicios para hacer de Tonalá no sólo una villa alfarera sino destino turístico identificado como de gran atractivo, digno de ser visitado por turistas nacionales y extranjeros

El producto Corredor y Centro Comercial “Hacienda Artesanal Tonalá

Se propone como imagen del destino.

La creatividad de nuestras manos . . .

Las delicias de nuestra comida . . .

La imaginación ilimitada . . .

Están en un solo lugar en el “ Corredor y Centro Comercial “Hacienda Artesanal Tonalá”.

Objetivos particulares del proyecto de comercialización artesanal y turística

- Captar nuevos segmentos de mercado.
- Brindar a los artesanos una opción para ofrecer sus productos en un lugar con arquitectura mexicana.
- Otorgar comodidad en los servicios a los turistas para realizar sus transacciones y motivarlos para visitar algunos atractivos turísticos del municipio.
- Unificar la imagen de los talleres, fábricas, restaurantes y tiendas de artesanía que preserven la cultura mexicana.
- Aprovechar los recursos turísticos existentes no explotados.

HIPÓTESIS

- Tonalá como producto principal está posicionado únicamente por venta de artesanías a bajo costo.
- La riqueza de los patrimonios culturales y tradiciones del municipio de Tonalá se perciben como una opción atractiva para los visitantes y son desaprovechadas tanto a nivel local, regional, nacional e internacional.

- El municipio ha carecido de un programa de soporte de infraestructura.
- Inexistencia de un proyecto de desarrollo turístico en el municipio.
- Los productos auxiliares y de apoyo al producto principal (Tonalá) son muy limitados.

Los servicios generales a la población y a los turistas resulta insuficiente y de mala calidad.

HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Se confirma que el municipio Tonalá Jalisco está posicionado únicamente como villa alfarera a nivel nacional y en menor escala a nivel internacional, en la investigación de mercados, presentando a continuación los datos relevantes.

Encuesta a turistas o visitantes

- 1) El 79% de la afluencia de turismo proviene del estado de Jalisco.
- 1) El 78% de los encuestados manifestaron que sólo visitan el comercio para conocer la artesanía y realizar algunas compras. Promedio de gasto aproximado \$700.00 no incluye muebles.
- 2) 92% desconoce los atractivos turísticos de gran valor cultural sin explotar.
- 3) Aspectos de disgusto mostrados:
 - 38% Limpieza del lugar
 - 34% Servicios insuficientes de limpieza, estacionamiento, áreas verdes, vialidad ordenada, pavimentación, sanitarios, áreas de descanso.
- 4) Inexistencia de eventos y espectáculos diversos, distracciones, diversiones y recorridos por puntos de interés.
- 5) 53% de los visitantes son mujeres y su visita regularmente el por las mañanas.
- 6) La afluencia mayor de visitantes es en jueves y domingos para visitar el tianguis.

Encuesta a la población del municipio:

- 1) El 87% de los comerciantes opinaron que son turistas y visitantes los que compran sus artesanías.
- 2) El 15% de los artesanos ofrecen el servicio de otro idioma en su establecimiento. Se identifica el área de oportunidad de que los comercios ofrezcan el servicio de otros idiomas en la atención a los turistas si se quieren captar otros segmentos.
- 3) El 43% de los artesanos expresó sus deseos de exportar sus productos, sin embargo desconocen los mecanismos para comercializar en el extranjero.
- 4) El 57% de los comerciantes expresaron no tener intenciones de exportar. Porque consideran una barrera para exportar la falta de conocimiento de otros idiomas, procedimientos y técnicas de comercialización y sobre todo en muchos de los casos imposibilidad para producir grandes volúmenes de artesanía, que al hacerlo perdería su gran valor de que cada pieza tiene su propio sello del arte de cada mano de artesanos.
- 5) 34.5 años es el promedio de edad de los empresarios de Tonalá, índice que permite el área de oportunidad para capacitarse y alcanzar niveles de calidad para exportar.
- 6) El 84% de los comerciantes de Tonalá sólo cuentan con preparatoria y el 16% con una carrera profesional o técnica, situación que ha frenado el desarrollo de este municipio, por falta de una mayor preparación.

En el inventario turístico se identifican atractivos que pueden promoverse ya que hasta el momento son desconocidos.

Se identificaron atractivos históricos, naturales y culturales que pueden incorporarse a la oferta del municipio en ese sentido, como los siguientes:

- ❖ El cerro de la Reina
- ❖ Presidencia Municipal
- ❖ La Garita del “Puente Grande”
- ❖ La ex Hacienda de Arroyo de en Medio
- ❖ Asta Bandera Monumental
- ❖ Las Siete Cascadas
- ❖ Parroquia de Santiago Apóstol
- ❖ Museo Tonallan
- ❖ Museo Nacional de la Cerámica
- ❖ Casa de los artesanos
- ❖ Monumento a la Alfarería.

HALLAZGOS DEL PRODUCTO

- Contribuirá al desarrollo de un producto complementario de clase mundial

Mega Proyecto de Comercialización Artesanal y Turística “Corredor Artesanal y Centro Comercial Hacienda Artesanal Tonalá”

Según el concepto de producto Turístico se identifico lo siguiente:

***Atractivos:**

De **sitio**, existen usos, costumbres e infraestructura insuficiente.

De **evento**, se realizan Feria de la Artesanía, exposiciones, espectáculos aislados, fiestas patronales de Santo Santiago en julio, el famoso tianguis de jueves y domingo, Feria de Tonalá en diferentes fechas, víacrucis al Cerro de la Reina, tianguis Navideño, tianguis de Semana Santa y Pascua, verbena del Día Mundial del Turismo, Fiestas Patrias, participación en el Encuentro Internacional del Mariachi y la Charrería entre otros.

***Facilidades**, los servicios de alimentos y bebidas tienen servicios deficientes, inexistencia de capacidad instalada de lugares de hospedaje, falta de

promoción de los recorridos turísticos organizados por el ayuntamiento municipal, los folletos promocionales del municipio pudieran mejorarse.

- **Acceso**, se identificó que existen infinidad de talleres y fábricas de artesanías instalados al pie de la carretera en el ingreso al municipio de Tonalá entrando por la central camionera.
- **Superestructura**, se necesita que organismos vinculados directa e indirectamente a la actividad turística coadyuven en la renovación constante del municipio como **destino turístico** sumando esfuerzos para seguir desarrollando otros productos complementarios.

DESCRIPCION DEL PRODUCTO:

Mega proyecto de Comercialización Artesanal y Turístico para Tonalá. Corredor Artesanal y Centro Comercial y Cultural, de construcción semejante a una Hacienda, dividida en dos patios distribuidos en un sólo nivel. Contará con jardines y diseño arquitectónico mexicano. Albergará locales fijos y de renta variable de carretas para los puestos del tianguis con una sola imagen que proyecte orden, limpieza y parte de nuestras raíces, por la noche estas mismas carretas pueden servir de marco y escenografía estética si se adornan con flores para los espectáculos y eventos, centro de negocios, establecimientos de alimentos y bebidas de comida mexicana y bebidas típicas. Además se puede realizar un cronograma de actividades mensuales de exposiciones de diferente tipo que propicien la visita recurrente ya que les interesa la siguiente exposición, algunos ejemplos pueden ser la representación de la trayectoria de la artesanía en Tonalá, la muestra de todas las técnicas que se utilizan para trabajar el barro, así como también se muestre las herramientas de trabajo de los artesanos a través de los años, en fin existen muchas opciones para mostrar a los turistas las raíces de cultura Tonalteca y la

cultura Mexicana en general en este tipo de exposiciones que se pueden aprovechar como un atractivo turístico complementario.

Se propone por otra parte realizar un **corredor artesanal**, aprovechando los talleres y fabricas instalados al pie de carretera invitando a los dueños para que adapten las fachadas de sus establecimientos con un diseño arquitectónico mexicano, que motive a los turistas a visitar sus talleres y además conocer la técnica que utilizan para fabricar las hermosas artesanías que venden. Para lo cuál se propone al gobierno municipal habilitar esta carretera con una avenida de cuatro carriles y áreas de estacionamiento, con paraderos de descanso cada mil metros decoradas con artesanías, instalar sanitarios, bebederos y brindar servicios de calidad a los visitantes al poder estacionar sus autos con comodidad al frente de las tiendas de artesanías y para los que lleguen en otro medio de transporte cuenten con áreas de descanso y otros servicios, para que desde el inicio de su visita disfruten de un entorno agradable y sobre todo muy al estilo mexicano en el acceso a la villa alfarera del municipio de Tonalá.

•PRODUCTO AUXILIAR

- Estacionamiento subterráneo
- Teléfonos
- Sanitarios
- Módulo de información
- Corredor turístico artesanal

•PRODUCTO DE APOYO

- Típica Cantina Mexicana
- Servicios de alimentos de gastronomía mexicana

•PRODUCTO AUMENTADO

- Eventos
- Talleres
- Transportes
- Espectáculos musicales y exposiciones culturales.

- Salones de eventos
- Centro de negocios.

Conclusiones

- 1) Es una realidad que cada día todos los municipios deben renovarse y actualizar sus opciones atractivas para captar mayor número de turistas y visitantes de diferentes segmentos de mercado.
- 2) Una vez más se confirma que México tiene gran riqueza cultural sin explotar para darla a conocer al mundo.
- 3) Las demandas latentes de la mayoría de los estudios y en específico de la investigación que se realizó a este municipio, confirma que las personas que visitan nuestro país valoran mucho nuestras raíces, por lo cuál se desarrollo este proyecto para proyectar y preservar la cultura mexicana, a través del arte mexicano plasmado en la artesanía, los atractivos turísticos patrimonios culturales, que son una fuente insustituible de vida e inspiración, son nuestra identidad, civilización, historia y referencia de lo que somos los mexicanos.
- 4) Otra de las conclusiones sería que todos los mexicanos debemos sentirnos orgullosos de la cultura a la que pertenecemos y ser los primeros promotores de todo lo que tenemos, debemos invertir una buena parte de nuestra vida en conocer acerca de nuestra cultura.
- 5) Proyectos como este generan una ventaja competitiva de diferenciación.

Recomendaciones:

A la Sectur “ Secretaría de Turismo Federal”, seguir propiciando el interés de profesores investigadores para realizar investigaciones en forma conjunta con estudiantes que tienen gran entusiasmo y creatividad para incrementar los atractivos turísticos de diferentes lugares de la República Mexicana, donde puedan aprovecharse los recursos patrimoniales con que cuentan y desarrollar productos complementarios que incrementen la oferta turística de nuestro país.

A los gobiernos estatales, incluir dentro de planeación estratégica de la administración pública a la actividad turística, si su estado cuenta con recursos de este tipo que se puedan aprovechar.

A los artesanos empresarios, los invitamos a que trabajen unidos para bajar los costos de sus artesanías y realizarlas con estándares de calidad internacional, capacitarse en técnicas de comercialización para buscar nuevos mercados y dar los servicios de atención al cliente con calidad y en otros idiomas, con el objetivo de captar nuevos segmentos de mercado para poder lograr ser más competitivos en los mercados internacionales.

A los habitantes del municipio de Tonalá, concientizarse de la importancia de ser buenos anfitriones con los turistas y compradores de artesanía ya que con ello se verán beneficiados por incrementarse el número de visitantes que genera un efecto multiplicador para todos los habitantes de los destinos turísticos.

A los turistas se les invita a conocer con detalle la cultura mexicana a través de sus tradiciones.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Acerenza Miguel Angel, “Promoción Turística”
- Boullon Roberto, 1998, “Marketing Turístico una Perspectiva desde la Planificación”

- Cordero Ramírez Javier 1997, “Planeación Estratégica de Marketing XXI”
- Davis R. Kenneth, 1998, “Administración en Mercadotecnia”, 2da edición.
- Douglas Hoffman K., 2002, “Fundamentos de Marketing de servicios” 2da edición.
- García Villa Adolfo, “Planificación y Evaluación del Turismo”, Ed. Noriega Limusa
- Koontz Harold, Weihrich Heinz, “Administración”, 11va edición.
- Kotler Philip, Armstrong Gary, “Fundamentos de Mercadotecnia” 6ta edición.
- Kotler Philip, Bowen John, 2004, “Marketing para el Turismo”, 3era. edición.
- Lovelock Christopher, 1997, “Marketing de Servicios”, Ed. Prentice Hall.
- Porter Michael, 1999, “Ventaja Competitiva”, 18va edición.
- Stanton William, 2003, “Fundamentos de Marketing”, Ed. Mc Graw Hill, 13va. edición.

REVISTAS

- Michelle Tellez Adolfo, “Asesoría Turística”, Ed. Asesoría y conceptos turísticos S.C.
- Almaráz Anid, “Normatividad Empresarial”, Ed. Grupo Editorial Hess
- Champion David, “Harvard Business Review”
- “Fortune”, Ed. Time Warner Publishing B.V
- Ibarra Fortino, “Turistampa”, Ed. TURISTAMPA S.A.DE C.V
- Iriarte Raúl, “Alta Hotelería”, Ed. Comunicación e investigación turística integral S.A. DE C.V.

- “Negocios”, Ed. Dirección de Comunicación Social
- Negocios Y Empresarios”, Ed. Publicidad editorial S.A. DE C.V
- Romo Mildred, “Entrepreneur”, Ed. Impresiones aéreas S.A. DE C.V
- Rosas Fernando, “Haz Negocio”, Ed. Cátedra S.A. de C.V.
- Correo electrónico y sitio Web: ptnegret@uag.mx www.uag.mx