



**Universidad
Intercultural
de Colima**

LICENCIATURA EN TURISMO COMUNITARIO

**MÓDULO VIII : COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA SOCIAL Y
TURISTICA**

TÍTULO

SENDEREANDO POR EL CHICAL

ALUMNOS:

ALVAREZ FRANCISCO CRISTAL ALEJANDRA

LOPEZ BERNABE MISAEL

RODRIGUEZ LARIOS MAGALY ZIRANET

RODRIGUEZ RINCON ROCIO

DOCENTE:

MIGUEL RAMSÉS COVARRUBIAS CÁRDENAS

COMUNIDAD:

EL CHICAL, COQUIMATLÁN, COL.

Índice

Introducción.....	1
Problematización.....	1
Marco Conceptual.....	4
Turismo Comunitario:.....	4
Mercadotecnia social:.....	4
Comunicación intercultural:.....	5
Turismo responsable:.....	5
Diagnóstico del territorio.....	6
Inventario Turístico.....	8
Promoción turística ética.....	18
Ruta Turística Propuesta.....	19
Actividades propuestas:.....	19
Estrategia de comunicación.....	21
Conclusiones.....	23
Bibliografía.....	24
Anexos.....	25

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo principal crear estrategias de promoción turística adecuadas que den a conocer la riqueza natural y cultural del chical, esto tomando en cuenta la opinión de los actores claves y obteniendo una muestra a través de herramientas como la entrevista para de esta manera saber qué lugares les gustaría que se dieran a conocer y el tipo de material que crean apropiado para la realización de dicha promoción. Las herramientas aplicables para la obtención de información se irán adecuando conforme sea necesario, es importante recalcar que ya se hizo un trabajo previo en la comunidad de donde se obtuvieron algunos resultados significativos sobre la percepción del lugar que habitan, por otra parte se busca crear conciencia, rescate, conservación y reapropiación de espacios muebles e inmuebles que le dan características únicas al lugar (puente colgante de madera, ruinas de ex hacienda, manantiales, caminos ancestrales, historias y leyendas significativas) para que de esta manera su legado se mantenga vivo y las nuevas generaciones tengan esta perspectiva y sentido de pertenencia de el contexto que los rodea, a su vez aprendan a reconocer la riqueza natural y biodiversa con la que cuenta su comunidad para así lograr un fortalecimiento que logre potencializar la actividad turística de manera consciente y responsable todo esto mediante la promoción y difusión del destino seleccionado.

Problematización

La mercadotecnia social y las herramientas que estamos aprendiendo a utilizar en este cuatrimestre nos permiten desarrollar estrategias que trataran de dar respuesta a las problemáticas que logramos identificar en nuestro caso de estudio, la comunidad del chical es conocida principalmente por sus manantiales denominados como “las huertas” este lugar cuenta con albercas artificiales que forman parte de un proyecto turístico de antaño donde se buscaba formular una estrategia política que beneficiara a los habitantes de la entidad.

En un proyecto previo se logró detectar que la problemática principal era la falta de rutas turísticas en la comunidad, dado que no se contaba con ninguna propuesta que interrelacionara los diferentes atractivos que esta ofrece, por lo cual se logró hacer una propuesta de ruta con estos elementos.

Esta situación nos permite contextualizar el lugar como parte de diferentes proyectos e inversión por parte de las tácticas políticas que buscan mejorar las condiciones de vida de los pobladores, se sabe que muchas veces estos proyectos buscaban privatizar o apropiarse de los espacios lo que generó cierta desconfianza entre los miembros de la misma. Sin embargo, es inevitable que el gobierno intervenga en las estrategias de desarrollo turístico formulando la promoción y el material audiovisual ya que forma parte de la ruta del agua proyecto turístico y estrategia de promoción por parte de la dirección de turismo del ayuntamiento actual.

A estos elementos se suma el momento histórico de lucha y peticiones de años de los pobladores para que les realizaran un puente digno que contará con las condiciones necesarias para no quedar incomunicados en tiempo de lluvias donde el río crece por lo tanto no los dejaba cruzar ni acceder a la cabecera municipal, así mismo esta infraestructura modifica el paisaje y abre algunas líneas de investigación como por ejemplo ¿qué tipo de impacto tendría el que más personas puedan acceder a la comunidad?, ¿el lugar está preparado para recibir más visitantes?, ¿qué pasará con los

elementos que le daban identidad al lugar se perderán o se les dará la importancia cultural e histórica que merecen? Tampoco se trata de satanizar el progreso pero sí de identificar todas las posibles consecuencias tanto positivas como negativas que esto puede ocasionar.

Después de un análisis relacionado con nuestro módulo descubrimos que una segunda problemática es la falta de promoción turística en este lugar, aunado a la falta de estrategias de comunicación que generará una promoción turística poco adecuada para dar a conocer el destino.

Ahora bien, es aquí donde la mercadotecnia social jugará un papel fundamental al crear conciencia y conservar la riqueza de los lugares que se encuentran, ya que con proyectos pasados identificamos que no existe una publicidad relacionada con la comunidad que las personas no son conscientes del patrimonio cultural/natural existente, el cómo deberían de protegerlo, preservarlo de manera más consciente, la falta de señalización, material visual que invite a los visitantes a realizar prácticas responsables, desde recoger la basura, no modificar el entorno, para lograr un turismo comunitario real porque se puede notar que el gobierno ha implementado solo mercadotecnia tradicional, turismo de masa, y no se a medido el impacto negativo que esto puede llegar a ocasionar son entre otros las principales problemáticas que logramos encontrar.

Marco Conceptual

Turismo Comunitario:

El Turismo Comunitario si bien no un concepto nuevo dentro del territorio pues esta práctica ya se realizaba anteriormente, solo que tenía otra denominación lo más parecido que se encuentra es el turismo rural o el ecoturismo, pero con los gobiernos actuales, la creación de nuevas estrategias para el desarrollo turístico, la política de revalorización de las comunidades y el rescate de elementos ancestrales logramos posicionar el turismo comunitario como política pública lo cual muestra una ventana de oportunidad para la realización de prácticas más responsables y amigables con el entorno migrando del turismo tradicional a nuevas formas de realizarlo, buscando beneficiar a los actores clave que se desarrollan en el entorno.

Mercadotecnia social:

Para el caso de la mercadotecnia social la cual se considera como el conjunto de estrategias y diseño en la elaboración de una campaña de promoción no se busca en sí vender un producto como tal sino lograr la revalorización, el rescate y reposicionamiento de los lugares, destinos o valores culturales que radican en una comunidad, buscamos con ello generar un cambio de conciencia de percepción, al momento de consumir nuestros productos. Como se menciona en la presentación Fundamentos y producto social “El concepto mercadotecnia se aplica para referirse al diseño, la puesta en práctica y el control de programas que tienen como objetivo, promover una idea o práctica social en una determinada comunidad.” A su vez en esta presentación se mencionan diferentes definiciones de marketing social de la cual tomamos la de Kotler (1982) “El Marketing Social es el diseño, implementación y control de programas que buscan incrementar la aceptación de una idea social o práctica en un grupo objetivo”.

Comunicación intercultural:

La comunicación intercultural busca la relación y el cruce que se da entre las diferentes formas de pensar entendiendo la interculturalidad como “un proceso de conocimiento, reconocimiento, valoración y aprecio de la diversidad cultural, étnica y lingüística que caracteriza la identidad colectiva de México, y que se manifiesta en las distintas formas culturales presentes en el país.” (directrices para la comunicación intercultural pág. 68) esto quiere decir que nuestro proyecto buscará englobar y comunicar de manera pertinente y sin discriminar a nadie.

Turismo responsable:

Es importante resaltar que el contenido que se crea a través de la mercadotecnia social busca modificar o cambiar conductas o crear un impacto al público al que va dirigido por su parte buscamos turistas que sean responsables y que tengan conciencia de las prácticas que están realizando, por otra parte, turismo responsable destaca y debe tomar en cuenta “el respeto al equilibrio natural, el respeto a las actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales, la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en el proceso, la incorporación de criterios de calidad y de satisfacción del turista, la mejora en la calidad de vida de la población local, un reparto más equitativo de los beneficios, la promoción de formas alternativas de turismo y la diversificación de los productos turísticos. (turismo sustentable en México, pág. 32) para la realización de nuestro proyecto es importante tomar en cuenta lo ya mencionado.

Diagnóstico del territorio

Colima es un territorio potencialmente turístico en cuestión de biodiversidad, cultura, tradición e historia, aunque es un estado muy pequeño su gran variedad de climas, distancias cortas, basta riqueza de flora y fauna, tipos de suelos, relieves, manglares, selvas caducifolias, etc. Permiten la creación e implementación de rutas turísticas con facilidad y versatilidad. Cada una de las comunidades que conforman el estado tiene una historia y relevancia en cuanto a los elementos con los que cuentan. En esta ocasión nos centramos en la comunidad del Chical dentro del municipio de Coquimatlán.

El Chical es una pequeña comunidad que se encuentra ubicada a 9 kilómetros (en dirección Suroeste) de su cabecera municipal: Coquimatlán. Su clima predominante se puede clasificar como: “estepa cálida”, un clima semiárido que no es tan seco lo cual permite la vegetación de matorrales y pastos, por otro lado, durante las lluvias el paisaje logra transformarse en un verde intenso. El número de habitantes es de 443 de los cuales 227 son mujeres y 216 hombres según datos del INEGI 2020.

El relieve es variado, cuenta con cerros cercanos combinando zonas planas del valle de Colima, permitiendo así la realización de actividades como el senderismo consciente.

Atractivos:

-Ríos: El territorio cuenta con un pase del río Armería, uno de los ríos más importantes del estado de Colima que desemboca en el océano pacífico, el puente colgante que une al pueblo del Chical con el Poblado es vital para la biodiversidad de ambas comunidades, su cuenca hidrográfica es de gran importancia para la región.

-Manantiales: Los manantiales del Chical son un destino natural impresionante, funciona también como balneario ofreciendo estanques con aguas cristalinas y poco profundas rodeadas de huertas frutales.

-Senderos/Caminos: Brechas y caminos que la comunidad cotidianamente utiliza para moverse a comunidades cercanas o dentro de la misma, de igual manera estos suelen ser espacios para realizar caminatas o senderismo de manera interpretata.

-Casco de la hacienda: El casco de la hacienda en El Chical, tiene una rica historia vinculada a la familia Álvarez, una de las dinastías más prominentes de la región. La hacienda original se extendía por bastas tierras que incluían el desaparecido pueblo indígena de Quizalapa, hoy conocido como El Chical

-Cerros: La comunidad se encuentra cerca del Cerro Grande, ubicado en el municipio de Coquimatlán. Este cerro es significativo en la región, por su gran cantidad de ríos y manantiales.

-Huertas de árbol endémicos (chico, mamey, anona, chicozapotes, mangos y tamarindos).

-Puente colgante: El largo puente colgante atraviesa el río Armería, las personas suelen acercarse a tomar fotografías en este lugar, se puede llegar al puente en vehículo o bicicleta desde él y se observa la vegetación del entorno.

Inventario Turístico

Manifestaciones culturales		
Tipo	Descripción	
Lugares históricos	Ubicación / acceso	NS
	Tiempo para llegar al sitio	NS
	Interés turístico	NS
	Aspecto de sitio	NS
Ruinas	Ubicación/ acceso	Por un sendero arbolado dentro de la comunidad
	Tipo de cultura	NS
	Facilidad para visita	Si
	Tiempo para llegar al sitio	15 min.
	Descripción del sitio	El casco de la hacienda en El Chical, tiene una rica historia vinculada a la familia Álvarez, una de las dinastías más prominentes de la región. En la cual solo

		quedaron ruinas rodeadas de vasta naturaleza.
	Estado actual	Solo quedan ruinas.
	tarifas	Ninguna
Sitios arqueológicos	Ubicación/ acceso	NS
	Tipo de cultura	NS
	Facilidad para visita	NS
	Tiempo para llegar al sitio	NS
	Descripción del sitio	NS
	Estado actual	NS
	tarifas	NS

Folklor		
Tipo	Descripción	
	Lugar/ acceso	Rancho de Villa/El Chical.

Manifestaciones religiosas	Fecha	Noviembre
	Duración de la ceremonia	5 días aprox.
	Descripción	La comunidad del Chical participa en la elaboración de romería de los martes del rancho de Villa, luego durante ciertos días la imagen peregrina es recibida por la comunidad con danzas, música, y un gran fervor religioso, con el fin de que el Sr. de la expiración visite distintas casas en la comunidad.
	Lugar/acceso	El Chical, Coquimatlán
	Fecha	19 de marzo
	Duración de la ceremonia	1 hr aprox.
	Descripción	Celebración eucarística en honor al santo patrono de la comunidad, al terminar la misa este día en específico se comparten alimentos (birria, arroz, frijoles, agua, etc.) con los asistentes afuera de la iglesia.

Comidas típicas	Lugar de origen/acceso	El Chical
	Nombre	Chacales y tilapia roja en diferentes presentaciones
	Calidad del platillo	Bueno
	Características	Platillos locales elaborados tradicionalmente. Como ya fue mencionado, en distintas presentaciones.
Mitos y leyendas	Lugar de origen/acceso	NS
	Nombre y tipo	NS
	Descripción	NS

Actividades agropecuarias		
Tipo	Descripción	
Actividades agropecuarias	Ubicación/acceso	El Chical
	Tipo	Cultivos de maíz de temporal y riego, limón, arroz, y ganado bovino.

	Características	Los habitantes realizan distintas actividades agropecuarias para autoconsumo y/o venta.
	Intereses turísticos	
	Posibilidad de visitas	

Actividades		
Tipo	Descripción	
Senderismo	Fecha de realización	Cualquier día
	Lugar/ acceso	Dentro de la misma comunidad o hacia comunidades vecinas.
	Interés turístico	Realizar caminatas interpretativas.
	Características	Durante el día se pueden hacer caminatas hacia los distintos puntos de interés dentro de la comunidad, realizando observación del paisaje, etc.
	Tarifas	Sin costo alguno

Tradiciones paganas		
Tipo	Descripción	
Fiestas taurinas	Fecha de realización	17 al 19 de marzo
	Lugar/ acceso	El Chical, Coquimatlán.
	Interés turístico	Corridas de toros, bailes, misas, recibimientos, actividades religiosas.
	Características de la tradición	Fiestas realizadas en honor a San José patrono de la comunidad. Se realizan corridas de toros, peregrinaciones y novenario de misas en honor al santo, al igual recibimientos por las tardes para las personas que asisten. Por la noche suelen haber bailes en el jardín de la comunidad.
	Tarifas	Varia

Sitios naturales	
Tipo	Descripción

Cerros	Ubicación/acceso	Periferia
	Vegetación	Selva baja caducifolia
	Fauna	Aves, animales domésticos, reptiles.
Planicie	Ubicación / acceso	Donde está asentada la comunidad
	Vegetación	Árboles, vegetación caducifolia en general.
	Cultivos	NS
	Paisajes	Vegetación seca y en tiempos de lluvia florece.
	Ubicación / acceso	A las afueras de la comunidad
	Tramos de interés	Donde se encuentran los tres puentes rumbo a la comunidad
	Paisajes	En temporada seca, permite admirar el contraste de la vegetación, además de admirar las aguas del río desde el puente colgante

Ríos (Armería/Grande)	Flora	Diferentes tipos de árboles como parotas, guamuchiles.
	Fauna	Diferentes especies de animales del monte y aves, así como peces y chacales.
	Zona para bañarse	NS
Lugares de observación de flora y fauna	Ubicación / acceso	Existen diferentes lugares para observar diferentes tipos de especies dado las llanuras lomas bajadas y subidas que componen a la comunidad.
	Suelo	Tierra
	Descripción de las especies	Diferentes tipos de árboles y animales
	Época de visita	Todo el año
Caminos pintorescos	Ubicación / acceso	Dentro de la comunidad, El Chical.
	Puntos de interés	Ex hacienda
	Vistas panorámicas	Se logra apreciar toda la comunidad desde las ruinas.

	Paisajes	Combinación de la naturaleza y relieves
	Obra vial	Variedad de puentes
Manantiales	Ubicación/Acceso	Por brechas dentro de la comunidad
	Tramos de interés	El camino y su basta vegetación y fauna, Balneario "las huertas del Chical".
	Paisajes	El tramo es arbolado, durante lluvias el entorno se pone más verde. Al llegar a las huertas se aprecia el agua cristalina y bastos árboles frutales.
	Flora	Distintos tipos de árboles y vegetación.
	Fauna	Aves, animales domésticos.
	Zona para bañarse	El lugar está adaptado para que los manantiales funcionen como un balneario.

Flora	
Nombre	Descripción
Parota	Árbol muy valorado por su madera y sus semillas comestibles utilizada mucho en platillos colimotes como salsas, ceviches, cocidas y asadas.
Árbol de rosa morada	Árbol caducifolio de notas maderables, con una corteza externa fisurada de color café grisáceo oscuroaamarillento. Tiene unas llamativas flores color lila a rosado pálido o púrpura rojizo, las cuales florecen de febrero a junio. Proporciona una buena sombra durante verano.
Roble	Arbusto o árbol que crece hasta 25 m. de altura, copa redondeada densa, hojas de 14 cm. de largo lanulosas, característico por sus flores blancas, florea de febrero a mayo, frutos subglobosos pequeños amarillos y después rojos o púrpuras al madurar.
Árboles frutales	En la comunidad existen distintos árboles frutales como mango, guamúchil, limón, chicos, papaya, plátano y maíz, coco, mamey, anona, tamarindo, chicozapote.

Gastronomía		
Tipo	Descripción	
Cocina al fuego	Fecha de realización	Lunes a viernes de 8a.m. a 4p.m.
	Lugar/ acceso	El Chical, Coquimatlán

	Interés turístico	Personas que pasan o visitan la comunidad, llegan a consumir los diferentes guisos que esta ofrece.
	Características	Cocina tradicional donde puedes degustar de diferentes platillos de la cocina típica Colimota.

Promoción turística ética

La promoción turística en el desarrollo de estrategias de marketing social es fundamental ya que tenemos que apegarnos a el código de ética de la organización mundial para el turismo, también se ha de tomar en consideración el cuarto principio para la promoción turística “la veracidad”, es decir que lo que comunicamos tenga relación directa con la realidad del entorno y contexto que se viva en el momento que se realiza la aplicación de las herramientas de difusión.

Ruta Turística Propuesta

SENDEREANDO POR EL CHICAL

Descripción del recorrido :

Nuestro recorrido dura aproximadamente 4 horas para disfrutar de los ríos, el paisaje, avistamiento de aves, respirar aire fresco y senderear, una ruta de senderismo perfecta para principiantes de 6 km de recorrido aproximadamente.

Lugares que se visitarán:

- 1.- Puente colgante
- 2.- Sendero hacia el pueblo
- 3.- Exhacienda del casquito
- 4.- Huertas del chical

Actividades propuestas:

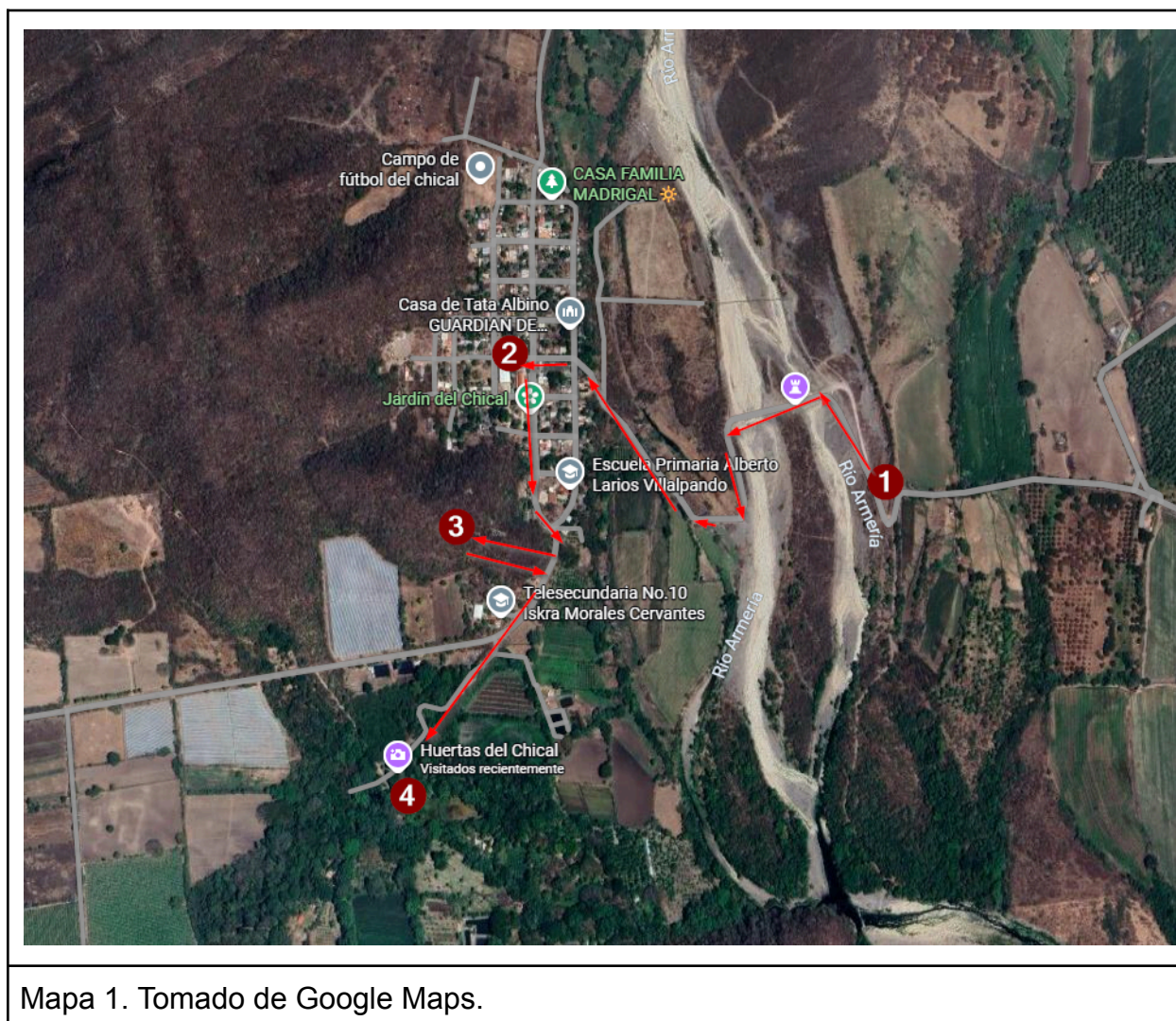
Al inicio del pueblo nos iremos caminando aproximadamente 20 minutos, nuestra primer parada será en el puente colgante ahí, disfrutaremos el paisaje espectacular que nos brinda la madre naturaleza, donde pasa el río más grandes de Colima río Armeria, continuaremos por el sendero hacia la comunidad del chical, para descansar en el gran árbol de la higuera allí mismo descansaremos bajo su sombra y tomar un pequeño refrigerio , para después continuar con el senderismo hacia la exhacienda el casquito, desde arriba de la hacienda podemos observar un hermoso paisaje de la naturaleza, avistamiento de aves, el puente colgante, y todo el pueblo del chical, continuamos con una pequeña explicación sobre la exhacienda y de cómo la gente de la comunidad defendió su territorio y no permitió que el mismo gobierno se quedará con dicho lugar, podemos observar la gran biodiversidad que hay en este pequeño cerrito , como son las orquideas silvestres, nopal de campo, y mucha flora silvestre, continuamos con nuestra caminata hacia las huertas de el chical y los manantiales en donde nos refrescamos con un chapuzón.

En el agua de manantial podremos degustar agua de sus yacimientos, así que lleva tu termo para que lo rellenes.

Duración aproximada:

El horario de la ruta será de 7 a.m. - 11 a.m.

Valor cultural y Natural: La Conservación del territorio hace que el chical sea un atractivo para los visitantes, conectar con su naturaleza,avistamiento de aves, y su gran biodiversidad, la identidad comunitaria, que está propiamente ligada con la tierra. Su valor Natural , ya que la zona es muy rica en agua con sus manantiales y los ríos cercanos permiten el desarrollo de huertas de limón, mango, y maíz son cultivos fructíferos para la misma comunidad y sus habitantes.



Estrategia de comunicación

Teniendo clara la problemática central que corresponde a la primera parte del proyecto de la cual surgió una propuesta de ruta, este módulo fue necesario para darnos cuenta que la promoción turística repercute de manera positiva o negativa en el destino de interés. Por lo tanto, consideramos que en base a los valores éticos que ahora nos rigen la responsabilidad de una promoción con un trasfondo ético, significativo, honesto y responsable recae en nuestros hombros. No solo queremos “vender” o mostrar un producto sino generar desde la mirada comunitaria, un turismo diferente que tiene como prioridad el respeto mutuo, rescate de saberes, empatía, sustentabilidad y lo más importante la participación de todos.

Entonces, en relación a lo ya mencionado anteriormente buscamos atraer a turistas conscientes, personas interesadas en actividades recreativas y al mismo tiempo en el cuidado de las áreas naturales; que no vean el espacio solo con fin de ocio sino como una oportunidad de aprendizaje dentro de las actividades turísticas. Una característica específica que nos interesa de los visitantes es que tengan la disposición de recrear la visión/perspectiva que tienen sobre la manera de realizar el turismo, mediante la escucha activa y respetuosa al momento de interactuar con la comunidad y del conocimiento que pueden compartir. No buscamos que nuestro producto masifique el espacio, sino que genere acciones positivas y conscientes para la conservación, rescate, reapropiación, etc.

Si bien es cierto que nuestro mensaje se centra en los lugares que forman parte de la ruta, buscamos algo más que solo resaltar patrimonios muebles o inmuebles... desde un enfoque comunitario y consciente mostraremos la riqueza biodiversa en relación a la comunidad, para esto es fundamental reforzar la apropiación de su identidad, hacerlos partícipes en todo momento que no se sientan ajenos a este tipo de actividades.

Nuestro producto busca presentar a la localidad a partir de su entorno y tradiciones, asimismo exponer como actividades que son cotidianas para ellos tiene un valor cultural significativo.

Para lograrlo, la narrativa turística se basará en comunicar la historia del lugar, su cultura, la aventura, etc. Esto para lograr atraer a visitantes conscientes, mientras creamos experiencias dando oportunidad al desarrollo económico, la preservación del patrimonio y apropiación de su identidad mientras tejemos conocimiento en conjunto.

Conclusiones

Realizando este trabajo nos dimos cuenta que el Chical logra ser un poco reconocido en el ámbito turístico debido a las actividades (senderismo, caminatas) que personas externas realizan en la comunidad pero principalmente por su balneario alimentado por los manantiales, sin embargo el destino tiene más para ofrecer, existe un potencial turístico de base comunitaria increíble, su particular característica en cuanto a la vegetación, los senderos, estructuras, ruinas, sin dejar de lado la calidez de las personas locales y su entusiasmo por desarrollar actividades turísticas que nazcan desde la comunidad llevándolas en conjunto con nosotros hace al Chical sumamente atractivo y potencial para nuestra carrera. Esto marcará la diferencia, pues los habitantes actualmente no son informados sobre las actividades turísticas que se desarrollan en él por personas externas, por lo tanto no existe un permiso o consentimiento por parte de los pobladores hacia estas personas para desarrollar dichas actividades.

Llegando así a la conclusión de que el marketing social tiene una relevancia y pertinencia significativa en el contexto actual, ya que a través de este podemos no solo comunicar un destino, sino cambiar o posicionar ideas reales sobre el mismo haciendo la experiencia más consciente y significativa, procurando cuidar y respetar el entorno en el que se desarrolla la actividad.

De igual manera al considerar la opinión de los pobladores se logra tener una campaña publicitaria más acertada donde se verá representado el territorio, sus valores, tradiciones e ideales, asimismo la veracidad y la identidad quedará plasmada en cada uno de los materiales que se generen.

Comprendimos también que nosotros no jugaremos el papel de autores sino el de asesores y escuchas, de esta manera en conjunto y utilizando las herramientas necesarias elaborar cosas en beneficio de los pobladores permitiéndoles así mejorar sus condiciones, buscando aportar un impacto positivo con cada una de las acciones que realicemos para que de esta manera las personas se reapropien de sus espacios y se vuelvan actores fundamentales para la defensa del patrimonio que poseen.

Mientras que el turismo comunitario jugará un papel fundamental para desempeñar dichas actividades, dado el contexto actual y siendo una actividad “nueva” o creciente en el país el dará apertura al uso de estas herramientas para comunicar o dar a conocer los diferentes sitios y actividades que se quieran promocionar de manera adecuada teniendo en cuenta nuestros valores éticos.

Bibliografía

Roldán-Clará, B., Olmos-Martínez, E., Maldonado Alcudia, C. Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable. (2017). Turismo sustentable en México. In *Cuadernos de divulgación ambiental*.

<https://biblioteca.semarnat.gob.mx/janium/Documentos/Ciga/Libros2013/CD002793.pdf>

Riess Carranza, B., Martínez Martínez, R., Heriberto Rodríguez, Mónica Méndez, Mauricio Sánchez, & María Bellinghausen. (2012). *Directrices PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL* (Primera edición). Secretaría de Educación Pública.

http://eib.sep.gob.mxhttps://dgeiib.basica.sep.gob.mx/files/fondo-editorial/educacion-intercultural/cgeib_00059.pdf

Mendive & Díaz. (2011). Mercadotecnia social. In *División de Ciencias Sociales y Administrativas / Mercadotecnia Internacional*. <https://goo.gl/aR8ltb>

Aguëra, F. O. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas Revista Crítica De Ciencias Sociales Y Jurídicas*, 38(0). https://doi.org/10.5209/rev_noma.2013.v38.42908

Castillo-Palacio, Marysol; Castaño-Molina, Vladimir. (2015). LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina.

<https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>

Anexos

Entrevista

- 1) Nombre de la persona entrevistada:
- 2) ¿Tiene algún cargo o participación dentro de la comunidad?
- 3) ¿Cuánto tiempo tiene viviendo aquí?
- 4) ¿Cómo era la vida de antes en general?
- 5) ¿Qué le cuentan sus padres sobre la comunidad?
- 6) ¿Cree que la comunidad ha cambiado con el tiempo?
- 7) ¿Conoce las rutas turísticas de senderismo que se realizan en la comunidad?
- 8) ¿A qué se debe que el nombre del pueblo sea “El Chical”?
- 9) ¿Qué actividades relacionadas con la naturaleza les recomendaría hacer a los visitantes que vienen a la comunidad?
- 10) ¿Se siguen practicando saberes ancestrales?
- 11) ¿Le gustaría que el Chical fuera un destino turístico comunitario?
- 12) ¿Qué es lo que le disgusta acerca de que personas externas visiten la comunidad?
- 13) ¿Alguna vez ha visto publicidad donde se promoció turismo dentro del Chical?
- 14) ¿Cuál es su opinión en cuanto a estos anuncios publicitarios?

