



XII CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CIENCIAS EMPRESARIALES
(CICE 2019)

IX TALLER INTERNACIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO
(HOTELTUR 2019)

**Club de productos turísticos para la integración de oferta turística en
emprendimientos: Caso El Jorullo**

*Club of tourism products for the integration of tourism offer in
entrepreneurships: El Jorullo Case*

Maria del Carmen Diaz García¹, Carlos Salvador Peña Casillas², Rodrigo
Espinoza Sánchez³, María del Carmen Verduzco Villaseñor⁴

Resumen

La integración de clubes de productos turísticos promueve la diversificación de la oferta turística, beneficiando al público brindándole más opciones para elegir dentro de un mismo territorio. Los emprendimientos sociales turísticos (EST) en espacios rurales son vistos como una alternativa al turismo de masas, el cual le ofrece al visitante la oportunidad de disfrutar de los recursos de la región, pero la **problemática** indica que para consolidar la oferta turística de un territorio como el ejido El Jorullo, se requieren esquemas de colaboración en estas entidades que les permitan potenciar el atractivo de su región. El **objetivo** es presentar una propuesta de estrategia para la integración de los productos turísticos de 3 Emprendimientos Sociales Turísticos (EST) presentes en el ejido El Jorullo, como ventaja competitiva para su fortalecimiento en el mercado mediante los clubes de productos turísticos. La **metodología** es investigación-acción cualitativa mediante el uso de mapeo territorial para la descripción de los productos e integración de los clubes, así como entrevistas no estructuradas a actores clave de cada emprendimiento.

¹ Licenciada en Turismo. Estudiante de Maestría en Administración de Negocios, Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: diazcarmen87@gmail.com

² Maestro en Administración de Negocios. Estudiante del Doctorado en Gestión de las Organizaciones, Universidad Autónoma de Nayarit, México, Correo electrónico: cspcman15@gmail.com

³ Doctor en educación. Profesor Investigador de la Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, miembro del Cuerpo Académico de Análisis Regional y Turismo (ART) con clave: UDG-CA-443. Correo electrónico: rodrigo@uc.cuc.udg.mx

⁴ Licenciada en Administración, Estudiante de la Maestría en Administración de Negocios, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, México, Correo electrónico: carmen_verduzco@hotmail.com



**II Convención Científica Internacional 2019
CIENCIA Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL PARA EL
DESARROLLO SOSTENIBLE
Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas**



Los **resultados y discusión** refieren que la implementación de estrategias como la planeación conjunta y colaboración en los EST estudiados convierte la promoción individual a un producto de mayor diversidad y alcance que posibilita al ejido ser competitivo en el ramo turístico. Las **conclusiones** indican que la integración de un club de productos entre los EST es una estrategia importante para el logro de sus fines individuales y al mismo tiempo, plantear y alcanzar nuevos objetivos entre emprendimientos diferentes.

Palabras Clave: Club de Productos; Producto Turístico; Ámbito Rural.

Abstract

*The integration of tourist products clubs promotes the diversification of the tourist offer, benefiting the public by giving them more options to choose from within the same territory. Social Tourism Entrepreneurships (STEs) in rural areas are seen as an alternative to mass tourism, which offers visitors the opportunity to enjoy the resources of the region, but the **problem** indicates that to consolidate the tourist offer of a territory as the ejido El Jorullo, collaboration schemes are required in these entities that allow them to enhance the attractiveness of their region. The **objective** is to present a strategy proposal for the integration of the tourism products of 3 STEs present in El Jorullo ejido, as a competitive advantage for their strengthening in the market through the tourist products clubs. The **methodology** is qualitative research-action through the use of territorial mapping for the description of the products and integration of the clubs, as well as unstructured interviews with key actors of each entrepreneurship. The **results and discussion** refer that the implementation of strategies such as joint planning and collaboration in the STEs studied converts the individual promotion to a product of greater diversity and scope that enables the ejido to be competitive in the tourism sector. The **conclusions** indicate that the integration of a club of products among STEs is an important strategy for the achievement of their individual goals and at the same time, raise and reach new objectives between different entrepreneurship.*

Keywords: Products Club; Tourism Product; Rural Ambit.

Eje Temático III. Turismo y Marketing