

# **EL EMPRENDEDURISMO UNIVERSITARIO, UN VÍNCULO GENERADOR DE IDENTIDAD, CULTURA Y TURISMO: PROPUESTA DE UNA CONSULTORA TURÍSTICA.**

---

**AUTOR.**

DR. ENRIQUE GUADARRAMA TAVIRA

**COAUTOR.**

M EN A. MÓNICA DEL VALLE PÉREZ:

L.A.E. GLORIA GEORGINA ICAZA CASTRO

FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO.

## **Resumen**

El escenario histórico del país está supeditado a conflictos económicos, políticos, sociales y ambientales de gran envergadura que han originado el entorno actual, particularmente en el campo mexicano, las comunidades rurales e indígenas han presentado una serie de cambios en sus formas de articulación social y productiva, en gran medida por el declive de actividades tradicionales y agropecuarias y de manera simultánea el incremento de la migración hacia las ciudades, aunado a ello se observa que las inversiones y proyectos productivos existentes orientados al turismo en sus diversas modalidades, no inciden satisfactoriamente en las condiciones de vida de los

actores implicados ya que no parten del conocimiento de las necesidades reales y potencialidades del territorio.

La Consultora: Identidad, Cultura y Turismo, es una microempresa que tiene como propósito consolidarse como una agencia de desarrollo local, productiva y rentable, que genere beneficios, mediante el diseño e implementación de productos turísticos diferenciados por la vocación del territorio ya que oferta consultoría especializada en servicios de asesoría y acompañamiento para el diseño e implementación de proyectos turísticos basados en la identidad territorial de las zonas rurales de México, a partir de la integración del capital social, cultural y natural de las comunidades; desarrolla sus actividades tomando en cuenta la responsabilidad social, ética y sustentable que ejerce hacia sus clientes y recursos humanos, bajo criterios de equidad y respeto.

Palabras clave: consultoría, territorio, comunidades.

### **Summary**

The historic setting of the country is subject to economic, political, social and environmental conflicts that have led to large current environment, particularly in the Mexican countryside, rural and indigenous communities have been a number of changes in forms of social articulation and production largely by the decline of traditional agricultural activities and simultaneously increased migration to cities, coupled with it is observed that the existing investments and productive projects aimed at tourism in its various forms, are irrelevant satisfactorily the lives of those involved no longer emanating from the knowledge of the real needs and potential of the territory.

Consultant: Identity, Culture and Tourism, is constituted as a microenterprise which aims to establish itself as a local agency, productive and profitable growth, generating profits through the design and implementation of tourism products differentiated by the vocation of the territory and to offer specialized consulting services for advice and support design and implementation of tourism projects based on the territorial identity of rural areas of Mexico, from the integration of social, cultural and natural capital of communities; develops its activities taking into account the social, ethical and

sustainable responsibility exercised to its customers and human resources, the principle of fairness and respect.

Keywords: consulting, territory, communities.

### **Introducción**

Resulta elemental expresar que el Turismo es una actividad considerada como fuente importante de ingresos, ya que es la tercera actividad económica más importante en el mundo en la generación de divisas, solo superada por la industria petrolera y automotriz.

En el caso específico de México después del petróleo y las remesas, ya que representa más del 8% del PIB nacional, generando 2 millones de empleos directos e indirectos razón por la cual constituye una oportunidad de desarrollo para los países con economías emergentes. Por tanto, dicha actividad se ha expandido no solo a destinos de “sol y playa” como espacios preferentes y únicos, ya que su demanda ha fomentado que la oferta se diversifique, trasladando el turismo a espacios rurales e indígenas con la incorporación de las prácticas de Ecoturismo, Turismo de aventura, turismo rural que acorde a la SECTUR constituyen el Turismo Alternativo.

La demanda de este sector se caracteriza por una mayor exigencia de calidad ambiental, de elección de destinos alejados de los circuitos turísticos tradicionales y la búsqueda de experiencias individualizadas, el cual ha tenido un crecimiento anual promedio de entre 10 y 30%, superando al turismo convencional en un crecimiento de 4% promedio anual, con un gasto total internacional de 64.2% y nacional del 35.8%. Ya para el año 2006 se habían establecido un aproximado de 1,186 empresas comunitarias y privadas dedicadas a este segmento con un crecimiento promedio de 15% anual. De

estas empresas el 71% se ha beneficiado por alguna institución gubernamental.

Lo anterior es propicio para el crecimiento y desarrollo para las poblaciones rurales y comunidades indígenas que cuentan con recursos naturales y culturales importantes susceptibles de aprovechamiento turístico, debido a que más del 70% del territorio nacional es de propiedad social (ejidos y comunidades). De esta manera, se reafirma que existe una amplia oportunidad de negocio para la operación de una consultora, en este sentido, el mercado objetivo está dirigido a 3 grupos de demanda específica que se menciona a continuación:

**Organismos gubernamentales:** Interesados en instrumentar políticas públicas de carácter social, ambiental y turístico con un enfoque participativo, de apoyo y combate a la pobreza dirigidos a la población; rural, campesina e indígena. Vinculados con el sector productivo, comercial y de servicios en los tres órdenes de gobierno como: Secretaria de Turismo (SECTUR), Secretaria de Desarrollo Social (SEDESOL), Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), Secretaria del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Secretaria de Economía (SE), Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) por mencionar las más relevantes.

**Figuras Asociativas:** Sociedades de producción rural, uniones de sociedades de producción rural y asociaciones rurales de interés colectivo, en las que participen: ejidatarios, comuneros y pequeños propietarios que tengan el objetivo de crear proyectos productivos que favorezcan su economía a partir

de la adopción de proyectos turísticos que generen utilidades para mejorar su calidad de vida. Sin dejar fuera a las personas físicas con objetivos en común.

**Asociaciones Civiles:** Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y Redes nacionales e internacionales, conservacionistas y ambientalistas que tienen como finalidad, gestionar el patrimonio cultural y natural así como promover el desarrollo rural.

Cabe resaltar, que el principal consumidor es el sector público, ya que a través de él se gestionan los recursos económicos derivados de los programas de asistencia social provenientes de los organismos gubernamentales antes citados, los cuales facilitan la obtención del capital económico o en espacios mismos que permitirán el impulso y desarrollo de los proyectos productivos correspondientes.

La consultora, otorga beneficios directos al detonar las inversiones públicas y privadas mejorando el bienestar de la población mediante las iniciativas y proyectos turísticos, contribuyendo con la creación de empresas rentables que generen empleos directos e indirectos los cuales permitan recuperar las actividades productivas tradicionales incidiendo en la revalorización del territorio y al mismo tiempo colaborar con la reducción de los flujos migratorios en estos espacios.

Con base en lo antepuesto, se busca fortalecer la producción local y procurar la seguridad alimentaria, así mismo, conservar la identidad de los pueblos al salvaguardar y potencializar los recursos propios, así como también propiciar el aprovechamiento sustentable de los recursos para prolongar su permanencia y conservación en el ejercicio de toda actividad.

### **Metodología**

La realización de esta investigación fue a partir del análisis de los siguientes elementos:

El primer nivel fue la descripción del objeto de esta investigación, el cual describe al turismo alternativo como una de las mejores opciones de diversificación de oferta turística. El segundo nivel de análisis encontró la respuesta a la pregunta de discusión planteada ya que a partir de la problemática que se presenta en la realidad de las comunidades y zonas rurales se establece la posibilidad de realizar estudios que potencialicen los destinos como verdaderos atractivos turísticos. El tercer nivel de análisis que se realizó fue la investigación de campo, utilizándose la aplicación de cuestionarios que permitió la interpretación de relacionar si las comunidades objeto de estudio son útiles para lograr interconexiones sociales entre los diversos actores. En la misma; se identificaron los problemas más comunes con los que se enfrentan las comunidades que cuentan con espacios con potencialidad de desarrollo turístico, procurando en todo momento un nivel de interactividad con personas de las comunidades donde se desarrolló la investigación, al tiempo de realizar la evaluación para definir el perfil del territorio e identificando la utilidad sobre la optimización de la comunidad y finalmente definir sugerencias de mejora para la continuidad del destino.

El enfoque cualitativo, parte de la necesidad de comprender: “los problemas de las comunidades y zonas rurales desde la perspectiva del destino, a partir de la interrelación del investigador con los sujetos de estudio para captar el significado de las acciones sociales” (Munarriz, 1999), realizando entrevistas e interactuando personalmente con los involucrados.

El enfoque cuantitativo recolectó y analizó datos de la pregunta de discusión planteada. Esta investigación aplicada obtuvo información mediante la consulta de documentos y bases de datos de libre acceso, además se soportó

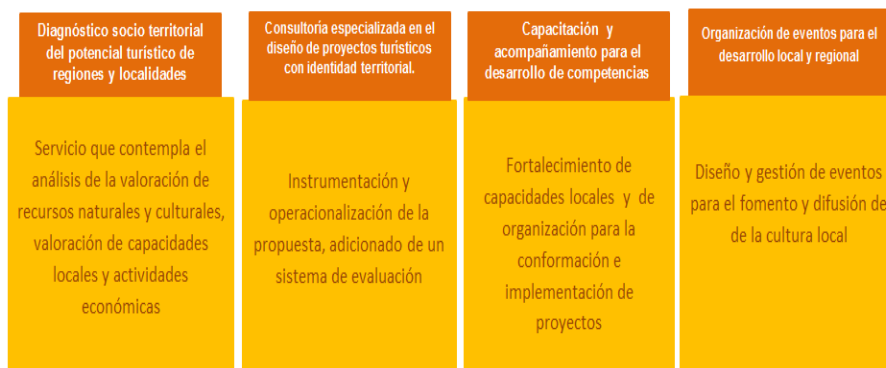
con investigación en forma presencial en sitio. La aplicada del método descriptivo buscó especificar, de manera independiente, diversos aspectos, dimensiones o componentes del programa de turismo rural. La importancia de esta investigación es que ofrece la posibilidad de detallar la actuación de los diferentes actores involucrados en esta propuesta a través de la generación de empleos tanto a asesores internos, como a expertos en el tema, comunitarios, egresados universitarios y la autoridad local. Es importante destacar que el uso de la metodología CANVAS, ayudó para la definición del proyecto en todos sus temas que la misma considera.

### **Desarrollo del tema**

Consultora: Identidad, Cultura y Turismo, es una entidad especializada en ofertar servicios de asesoría y acompañamiento para el diseño e implementación de proyectos turísticos basados en la identidad territorial de las zonas rurales de México, a partir de la integración del capital social, cultural y natural de las comunidades; desarrolla sus actividades tomando en cuenta la responsabilidad social, ética y sustentable que ejerce hacia sus clientes y recursos humanos, bajo criterios de equidad.

La necesidad de este negocio surge de las inversiones y proyectos productivos existentes en las comunidades rurales que no inciden satisfactoriamente en las condiciones de vida de los actores implicados. Ello se vincula con la falta de procesos de diseño y acompañamiento especializado en la instrumentación de proyectos productivos que no parten del conocimiento de las necesidades reales y potencialidades del territorio. La ventaja competitiva radica en diagnosticar las necesidades específicas del territorio y generar propuestas auténticas, productivas e integrales basadas en los recursos locales, mediante estrategias de diferenciación territorial favoreciendo las capacidades de los actores locales, optimizando el

aprovechamiento de sus recursos, garantizando así el posicionamiento de la empresa en el mercado.



Los servicios que oferta son:

El valor de la empresa reside en ofrecer asesoría especializada y acompañamiento para el diseño e implementación de proyectos turísticos basados en la identidad territorial de las zonas rurales para ofertar productos diferenciados y con alto valor agregado.

La empresa crea productos turísticos rurales, con sello territorial, a través de procesos de capacitación y acompañamiento que van desde el diseño participativo a la puesta en el mercado. Adquiere importancia manifestar que los servicios van más allá del turismo convencional, por tanto, se trabaja bajo una premisa endógena considerando los principios del desarrollo local, que se alcanzará al incorporar la actividad turística como una alternativa económica complementaria a sus prácticas cotidianas.

La consultora atiende y logra la operatividad de los proyectos productivos que carecen de una propuesta integral y desconocen las necesidades de las



comunidades rurales, además de plantear el aprovechamiento sostenible y oportuno de las inversiones públicas y de carácter particular.

Las necesidades que satisface es el logro de los objetivos planteados en las estrategias de desarrollo, el aprovechamiento integral de las inversiones públicas, el desarrollo de capacidades para la gestión del patrimonio local y la reactivación económica de los espacios rurales.

Los servicios que distinguen esta propuesta, respecto a otras consultorías, se basan en la diferenciación de los proyectos turísticos que aseguran el uso adecuado de los recursos locales, mismos que se reflejan en la oferta de los servicios tales como el diagnóstico socio territorial del potencial turístico de regiones y localidades, la consultoría especializada en el diseño de proyectos, capacitación y acompañamiento para el desarrollo de competencias y organización de eventos para el desarrollo local y regional.

Las proposiciones de valor son:

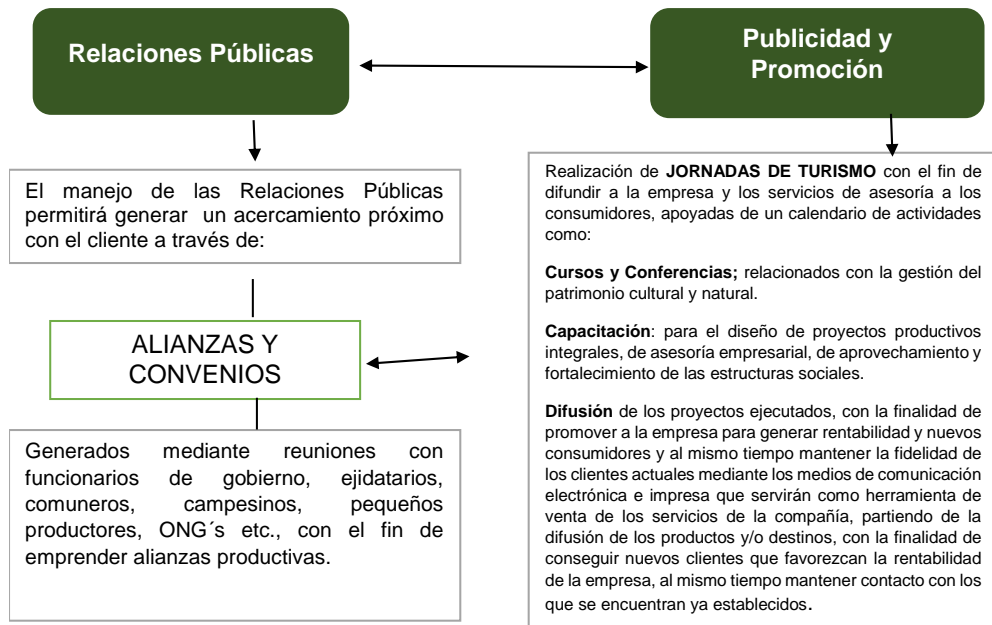
- **Novedad:** asesoría especializada en el diseño de proyectos turísticos con visión cultural e identitaria.
- **Desempeño:** mediante la capacitación y el acompañamiento en la instrumentación del destino (mejora el desempeño, crea destinos únicos, diferenciados, competitivos, estructura actividades en las inversiones previas)
- **Personalización:** desarrollo de productos únicos acordes al territorio, basados en investigaciones científicas
- **Diseño:** productos diferenciados basados en las necesidades y recursos locales, que consideran las demandas de la sociedad actual.
- **Valor agregado:** otorgamiento de valor a las actividades productivas locales, mediante la incorporación de propuestas turísticas.

- Valores que rigen la actividad: equidad, respeto, compromiso, responsabilidad social y sustentabilidad.

Valor de la comunicación y distribución.

Anticipadamente, se destaca que se contará con una Cartera de Zonas Potenciales, Clientes y Catálogos de Convocatorias que incluyan los periodos de apertura y cierre de los programas correspondientes, tomando como base un diagnóstico para detectar las comunidades, los recursos naturales y culturales, posibles a desarrollar turísticamente.

Debido a que la consultora oferta **servicios**, se establecen las siguientes estrategias que impulsarán la productividad y el crecimiento del negocio, mismas que se muestran a continuación:



Importancia del Marketing relacional.

El poder de negociación se concentra en el acercamiento para una relación personal cercana con el cliente a través de los vínculos con los beneficiarios finales de los proyectos, que son el motivo de enlace entre la consultora y la demanda, por tanto, con el fin de conservar y mantener cautivos a los consumidores y así lograr su lealtad se llevaran a cabo las siguientes estrategias:

- a) Programa de Seguimiento; basado en un sistema de evaluación continuo que contemple el ciclo de vida de los proyectos ya realizados para detectar posibles amenazas y riesgos e incidir en ellos de manera inmediata.
- b) Sistema de detección de clientes rentables: mediante la personalización de los servicios a través de los medios de comunicación electrónica como boletines informativos de los nuevos servicios de la consultora, además de correos personalizados sobre fechas importantes de los clientes para mantenerlos actualizados y hacer presente a la empresa con los usuarios.
- c) Actualización de la información: con base en el contenido en las convocatorias para una adecuación hacia las necesidades locales, mediante la reinención, reingeniería o mejora del producto.

Fuente de ingresos.

La inversión inicial para este proyecto es de \$ 910,800.00 para poner en funcionamiento la empresa, la estrategia de financiamiento busca un apoyo con alguna institución bancaria, dependencias del sector público u organismos internacionales que impulsen proyectos como el presente, sin rechazar apoyo del sector privado que permita cubrir la inversión inicial para poner en marcha el proyecto empresarial.

Una vez consolidada la empresa, la fuente de ingresos se concentra en la venta de los servicios especializados y diferenciados antes expuestos, los cuales se difunden a través de los canales de comunicación y distribución que permitirán dar a conocer a la empresa con el mercado potencial.

Recursos clave

Aparte de los recursos financieros es necesario considerar los siguientes recursos que complementan el proyecto y que facilitan su operación:

<b>FÍSICOS</b>	<b>INTELECTUALES</b>	<b>HUMANOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos de cómputo</li> <li>• Local acondicionado para oficina</li> <li>• Automóvil</li> <li>• Mobiliario y equipo de oficina</li> <li>• Servicio de Internet y teléfono</li> <li>• Equipo de limpieza Y mantenimiento</li> <li>• Proyector multimedia</li> <li>• Copiadora</li> <li>• Cámaras fotográficas</li> <li>• Equipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartera de zonas potenciales de aprovechamiento</li> <li>• Base de datos; programas y apoyos económicos, nacionales e internacionales para zonas rurales</li> <li>• Base de datos de profesionales capacitados</li> <li>• Metodologías de recolección (estrategias de investigación participante), sistematización y análisis de la información</li> <li>• Metodologías de diagnóstico y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L. en Turismo</li> <li>• Administrador de empresas</li> <li>• Mercadólogo</li> <li>• Diseñador grafico</li> <li>• Licenciados en: Antropología, Arquitectura, Geografía, Planeación, Agronomía, Ciencias ambientales y Lic. en derecho</li> <li>• Contactos clave en; universidades, redes, asociaciones civiles</li> </ul>

<p>topográfico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grabadoras de voz</li> <li>• Financiamiento</li> </ul>	<p>evaluación de recursos naturales y culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Metodología para el diagnóstico de vulnerabilidad y riesgos.</li> <li>• Sistema de indicadores para el seguimiento y evaluación de proyectos.</li> <li>• Suscripción a boletines y revistas de innovación en el sector turístico.</li> <li>• Estrategias de procesos de empoderamiento y participación social.</li> <li>• Tecnologías de la información, redes sociales, páginas de internet, software especializado, correo electrónico entre otros.</li> <li>• Fundamentos teóricos de Turismo</li> <li>• Manuales de Capacitación especializada en proyectos productivos diversos.</li> <li>• Artículos científicos en línea.</li> </ul>	<p>consultoras, tour operadores, ONG's.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayuntamientos</li> <li>• Comunidades ejidales</li> <li>• Comunidades rurales</li> <li>• Entre otras instituciones gubernamentales.</li> </ul>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Finalmente resulta importante mencionar que en la valoración de los aspectos de factibilidad, viabilidad y rentabilidad, destacaron resultados positivos y alentadores que motivan a realizar con el mayor grado de certidumbre la propuesta descrita, sobresale en este sentido la importancia de interactuar con el sector turístico en atención a considerar al turismo alternativo como un verdadera vocación de un turismo diferente que atiende a la sociedad en un sentido altamente productivo e interactivo. Se precisa la necesidad inminente de la participación de la Universidad como eje fundamental de desarrollo, cambio y transformación social.

### **Conclusiones**

- La propuesta de una consultora dirigida a la reconsideración del turismo rural parte de una investigación como fundamento para el desarrollo de los proyectos turísticos.
- La propuesta atiende las nuevas tendencias en innovación de productos y servicios turísticos en pro de la competitividad.
- La empresa se compromete sobre el uso e implementación de ecotécnicas y energías amigables con el medio ambiente.
- Existe una responsabilidad de capacitación adecuada a las necesidades de la localidad sobre la puesta en marcha de los proyectos.
- Inmersión de procesos de empoderamiento local a través de instrumentos de participación y organización.
- Promover la importancia y necesidad del turismo en comunidades.
- Emprender alianzas productivas que permitan el desarrollo de cluster y cadenas de valor.
- Rescate de proyectos turísticos abandonados proporcionando propuestas productivas locales.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Batllori Guerrero, Alicia. Perspectiva educativa ambiental del turismo cultural y alternativo en México. Documento electrónico: Boletín de los sistemas Nacionales Estadísticos y de la Información Geográfica. Vol'1, núm. 1. Disponible en:

[HTTP://WWW.INEGI.ORG.MX/INEGI/CONTENIDOS/ESPANOL/PREN  
SA/CONTENIDOS/ARTICULOS/AMBIENTALES/TURISMO.PDF](http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espagnol/prensa/contenidos/articulos/ambientales/turismo.pdf)

Castellanos Guerrero A.; Machuca, R. Jesús Antonio (2008) Turismo, Identidades y exclusion. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapala.

CDI Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Fomenta CDI turismo en zonas indígenas de Veracruz. Disponible en: [HTTP://WWW.CDI.GOB.MX/INDEX.PHP?OPTION=COM\\_CONTENT&  
VIEW=ARTICLE&ID=3759:FOMENTA-CDI-TURISMO-EN-ZONAS-  
INDIGENAS-DE-VERACRUZ&CATID=98:SALA-DE-PRENSA-  
2014&ITEMID=200057](http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=3759:fomenta-cdi-turismo-en-zonas-indigenas-de-veracruz&catid=98:sala-de-prensa-2014&itemid=200057)

Ley Orgánica del Estado de México ( - ) Ley de Derechos y Cultura indígena del Estado de México. Documento electrónico. Disponible en: [HTTP://WWW.EDOMEX.GOB.MX/LEGISTELFON/DOC/PDF/LEY/VIG/  
LEYVIG090.PDF](http://www.edomex.gob.mx/legistelton/doc/pdf/ley/vig/leyvig090.pdf)

SAGARPA. Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Agroturismo: Una Alternativa de Negocio. Documento Disponible en: [HTTP://WWW.SICDE.GOB.MX/PORTAL/BIN/NOTA.PHP?FROM=0&A  
CCION=BUSCAR&SUBRUTINA=PAGINA\\_1&COLUMN=2&BUSQUE](http://www.sicde.gob.mx/portal/bin/nota.php?from=0&accion=buscar&subrutina=pagina_1&column=2&busque)

DA=&ORDERBY=NOTAS.MEDIOCOMUNICACION&ORDER=DESC&  
NOTAID=3596173104512B64C52926

Seminario Taller Proyectos Productivos y Desarrollo Local (2004) Guía para la elaboración de Proyectos Productivos. Gobierno del Estado de México. Centro de Estudios sobre Marginación y Pobreza del Estado de México. CEMAPEM.

Velázquez Álvarez, Alejandro (2013) ¿Por qué invertir en el turismo alternativo?. Documento electrónico: laboratorio de Estrategias Competitivas, Centro de Estudios Avanzados y Estrategias Competitivas, S.C., México. disponible en:

[HTTP://MEDIA.WIX.COM/UGD/06553F\\_55AB71D78B7A91E82F86318E29DE779A.PDF](HTTP://MEDIA.WIX.COM/UGD/06553F_55AB71D78B7A91E82F86318E29DE779A.PDF)