



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

**“Estudio de Factibilidad de un Restaurante Temático, en el  
Parque Bosque de las Truchas San Miguel Regla, Municipio de  
Huasca de Ocampo, Hidalgo”**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN TURISMO**

**PRESENTA:**

**RAMOS VALENCIA ELIZABETH.**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**M. EN C. MARÍA LETICIA RIVERA CRUZ.**

**REVISORES:**

**M. EN A. BLANCA ESTELA CHAVARO DE LA TORRE**

**L. EN T. SAULA GABRIELA GONZÁLEZ LÓPEZ**

**L. EN M. ADELFO SÁNCHEZ LEMUS GALINDO**

**Texcoco 2012**

## **Agradecimientos**

**A mi Universidad Autónoma del Estado de Mexico, especialmente al  
Centro Universitario UAEM Texcoco:**

**Gracias a esta institución por permitirme pertenecer en ella y culminar  
mi meta de ser un profesional en Turismo; la cual desarrollaré con  
respeto y dedicación.**

**Gracias a Dios, ya que en los momentos de desesperación nunca me  
abandono, teniendo FE y PACIENCIA para salir adelante.**

**M. en C. María Leticia Rivera Cruz:**

**Por haberme compartido sus conocimientos y experiencias  
profesionales, por darme palabras de aliento para no desfallecer y  
sobre todo por su tiempo y dedicación que me brindó.**

**Mil gracias Maestra.**

**Agradezco sinceramente su tiempo y conocimiento brindado y aunque  
hubo tropiezos, no dejaron de apoyarme. Gracias**

**M. EN A. Blanca Estela Chavaro De La Torre**

**L. EN T. Saula Gabriela González López**

**L. EN M. Adelfo Sánchez Lemus Galindo**

## Dedicatorias

### A mi Mami:

Quien siempre ha estado al pendiente de mi, quien me ha demostrado que en esta vida todo se puede, teniendo en cuenta que no estoy sola; pues a pesar de que flaqueará siempre ha tenido las palabras sabias para animarme a seguir adelante. Es por ello que dedico este esfuerzo, a usted quien es la persona que amo con toda mi alma. Gracias Mamá, estoy orgullosa de usted, hemos ganado un logro más.

### Eve y Sari:

Mis Gemes lindas, les dedico este triunfo ya que también contribuyeron para animarme a seguir en la lucha de concluir este esfuerzo. Esta es una prueba de que si se proponen algo lo pueden lograr. Gracias por tu alegría y consejos. Las amo.

### Abue:

Este logro también es de usted, porque en los desvelos siempre me acompaño y con una caricia me demostró su preocupación por mí, Gracias por estar siempre conmigo. La quiero mucho.

Doy Gracias a toda mi familia materna, que siempre ha estado ahí cuando más la necesitamos, nunca nos han dejado solas y a través de las circunstancias nos han brindado su apoyo, su cariño incondicionalmente; es por ello que les dedico este logro ya que también es de ustedes, gracias a cada uno que me ayudaron a motivarme y además confiaron en mí para terminar mi meta profesional. Gracias familia, somos grandes, y lo seguiremos siendo. Siempre están presentes en mi corazón y estoy orgullosa de tener una familia tan unida. Sin olvidar a nuestros ángeles que desde allá arriba nos cuidan. Los Quiero Muchísimo.

*Con cariño, admiración, respeto y gratitud.*

*Eli.*

## Índice de Contenido

INTRODUCCION.....	1
JUSTIFICACIÓN. ....	4
OBJETIVO GENERAL.....	6
OBJETIVO GENERAL.....	6
OBJETIVOS ESPECÍFICOS. ....	6
METODOLOGÍA.....	7
MARCO TEÓRICO. ....	10
CAPITULO I. ....	10
1.1 Medio Ambiente y Turismo.....	10
1.2 Turismo y Ecología.....	11
1.3 Impactos.....	15
1.3.1 Impactos del Turismo.....	21
1.3.2 Tipos de impactos del turismo sobre el medio ambiente.....	24
1.4 Empresa Socialmente Responsable.....	26
1.5. Antecedente de restaurante.....	38
1.5.1 Tipos de restaurantes .....	40
1.5.2 Clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas .....	41
1.5.3 Antecedentes de restaurante temático .....	46
1.6 Ecotécnia.....	48
1.6.1 Tipos de ecotécnicas y su construcción. ....	53
CAPITULO II .....	63
2.1 Factibilidad.....	63
2.1.2. El estudio del proyecto como proceso. ....	63
2.2 Estudio de Mercado.....	65
2.2.1 Análisis de la demanda.....	66
2.2.2 Análisis de la oferta.....	67
2.2.4 Pronóstico de la demanda y de la oferta. ....	70
2.2.5 Mezcla de Mercadotecnia. ....	71
2.2.5.1 Precio .....	71
2.2.5.2 Producto .....	73
2.2.5.3 Plaza .....	73
2.2.5.4 Promoción .....	74
2.2.6 Consumidor .....	74
2.2.7 Canales de comercialización del producto.....	75
2.3 El estudio técnico.....	76

2.3.1 Localización.....	77
2.3.2 Determinación del tamaño optimo de la planta. ....	79
2.3.3 Ingeniería del servicio.....	80
2.3.4 Técnicas de análisis del proceso de producción.....	82
2.3.5 Factores relevantes que determinan la adquisición de equipo y maquinaria. .....	83
2.3.6 Diseño y distribución.....	84
2.4 Estudio Administrativo. ....	86
2.4.1 Planeación estratégica. ....	87
2.4.2 Estructura. ....	88
2.4.3 Estructura organizacional.....	89
2.4.4 Establecer las Políticas Internas de la Empresa. ....	91
2.4.5 Perfil de los Puestos de Trabajo. ....	91
2.5 Estudio Financiero.....	92
2.5.1 Determinación de los costos.....	93
2.5.2 Inversión total inicial.....	94
2.5.3 Punto de Equilibrio. ....	95
2.5.4 Estados Financieros.....	96
2.5.5 Métodos de evaluación.....	98
2.5.6 Razones Financieras. ....	101
2.6 Estudio Impacto Ambiental. ....	103
2.6.1 Programa Nacional de Auditoría Ambiental. ....	104
2.6.3 Normas oficiales mexicanas en materia ambiental.....	105
MARCO CONTEXTUAL.....	108
CAPÍTULO III.....	108
3.1 Nombre del lugar y toponimia.....	108
3.2 Reseña histórica. ....	108
3.3 Glifo.....	110
3.4 Datos generales.....	110
3.4.1 Hidrología. ....	110
3.4.2 Clima. ....	110
3.4.3 Flora.....	110
3.4.4 Fauna. ....	111
3.4.5 Sitios de interés. ....	111
3.4.6 Gastronomía.....	112
3.4.7 Artesanía.....	113

3.4.8 Alrededores.....	113
3.5 Macrolocalización.....	113
3.6 Microlocalización.....	114
3.6.1 Parque ecoturístico San Miguel Regla.....	115
3.7 Fotografías del Parque Bosque de las Truchas.....	117
CAPÍTULO IV.....	123
4.1 Estudio de Mercado.....	123
4.1.2 Análisis de la demanda y oferta.....	123
4.1.3 Determinación de la demanda y la oferta en el parque bosque de las truchas.....	127
4.1.4 Análisis de la competencia.....	128
4.1.5 Pronóstico de la demanda y oferta.....	130
4.1.6 Canales de comercialización.....	130
4.1.7 Análisis del guion de entrevista semiestructurada para los ejidatarios.....	135
4.2 Estudio Técnico.....	137
4.2.2 Determinación del tamaño de la planta.....	139
4.2.3 Ingeniería del servicio.....	140
4.2.4 Descripción del proceso del servicio y manufactura.....	143
4.2.6 Selección de maquinaria y equipo.....	146
4.2.7 Inversión inicial.....	150
4.2.8 Distribución de la Planta.....	150
4.2.9 Fijación de precios.....	151
4.3 Estudio Administrativo.....	156
4.3.1 Planeación Estratégica.....	156
4.3.1.5 Políticas internas para el restaurante temático “Verde”.....	158
4.3.2 Lineamientos de seguridad.....	161
4.3.3 Marco legal de la organización.....	165
4.3.5 Licencias y permisos.....	167
4.3.4 Organigrama de la empresa.....	167
4.3.5 Prestaciones.....	171
4.4 Estudio Financiero.....	172
4.4.1 Ventas.....	172
4.4.2 Costos y gastos.....	173
4.4.3 Inversión Inicial.....	175
4.4.4 Estados financieros proforma.....	178
4.4.5 Razones Financieras.....	182

4.4.6 Valor Presente Neto.....	183
4.4.7 Tasa Interna del Rendimiento. ....	185
4.4.8 Tasa Interna de Rendimiento Modificada (TIRM). ....	185
4.4.9 Tiempo o Periodo de Recuperación de la Inversión (TIRDI).....	186
4.4.10 Índice de Rentabilidad (IR). ....	187
4.4.11 Punto de Equilibrio .....	187
4.4 Estudio del impacto ambiental.....	188
4.5.1 Impactos del Proyecto. ....	189
4.5.2 Evaluación ambiental.....	191
Conclusión y recomendaciones. ....	193
Fuentes de consulta.....	195
Anexo .....	204

### **Índice de imágenes:**

Imagen 1. Armado del tanque .....	54
Imagen 2. Colocación de la estructura del tanque y Repellado del tanque.....	54
Imagen 3. Sellado y pintado de la cisterna .....	54
Imagen 4. Llenado de la cisterna.....	55
Imagen 5. Sanitario seco.....	58
Imagen 6. Armado de cajón (base).....	58
Imagen 7. Relleno de la base.....	59
Imagen 8. Molde estufa.....	59
Imagen 9. Molde con tubos.....	60
Imagen 10. Base sin molde.....	60
Imagen 11. Base final.....	61
Imagen 12. Partes de la estufa ecológica.....	61
Imagen 13: Glifo Huasca de Ocampo.....	110
Imagen14: Macrolocalizacion, mapa del Estado de Hidalgo.....	114
Imagen 15: Microlocalizacion del Municipio de Huasca de Ocampo.....	115
Imagen 16: Entrada a la Ex hacienda de San Miguel Regla.....	117
Imagen 17: Mapa de Ubicación dentro del Parque Bosque de las truchas.....	117

Imagen 18: Criadero de truchas.....	118
Imagen 19: Alimentando a las truchas.....	118
Imagen 20: Pesca de truchas.....	119
Imagen 21: Paseo en lancha por el lago.....	120
Imagen 22: Paseo en cuatrimoto.....	120
Imagen 23: Estacionamiento del parque y centro gastronómico artesanal.....	121
Imagen 24: Centro gastronómico y artesanal.....	121
Imagen 25: Centro gastronómico y artesanal.....	122
Imagen 26: Balneario.....	122
Imagen 27: Logotipo. ....	135
Imagen 28: Macrolocalizacion.....	138
Imagen 29: Microlocalizacion.....	140
Imagen 30: Distribución de la planta.....	151
Imagen 31: Grafica Punto de equilibrio.....	188

### **Índice de figuras.**

Figura 2.1 Estructura del análisis del mercado.....	66
Figura 2.2 Aspectos de la oferta. ....	69
Figura 2.3 Estructura del análisis técnico.....	77
Figura 2.4 Simbología de Diagrama de Flujo. ....	83
Figura 2.5: Estructura del estudio administrativo.....	86
Figura 2.6: Estructura del estudio financiero.....	92
Figura 2.6.1 Clasificación de los costos.....	93
Figura 4.0: Competencia directa.....	129
Figura 4.1: Aforo.....	131
Figura 4.2: Cara principal del menú.....	132
Figura 4.2: Cara posterior del menú.....	133
Figura 4.3: Capacidad total de comensales.....	140
Figura 4.4: Capacidad total en taller infantil.....	140



Figura 4.5: Horario de actividades y taller.....	143
Figura 4.6: Equipo e instalación, Salón comedor.....	147
Figura 4.7: Equipo e instalación, Cocina.....	147
Figura 4.8: Equipo e instalación, Ecotécnicas.....	148
Figura 4.9: Equipo e instalación, Requerimiento sanitario.....	148
Figura 4.10: Equipo e instalación, Oficina.....	148
Figura 4.11: Equipo e instalación, Almacén.....	149
Figura 4.12: Equipo e instalación, Área colaboradores.....	149
Figura 4.13: Equipo e instalación, Área Taller y juegos.....	149
Figura 4.14: Inversión inicial.....	150
Figura 4.15: Receta Estándar Arroz.....	152
Figura 4.16: Receta Estándar Pastes.....	153
Figura 4.17: Receta Estándar Trucha a la mexicana.....	155
Figura 4.18: Receta Estándar Agua de Jamaica.....	156
Figura 4.19: Costos fijos mensuales.....	157
Figura 4.20: Metas.....	160
Figura 4.21: Análisis FODA.....	160
Figura 4.22: Lineamientos de seguridad.....	163
Figura 4.23: Constitución de la empresa.....	165
Figura 4.24 Organigrama.....	168
Figura 4.25: Perfil y descripción de puestos.....	168
Figura 4.26. Sueldos y salarios.....	170
Figura 4.27: Volumen de ventas en unidades primer mes.....	172
Figura 4.28: Precios de venta por producto primer mes.....	172
Figura 4.29: Ventas anuales estimadas.....	173
Figura 4.30: Mano de Obra directa.....	173
Figura 4.31: Gastos indirectos fijos.....	174
Figura 4.32: Gastos administrativos.....	174

Figura 4.33: Desglose de sueldos.....	174
Figura 4.34: Inversión inicial.....	175
Figura 4.35: Porcentaje de de depreciación.....	175
Figura 4.36: Monto de Inversión Inicial total.....	176
Figura 4.37: Cálculo del costo de capital promedio ponderado.....	177
Figura 4.38: Estado de Resultados.....	178
Figura 4.39: Balance General Proforma.....	180
Figura 4.40: Flujo de efectivo Proforma.....	181
Figura 4.41: Valor Presente Neto, Alternativa A.....	183
Figura 4.42: Valor Presente Neto, Alternativa B.....	184
Figura 4.43: Valor Presente Neto, Alternativa C.....	184
Figura 4.44: Tasa Interna de Rendimiento.....	185
Figura 4.45: Tasa Interna de Rendimiento Modificada.....	186
Figura 4.46: Tiempo o Periodo de Recuperación de la Inversión.....	186
Figura 4.47: Índice de Rentabilidad.....	187
Figura 4.48: Punto de Equilibrio.....	187
Figura 4.49: Evaluación ambiental.....	191

#### Índice de Diagrama de Flujo:

Diagrama de Flujo1: Procedimiento para la preparación de platillos en la cocina.	143
Diagrama de Flujo 2: Procedimiento para el servicio de alimentos al comensal..	144
Diagrama de Flujo 3: Procedimiento para el servicio de Taller Infantil.....	145

## INTRODUCCION.

México cuenta con una gran biodiversidad, la cual también se refleja a nivel sociocultural, por lo que en cada lugar existen diferentes estilos de vida; de modo que constituyen importantes recursos y atractivos turísticos, que atraen a los turistas por su valor estético, recreativo o educativo. Actualmente las preferencias turísticas comienzan a desplazarse hacia los espacios naturales, exigiendo niveles de calidad paisajística que sólo las áreas protegidas pueden proporcionar. Sin embargo, muchas de las áreas son particularmente sensibles a la alteración ambiental debido a las actividades turísticas y al elevado nivel de afluencia de personas en espacios naturales.

Dentro del desarrollo de la actividad turística, se pueden encontrar impactos del turismo que son el resultado de una compleja interacción de fenómenos, que se manifiesta con la relación entre los turistas, el área de destino y la comunidad local.

Estos impactos turísticos pueden ser negativos o positivos. Se puede clasificar a los impactos negativos del turismo en un área protegida en dos categorías: directos e indirectos. Los impactos directos son los producidos por la presencia misma de los turistas. Los impactos indirectos son los provocados por la infraestructura (tanto física como administrativa) creada para el manejo de los turistas. (Ceballos, 1998:65).

Los impactos negativos, que resultan de un desarrollo turístico inadecuadamente planificado e incontrolado, pueden fácilmente dañar al medio ambiente; si un espacio natural, no cuenta con una cuidadosa atención al equilibrio entre la capacidad de carga, el tipo de actividades turísticas (turismo de aventura, deporte, ecoturismo, cinegético, entre otras), daños al suelo, flora, fauna y el control de residuos orgánicos e inorgánicos; traen como consecuencia un impacto ambiental. Cabe resaltar que la afluencia de personas que acude a los sitios naturales generalmente no respeta las indicaciones establecidas dentro del sitio natural, así que la participación de la población local, se convierte en un instrumento de conservación y protección para el espacio natural, muchas veces la administración de estos espacios está a cargo de los ejidatarios.

De acuerdo a las tendencias actuales del turismo, el cliente extranjero es el que lleva más tiempo convencido de la necesidad de contribuir entre todos a reducir los impactos medio ambientales, a lo que se suma cada vez más el cliente español, quien también es partidario del turismo rural, ecológico y del uso más racional y sostenible de los parajes naturales. (página web, [www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com)).

Ahora bien, en el Parque Bosque de Las Truchas, en San Miguel Regla Hidalgo, los ejidatarios están preocupados por la conservación y protección de la naturaleza. Por lo que actúan de forma responsable con el uso de los recursos naturales que brinda el bosque.

Asimismo, se considera necesaria la propuesta de un restaurante temático, cuyo diseño será enfocada al ecosistema del bosque; y con respecto a restaurante temático se pretende que ahorre energía y agua, por medio de la instalación de ecotécnicas; cabe resaltar que dentro del Parque Bosque de las Truchas se encuentra una zona destinada para la venta de alimentos y bebidas, ofreciendo los mismos platillos (antojitos mexicanos, pastes, etcétera); pero no existe ningún restaurante que sea temático.

Por otro lado, el restaurante temático es a la vez una propuesta alternativa para brindar información a los visitantes sobre la importancia del ecosistemas del bosque y de esta forma crear consciencia para la conservación de los recursos naturales.

Dentro del Parque Bosque de las Truchas se llevan a cabo diversas actividades que son el principal motivo de visita; como pescar truchas en la presa de la cruz para después prepararla en el centro gastronómico, recorrer el bosque en caballo, caminar por senderos, conocer la cría de la trucha, nadar en la alberca, practicar tirolesas, recorrer el bosque en cuatrimoto o realizar un paseo en lancha por el lago.

Los días de mayor afluencia de visitantes para el parque, son los fines de semana; por lo general esos días el parque recibe recursos económicos los cuales ayudan a solventar los gastos que requiere el cuidado del parque; pero también se genera mayor cantidad de basura, razón por la cual es necesario sensibilizar y concienciar a los visitantes de cuidar el medio ambiente para el beneficio de dos partes: la comunidad receptora y la de los visitantes.

La comunidad receptora, juega un papel fundamental en el desarrollo de la actividad turística, porque ésta depende del buen uso de su patrimonio, que permite generar un número considerable de empleos directos e indirectos. Los ejidatarios han implementado indicaciones y actividades en el interior del parque para el cuidado del bosque, y contribuir al mantenimiento, conservación y protección de este ecosistema. Destacan cursos de ecología para los ejidatarios, reforestación, separación de basura orgánica e inorgánica y abono orgánico.

Por otro lado, participan los visitantes, al obtener educación y sensibilización ambiental y por medio de talleres infantiles de reciclaje, visitas guiadas por las instalaciones del

restaurante temático, ayudarán para proteger el ecosistema del bosque; sin dejar de lado la recreación y recuperación del estrés de su vida cotidiana.

Para que las dos partes logren un equilibrio entre el cuidado del bosque y una educación ambiental, es primordial que ambas partes ayuden a la conservación del bosque y por medio de la instalación de ecotécnicas (mencionado anteriormente) dentro del restaurante temático favorecerá para minimizar los impactos generados que este ocasione y sobre todo aprovechar la energía natural; es importante mencionar que dentro del parque no se maneja ningún tipo de ecotécnica que contribuya al cuidado del medio ambiente.

Por lo que, la investigación tendrá como objetivo llevar a cabo un estudio de factibilidad de un restaurante temático enfocado al ecosistema del bosque en el Parque Bosque de las Truchas, y dentro de dicho establecimiento se pretende instalar ecotécnicas.

El estudio de factibilidad consta de diversos pasos para llevarlo a cabo, Sapag y Sapag (2003), menciona que el análisis completo de un proyecto requiere, por lo menos, de la realización de cuatro estudios complementarios: técnico, de mercado, organizacional-administrativo y financiero. Sin embargo, también es necesario la realización del estudio impacto ambiental; estos análisis permitirán conocer si el proyecto es rentable y viable para el Parque Bosque de las Truchas.

Según Sapag y Sapag (2003), el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

Baca (2006), menciona el estudio de mercado consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Para el estudio financiero, los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. (Sapag y Sapag, 2003:25).

En el estudio organizacional y administrativo, conocer la estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva (Sapag y Sapag, 2003:24).

Y por último el estudio del impacto ambiental, en este aspecto se describirá los impactos que puede generar ante la sociedad y el medio ambiente

## **JUSTIFICACIÓN.**

Ante la crisis ambiental reflejada en el deterioro de la naturaleza y la calidad de vida de la población mundial, es urgente la investigación sobre los impactos que genera la actividad turística mal planificada, la implementación de ecotécnicas y actividades ambientales, así como la enseñanza sobre las diferentes alternativas de energía, cuya implementación en los servicios turísticos se considera clave para contribuir a limitar el cambio climático.

El diseño del restaurante temático el cual estará enfocado, al ecosistema de bosque, ya que la ubicación de este establecimiento se situará dentro del Parque Bosque de las Truchas, así dicho restaurante no romperá con el paisaje de este ecosistema, permitirá dar a conocer la diversa fauna y flora que habita en él y aprovechará los recursos naturales disponibles que se encuentran en él.

La propuesta del restaurante temático, es a la vez una idea la cual enseñará a los visitantes el tipo de ecotécnicas que se pueden implementar dentro de un restaurante, las cuales con el aprovechamiento de la energía solar y el aprovechamiento del agua de lluvia permiten resolver variadas actividades de la vida cotidiana con ahorro sustancial en el consumo de electricidad, gas y agua.

Como consecuencia, y de acuerdo a las tendencias relacionadas a las exigencias de los turistas en cuanto al cuidado ambiental, así como la actual preocupación por el deterioro ambiental, en donde también toman parte las empresas turísticas, éstas se encuentran involucradas en la creación de establecimientos que generen menores impactos ambientales.

Por ello se propone el establecimiento de un restaurante temático (enfocado al bosque) y en el cual sus instalaciones utilicen ecotécnicas, dentro del Parque Bosque de las Truchas en San Miguel Regla, Hidalgo; esta propuesta no sólo resulta beneficiosa para la empresa sino que demuestra también una preocupación y una disposición favorable hacia el cuidado del medio ambiente; logrando que esta se convierta a largo plazo en una empresa socialmente responsable (ESR) a través del estudio de factibilidad para la propuesta del restaurante.

Para lograr que dicho establecimiento se convierta en una empresa Socialmente responsable, es necesario que el establecimiento sea responsable cumpliendo con la legislación vigente, adoptando normas y certificaciones que garanticen la calidad y seguridad, para las personas y el medio ambiente, de los productos y servicios que comercializan, a un precio competitivo y servicios de atención al consumidor, además concienciando a dos grupos, tanto a los colaboradores como a los clientes (comensales) respecto al deterioro ambiental.

De esta forma, se considerará inicialmente, formar un ideal de conservación y cuidado ambiental dentro del grupo de colaboradores de la empresa, así como la utilización de las instalaciones necesarias para el funcionamiento adecuado del restaurante temático, que al mismo tiempo sean partidarios con la naturaleza, con las cuales se estará ayudando a minimizar los residuos contaminantes y a aprovechar al máximo la energía natural proporcionada por el ambiente.

## **OBJETIVO GENERAL.**

Elaborar un estudio de factibilidad para la propuesta de un restaurante temático en el Parque Bosque de las Truchas en San Miguel Regla, municipio de Huasca de Ocampo, Hidalgo.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

Identificar las características el mercado potencial que formó parte de la demanda del restaurante temático del bosque.

Identificar el perfil de la demanda turística.

Identificar los productos y servicios que se ofrecen de acuerdo a los gustos y preferencias de la demanda.

Establecer los requerimientos de mobiliario, equipo e insumos que necesita el restaurante temático para su funcionamiento.

Establecer el diseño y material para la construcción de dicho establecimiento de acuerdo a la arquitectura del paisaje del bosque.

Identificar con que recursos se cuentan para edificar las instalaciones del restaurante temático.

De acuerdo a los recursos disponibles se seleccionarán y diseñarán las ecotécnicas apropiadas para las instalaciones del restaurante.

Analizar la competencia directa para poder determinar precios de venta.

Calcular el monto de la inversión y los recursos económicos necesarios para la edificación del restaurante.

Determinar fuentes de financiamiento.

Determinar la organización del restaurante.

Identificar los impactos ambientales que generaría este restaurante y como contrarrestarlos.



## METODOLOGÍA.

En cuanto al nivel de alcance de la investigación fue de carácter exploratorio, cuyo objetivo es examinar un tema poco estudiado, como es el caso de las ecotécnicas aplicadas a restaurantes temáticos, ya que la información existente respecto a este tema es poco estudiada.

El estudio fue de tipo descriptivo, este método busca especificar las propiedades importantes del tema, es decir identifica cómo es y cómo se manifiesta; se analizará el contexto físico en el cual se pretende hacer el estudio, en este caso realizar la propuesta de un restaurante temático enfocado a la ambientación de bosque.

Para realizar el estudio de mercado, se utilizó la encuesta, la cual permitió identificar el perfil de los clientes potenciales que estarían interesados en adquirir los servicios de un restaurante temático; así como conocer información en cuanto a las expectativas y necesidades que los comensales tienen respecto a este tipo de empresa, sus gustos y preferencias culinarios, el promedio de visitas y visitantes, así como los gastos promedio que estarían dispuestos a realizar por persona.

Es por ello, que se tomó en cuenta una población finita, ya que se conoce el número de visitantes en el parque Bosque de las Truchas, el cual es de 13, 678 personas, para esto es necesario saber cuál es el número de visitantes al día, y se obtiene 262 visitantes en un día. Se aplicó la siguiente fórmula de población finita, que permitió determinar el tamaño exacto de cuestionarios para aplicar.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Tamaño de la muestra

$$n = 155.76$$

Z = nivel de confianza =	95 %	Número a buscar en la
N = tamaño de población =	262	tabla Z 0.475
e = precisión o error =	5 %	Valor encontrado en la
p = variabilidad positiva =	0.5	tabla Z 1.96
q = variabilidad negativa =	0.5	

Lo anterior, sirvió al mismo tiempo para conocer los servicios y productos adicionales que el comensal está buscando e integrarlas a la propuesta del trabajo de investigación.

Por otro lado, se realizó un estudio técnico, para conocer el material del mobiliario, así como el equipo a utilizar y los insumos (menú y carta de platillos a ofrecer) acordes a la temática del bosque.

Se hizo una revisión bibliográfica de fuentes recientes para conocer sobre los aspectos novedosos en esta área, que correspondan a la propuesta que se pretende realizar. A partir de lo anterior, se establecerá el tipo de materiales y diseño del mobiliario e insumos que se ofertarán.

Asimismo, se analizó información bibliográfica respecto a las ecotécnicas que actualmente se están utilizando o que puedan utilizarse en el área restaurantera dependiendo de los recursos disponibles (sanitarios secos, estufas solares, etcétera).

De igual forma, se programó reuniones con ejidatarios del Bosque de las truchas para determinar la ubicación apropiada y las características del lugar para así satisfacer las necesidades del mercado potencial. En dichas reuniones, se hizo uso de entrevistas semiestructuradas, que ayudarán a entablar una conversación en la cual se obtenga la información requerida así como obtener mayor información que sea pertinente para lograr los objetivos de la investigación; considerando sí conocen la existencia de Restaurantes temáticos.

Para llevar a cabo el estudio financiero, y cumplir con los objetivos estipulados se pretende realizó un análisis de la demanda (comensal) y la oferta del mismo giro (competencia) que permita conocer el entorno donde el restaurante temático llevará a cabo sus actividades económicas, para así poder establecer un precio de venta del servicio, y sobre todo conocer cuál será la inversión inicial que se necesitará para poner en marcha dicho establecimiento; además se investigará sobre las posibles fuentes de inversión, quiénes pueden ser las instituciones u organismos que apoyen con los recursos financieros y la evaluación financiera correspondiente.

Por otro lado, en el estudio organizacional y administrativo, se revisó información documental en cuanto a los objetivos que debe de cumplir un organigrama dentro de un establecimiento, para así asignar funciones acorde al perfil a cada colaborador que forme parte de la organización.

Por último, en el estudio del impacto ambiental, se tomó en cuenta la información documental en cuanto a los desechos que genera un establecimiento de alimentos y bebidas y sobre todo al manejo adecuado de los residuos inorgánicos y orgánicos; esto será la base para poder realizar una clasificación de los desechos del restaurante; sin embargo, teniendo en cuenta las características del medio biológico y físico, la sociedad y la salud de la región; así se podrá prevenir y mitigar dichos impactos ambientales.

A continuación se presenta los capítulos de este proyecto, que permitieron llevar a cabo la investigación; y se desglosa en capítulo 1, donde se puede encontrar el marco teórico, este capítulo retoma al medio ambiente con relación al turismo, así como los impactos que genera.

En el capítulo 2, se hace una reseña de lo que implica un estudio de factibilidad, y que proceso debe de aplicarse para poder considerar un proyecto como rentable.

El capítulo 3, se enfoca al marco contextual, es decir el lugar donde se realizó la investigación en este caso Huasca de Ocampo Hidalgo; este apartado rescata la reseña histórica, clima, atractivos, planta turística dentro del Parque Bosque de las Truchas.

Finalmente, el capítulo 4, se encuentran los resultados del estudio de factibilidad para el restaurante temático; se enfoca principalmente a la propuesta del restaurante temático, cuya ambientación hace hincapié en el ecosistema de bosque. Del mismo modo, se muestra la propuesta del servicio, la distribución de la empresa en cuanto a espacio y razón social; sin dejar a un lado el impacto ambiental que tendrá el restaurante temático dentro del Parque Bosque de las Truchas.

# MARCO TEÓRICO.

## CAPITULO I.

### 1.1 Medio Ambiente y Turismo.

“El turismo se ha convertido en la industria más importante del mundo, ya que representa anualmente una actividad de 3.5 billones de dolares”, según el Consejo Mundial para los Viajes y el Turismo (WTTC), (Zamorano, 2002: 137).

El turismo está caracterizado por una profunda transformación a nivel mundial. Pero no es solo una fuerza económica, también es un factor en el medio ambiente físico. Por lo que se convierte el medio ambiente en el núcleo del producto turístico; esto se debe a que el turista busca un contacto más estrecho con la naturaleza, la cultura, las tradiciones etcétera; generando viajes continuos a lugares de interés.

Sin embargo, de la naturaleza no sólo se obtienen beneficios económicos, sino también beneficios internos que ayudan al visitante a recomfortarse físicamente, mentalmente y emocionalmente, ya que los atractivos naturales brindan la oportunidad de realizar actividades de recreación, descanso, esparcimiento, etcétera.

Es por ello, que el medio ambiente juega un papel importante para el desarrollo del turismo; a través de la ecología esta actividad puede convertirse en un turismo más responsable con el medio ambiente, ya que permite utilizar y conservar los atractivos naturales y culturales de una región a partir de su aprovechamiento óptimo, además beneficia a la comunidad receptora y al turista acercándolo a estar en contacto con la naturaleza, siempre y cuando se busque la conservación y protección del medio ambiente.

Según Chávez (2005), medio ambiente “es el hábitat total del ser humano, concepción que encuentra su origen en la especie humana”. Por otro lado, “es el conjunto de factores externos, que influyen en un organismo. Por extensión, conjunto de circunstancias físicas, culturales, económicas, sociales, etcétera; que rodean a las personas”. (Enciclopedia Salvat Universal, 2000:7791).

Para González (2006) el medio ambiente es “el sistema de elementos abióticos, bióticos y socioeconómicos con que interactúa el hombre, a la vez que se adapta al mismo, lo transforma y lo utiliza para satisfacer sus necesidades”.

Cabe mencionar que dentro del medio ambiente pueden existir subconjuntos que el mismo ser humano ha modificado y se ha apropiado para satisfacer sus necesidades o simplemente la naturaleza ha creado; Casasola, (1995), distingue tres subconjuntos:

- a) Ambiente natural, se refiere al conjunto de ecosistemas naturales cuyos recursos se utilizan tal y como existen en la naturaleza.
- b) Ambiente transformado, incluye todos aquellos espacios que han sido creados o modificados por el hombre para realizar en ellos diferentes actividades como la agricultura, la ganadería, la acuicultura, y el espacio urbano.
- c) Ambiente sociocultural, toda la gama de instituciones, creencias, valores y sistemas de vida que las sociedades han creado a través de su evolución histórica; es decir, la cultura en un sentido más amplio.

Por lo tanto, el medio ambiente es el entorno en el que interactúa el ser humano con aspectos naturales, sociales y culturales; ya sea que el mismo ser humano se adapte o lo transforme para satisfacer sus necesidades.

Cabe destacar que dentro de la transformación que el ser humano ha realizado en diversos parajes naturales es con la intención de llevar a cabo actividad turística y sobre todo tener beneficios económicos sin pensar en las consecuencias que pueda generar. Es por ello que se reconoce que “el turismo debe conservar y proteger el medio ambiente y las atracciones naturales de modo que la gente continúe viajando y establecer límites de uso de manera que los lugares sean verdaderamente sustentables” (McIntosh, et al. 2002:397).

## **1.2 Turismo y Ecología.**

La actividad turística se ha consolidado como un factor estratégico para propiciar el crecimiento económico; sin embargo, este crecimiento no se ha reflejado en beneficios ambientales (sociales y naturales).

“A partir de la Revolución Industrial los esfuerzos por promover el desarrollo condujeron a una serie de respuestas que abordan temas diferentes, pero en las que invariablemente prevaleció y aún hoy permanece como paradigma la búsqueda del crecimiento económico con base en un esquema en el que producción y deterioro ambiental parecieran resultar indisolubles”. (Sandoval, 2006:15).

De esta misma manera, “el turismo contemporáneo nacido en el seno de la sociedad industrial, evoluciona como un hecho social de carácter masivo. Durante la segunda mitad del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX, con los importantes avances que se logran en la tecnología y con las reivindicaciones sociales adquiridas por las clases trabajadoras, es cuando se sientan las bases de lo que será el turismo contemporáneo”. (Sandoval, 2006:16).

“Los cambios tecnológicos ocurridos en los campos del transporte y en el mejoramiento de las condiciones de vida de los ciudadanos de los países industrializados, precipitaron de una manera vertiginosa el desarrollo del turismo”. (Sandoval: 2006:17). Estos cambios permitieron que la población de los países implicados en los procesos de industrialización tuviera acceso a ciertas cantidades de tiempo libre y a excedentes de dinero para practicar actividades recreativas, factor importante que propicio el viaje de placer.

“La mayor parte del turismo contemporáneo estuvo enfocado hacia las áreas más tibias del planeta (preferiblemente, hacia las zonas costeras) donde relajarse al tomar baños de sol en playas cálidas y arenosas, así como la práctica de algunos deportes acuáticos, constituyeron para la mayoría de los viajeros de esa época el atractivo principal” (Sandoval,2006:17), como consecuencia del incremento en la popularidad que iban tomando aquellos lugares, se desarrolla una “modalidad turística en la cual se disfruta del sol, y la playa; conformándose así un modelo de turismo de masas” (SECTUR, 2007:19).

Acerenza, (1997) resalta que el turismo de masas o turismo masivo, trata de identificar al turismo que se caracteriza por el gran número de personas que lo realizan, y que da lugar a grandes concentraciones de turistas en los centros receptores.

Dicho turismo tiene su origen en la activa acción comercial llevada a cabo por la denominada "industria turística", fundamentalmente la que realizan los mayoristas y tour operadores en los centros emisores; su crecimiento se ha visto muy favorecido como consecuencia de los grandes centros turísticos creados en los países receptores, con el propósito de obtener los beneficios que ofrece el turismo.

Por tanto, “el turismo de masas no se debe exclusivamente a la acción comercial desarrollada por la industria turística, la cual ha permitido que grandes sectores de la población tengan acceso al turismo, sino que han contribuido para ello también, las políticas de desarrollo turístico adoptadas por los países receptores interesados en beneficiarse del incremento de la actividad turística.” (Acerenza, 1997:46).

Según Ferrari (2009), el negocio turístico impacta en los recursos naturales y en algunas ocasiones hasta puede alterarlos radicalmente. Así, prácticas turísticas tan comunes como la caza y la pesca pueden derivar en la pérdida de la diversidad biológica, la contaminación de la tierra, el agua y el aire. Esto se produciría, entre otras cosas por la llegada de turistas a un determinado espacio físico y que, conjuntamente con los servicios y las actividades económicas que se brindan, se producirían una gran cantidad de desperdicios; al igual que la construcción de infraestructura, erosionaría el suelo.

“El modelo de turismo convencional concentrado en la oferta y masificado en la demanda, estandarizado en la prestación de los servicios y sin verdaderos mecanismos de control, sobre todo en las áreas naturales protegidas y en la incursión masiva de turistas a comunidades sensibles” (Zamorano, 2002:138); ha dejado diversos daños irreparables afectando principalmente áreas de alto significado natural y cultural, que constituyen el depósito de la diversidad biológica y cultural del planeta.

El turismo es potencialmente una actividad tan destructiva como cualquier otra industria tradicional ya que un manejo inapropiado contribuiría a la contaminación, a la erosión, perturbaría la vida silvestre, estropearía el paisaje y traería consecuencias indeseables a culturas que antes estaban totalmente aisladas y preservadas.

“Durante mucho tiempo, las especies animales, vegetales y su hábitat se consideraron materia prima inagotable, sin concebir que estos recursos naturales tenían un límite, al cual se está llegando” (Zamorano, 2002:135).

Quizá la industria turística sea una de las más afectadas con la degradación o buena conservación del medio ambiente. Ha quedado constatado que para los turistas “el principal atractivo del medio rural, natural, es la tranquilidad y el reposo, el aire puro y no contaminado y el contacto con la naturaleza” (página web [www.uax.es/INFOTUR/TURISMO\\_Y\\_MEDIOAMBIENTE](http://www.uax.es/INFOTUR/TURISMO_Y_MEDIOAMBIENTE)).

Así mismo, el turismo está condicionado por la situación ecológica del país receptor. Sin embargo, el ecosistema que atrae turistas, puede sufrir una gran degradación por la acción de esos mismos turistas, tanto directa (masificación, basuras, consumo de recursos) como indirectamente (cambios en el entorno social y cultural). Por lo que se piensa que el turismo solo atrae el beneficio económico en pérdida de cuestiones sociales, culturales y ecológicas; olvidando que, al tiempo, esta visión unilateral puede arruinar las esperanzas de ganancia.

Por ende, “el consumidor turístico, participa en la actividad dado que, buscando distintos tipos de experiencias, se ve atraído por los recursos de un determinado destino”, (SECTUR, 2007:19) iniciando una serie de recorridos a través de otros continentes, con el fin de estudiar la historia natural de la flora y la fauna silvestre así como conocer las costumbres de las poblaciones locales. Esta novedosa forma de viajar, en donde el disfrute se orienta más hacia la búsqueda del conocimiento de la naturaleza, la cultura de las regiones y localidades, podría tomarse como un primer antecedente de lo que ahora se conoce como turismo alternativo, en el cual converge qué el atractivo focal es la naturaleza.

En los últimos años se ve que el turismo de naturaleza está en aumento, miles de personas viajan cada año para disfrutar de los distintos entornos naturales; cada día “son más numerosos los turistas con sensibilidad ambiental que buscan destinos bien planificados y menos contaminados, y que dejan a un lado los mal diseñados con problemas ambientales o sociales” (Ferrari, et al; 2009:160).

El turismo puede ser una herramienta eficaz para mejorar la calidad de vida de las personas y sociedades que se ven implicadas en él. Puede respetar el medioambiente y la riqueza natural del destino, y a la vez satisfacer las expectativas del turista, siempre y cuando se apliquen los principios del desarrollo sostenible y del consumo responsable a esta actividad, tanto por parte de los agentes implicados en la oferta turística como por parte de los mismos turistas. (Página web, Turismo Responsable: Viajar con conciencia).

Zamorano (2002), menciona que muchas veces el desequilibrio ecológico ocasionado al ambiente por la actividad turística extensiva e irregular puede revertirse. Las áreas naturales con sus paisajes, flora y fauna así como las manifestaciones socioculturales se convierten en parte de la oferta diferenciada turística.

Es por ello que la ecología es parte fundamental para la práctica del turismo alternativo, que surge como una respuesta a los problemas que ha generado la práctica del turismo de masas; ya que permite conocer los recursos con los que cuenta la naturaleza, para poder llevar a cabo un desarrollo turístico más respetuoso con el entorno.

“El término *ecología* proviene de la raíz griega *oikos* que significa casa, y la raíz *logos* que significa la ciencia o el estudio de; Ernesto Haecke, el gran zoólogo alemán, lo publicó por primera vez en 1870. Literalmente hablando, la ecología se refiere al estudio de los pobladores de la Tierra, microorganismos, plantas, animales y el género humano, quienes conviven como componentes dependientes entre sí. La ecología no sólo tiene relación con los organismos, sino también con flujos de energía y ciclos de



la materia en el continente, los océanos, el aire y las aguas continentales, por ello también puede considerarse que estudia la estructura y función de la naturaleza, entendiéndolo que la humanidad es parte de esta última”. (Zamorano, 2002:137).

Actualmente, el turismo alternativo tiene su importancia en la conservación, la educación, la responsabilidad del viajero y la participación de la comunidad local, haciendo un turismo más responsable ambientalmente.

Según Zamorano (2002), el sector turístico basado en la naturaleza y en las áreas naturales protegidas (ANP) es aquel que ha presentado un constante aumento en su demanda por parte de los viajeros del mundo, éste incluye a ecoturismo, algunas modalidades de deportes modificados al aire libre, modalidades como las rurales, culturales y étnicas, aventuras controladas, turismo cinegético, náutico, etcétera.

Dentro del parque bosque de las truchas se llevan a cabo diversas actividades, como pescar trucha, recorrer el bosque a caballo, en cuatrimoto, o realizar caminatas, conocer la cría de truchas, nadar en alberca, practicar tirolesa, dar un paseo en lancha por el lago; dichas actividades ayudan a reconfortan al visitante por medio de la naturaleza.

De modo que, “las áreas naturales y especialmente los parques nacionales y otras áreas protegidas, con sus paisajes, flora y fauna silvestres todo ello aunado a aquellos rasgos culturales que puedan estar allí presentes, constituyen atracciones notables para los habitantes de los países respectivos y para los turistas de todo el mundo” (Ceballos, 1998: 4).

A pesar que el principal atractivo del turismo alternativo son las zonas naturales, muchas veces la práctica turística puede generar diversos impactos que afectan considerablemente el área natural donde se desarrolla, trayendo como consecuencia daños positivos y negativos; ya sea por el uso irresponsable y exagerado de sus recursos naturales, así como la construcción de edificaciones, en parajes naturales únicos, provocando una degradación ambiental y una pérdida del atractivo original del lugar.

### **1.3 Impactos.**

La destrucción y apropiación de los recursos naturales ha provocado alteraciones, evoluciones a partir de la actividad desarrollada y de las características del

ecosistema; las diversas actividades desarrolladas por la humanidad han contribuido a la generación de impactos.

Para poder entender qué es impacto, es necesario recurrir a algunas fuentes de información. El Diccionario de la Real Academia Española (2001), lo define como el “efecto de una fuerza aplicada bruscamente”. Libera (2007), menciona que el término impacto, de acuerdo con el *Diccionario de uso del español* proviene de la voz “*impactus*”, del latín tardío y significa, “impresión o efecto muy intenso dejado en alguien o en algo por cualquier acción o suceso”. Otra definición de impacto es tener gran efecto o repercusión (Diccionario Enciclopédico Larousse 1992; 434).

El término “impacto”, como expresión del efecto de una acción, se comenzó a utilizar en las investigaciones y otros trabajos sobre el medio ambiente. (Página web [http://bvs.sld.cu/revista/aci/vil15\\_3\\_07/aci08307.htm](http://bvs.sld.cu/revista/aci/vil15_3_07/aci08307.htm)).

Ahora bien, después de haber entendido a que se refiere el término impacto es necesario abordar impacto ambiental, que se ocasiona por la actividad turística, además es parte fundamental del contenido de este trabajo ya que se pretende minimizarlo por medio de la utilización de ecotécnicas que más adelante serán abordadas; se dice que hay impacto ambiental cuando una acción o actividad produce una alteración, favorable o desfavorable en el medio o algunos de los componentes del medio.

Pérez (1999), define el impacto ambiental “como el efecto que produce el hombre sobre el medio ambiente”. Según el Diccionario de la Real Academia Española de la página web <http://buscon.rae.es> (2001), impacto ambiental “es el conjunto de posibles efectos negativos sobre el medio ambiente de una modificación del entorno natural, como consecuencia de obras u otras actividades”.

Así mismo González (2006), menciona que el impacto ambiental “es la consecuencia directa o indirecta, de carácter benéfico o adverso, que se produce para el hombre y los sistemas naturales y socioeconómicos de los cuales depende su bienestar, como resultado de un cambio ambiental provocado por una acción o conjunto de acciones de origen natural o humano”.

De modo que el impacto ambiental es aquel efecto provocado por la actividad humana dentro del espacio natural en el que se desenvuelve, trayendo como consecuencia cambios irreparables para el sitio.

Actualmente se presenta la problemática ambiental que es muy compleja, no bastan políticas y acciones parciales, debe buscarse una estrategia global que permita actuar localmente, sin olvidar que los problemas afectan a todo el planeta y que deben plantearse, en algunos casos como medidas emergentes.

Se debe reconocer que la problemática ambiental incorpora tanto los desequilibrios ecológicos de los ecosistemas (desaparición de especies de plantas y animales, la contaminación del aire y el agua, efecto invernadero, entre otros); como problemas socioeconómicos, tales como el estrés de los ciudadanos, la marginación, la pobreza y el deterioro en la calidad de vida de la población.

Hoy en día “la sociedad goza de estilos de vida basados en la exaltación del crecimiento económico y la acumulación de bienes, a menudo conllevan efectos completamente distintos sobre la utilización de los recursos o las posibilidades de regeneración ambiental, de aquéllos que darían prioridad a la satisfacción de las necesidades básicas, el aprovechamiento racional y la preservación productiva y estética del entorno natural”. (Casasola, 1995:13).

No obstante, “uno de los aspectos más trascendentales que se ha presentado en las últimas dos décadas del siglo XX ha sido la reflexión, acerca de los procesos que depredan el ambiente y la necesidad de conservarlo. Esto ha sido particularmente clave en los procesos de tipo turístico, que requieren áreas naturales y su conservación como materia prima, como es el caso del turismo orientado hacia la naturaleza” (Sandoval, 2006:21).

En la actualidad se asiste a una necesidad de personalización, que se traduce en la búsqueda de espacios exclusivos que permitan vivencias diferentes (experiencias que deben ser compatibles con la naturaleza), desarrolladas en un contexto que le conceda al individuo regresar a su escala humana. Por esta razón, “las modalidades de turismo en las que ellas se enmarcan fueron concebidas originalmente como una alternativa a la amenaza creciente que, para la cultura y el ambiente de los destinos turísticos, suponía el turismo de masas” (Sandoval, 2006:21).

El turismo alternativo se trata, de tener en cuenta la perspectiva ecológica, tanto como la económica, social y cultural, en cualquier tipo de actividad turística: cultural, deportiva, de toalla y sombrilla que “se caracterizan por su esfuerzo por minimizar los impactos negativos ocasionados en el ambiente por las personas durante el disfrute de su tiempo de ocio” (Sandoval, 2006: 23), “con un mayor número de viajes pero con menor duración, los turistas tienen la posibilidad de elección de destino y la decisión

del viaje tiene que ver más con la calidad de éste y no con el precio” (Masri y Robles, 1997:6).

Por tanto debe encontrarse un balance entre la satisfacción del turista y los requerimientos de conservación. Así mismo, “las comunidades locales obtengan una parte apropiada de los beneficios del turismo, a la vez que conserve su patrimonio natural y cultural” (Zamorano, 2002:138).

Es necesario tener en cuenta a “la conservación, ya que es el medio de utilizar los recursos naturales, racional y limitadamente, contribuyendo así a un mejor desarrollo, el cual además de satisfacer las necesidades del presente, no compromete la existencia de los recursos naturales necesarios para las futuras generaciones. Surgiendo así el término de desarrollo sustentable” (Masri y Robles, 1997; 9).

Sin embargo, el concepto de “desarrollo sostenible surge de la excesiva explotación del medio ambiente que se produce como consecuencia directa del modelo de desarrollo adoptado por los países industrializados e imitado por las naciones en desarrollo” (Ferrari, et.al; 2009:160). Es así como a partir de los años 1980 comienza a acuñarse este concepto.

El desarrollo sostenible parte de la premisa de “satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades”. Para lograrlo, cada nación debe alcanzar su potencial económico a la vez que aumenta el recurso ambiental en el cual se asienta este desarrollo. De esta manera, el desarrollo sustentable “no es un estado fijo sino un proceso de cambio en el cual se encuentran en armonía la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y el cambio institucional, y que aumenta el potencial, tanto actual como futuro de satisfacer las necesidades y aspiraciones de los seres humanos” (Ferrari, et.al; 2009:161).

“El objetivo principal del desarrollo sustentable es el de mejorar las condiciones de vida de los grupos marginados y de la población en general, partiendo de la reducción del impacto de las actividades sobre el ambiente; de la regeneración y restauración de los sistemas degradados; de la supresión paulatina de las actividades más agresivas contra el ambiente, y dejar de ser una economía de despilfarro basada en el consumismo y transformarse en una sociedad más racional que reduzca los desechos y el consumo de materias primas” (Serrano y Morales, 2009: <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev8/e05.htm>).

“Los principios del desarrollo sustentable están dirigidos al cuidado de la Tierra y sus recursos, así como al mejoramiento de la calidad de vida de los seres humanos”; estos son: (Masri y Robles, 1997; 10).

- a) Respetar y cuidar la comunidad de los seres vivos.
- b) Mejorar la calidad de vida humana.
- c) Conservar la vitalidad y diversidad de la Tierra.
- d) Mantenerse dentro de la capacidad de resistencia de la Tierra.
- e) Modificar las actitudes y prácticas personales.
- f) Facultar a las comunidades para que cuiden su propio medio ambiente.
- g) Proporcionar un marco nacional para la integridad del desarrollo y la conservación.
- h) Forjar una alianza mundial en pro de la recuperación y conservación del medio ambiente.

Aplicando estos principios al turismo, es necesario que dicha actividad no se desarrolle independientemente de otras actividades económicas, sino que debe promoverse la cooperación e interdependencia de cualquier actividad, llámese económica, social o gubernamental, para desarrollar una conciencia ecológica y preservación a nivel local, nacional e internacional.

A principio de los años 90's comienza a difundirse en la actividad turística el concepto de sustentabilidad. Según la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, celebrada en Lanzarote (Canarias, España), emite la Carta del Turismo Sostenible, en la que se lo define como “...un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas” es así como este concepto se adapta a las diferentes actitudes y estrategias de gestión basadas en la preservación del medio ambiente; a su vez, se entiende que el “turismo sustentable promueve una utilización más responsable de los recursos naturales y culturales y una mayor conciencia sobre la conservación del patrimonio natural y cultural, tanto entre la población local como entre los turistas” (Ferrari, et.al;2009:161).

Por otro lado, “el turismo sustentable se puede concebir como el satisfacer las necesidades de turistas y regiones anfitrionas de hoy, a la vez que se protegen y mejoran las oportunidades del futuro”. Esto significa que el desarrollo turístico sustentable se caracteriza por utilizar racionalmente todos los recursos, manteniendo la esencia cultural y los ecosistemas, para poder satisfacer las necesidades

económicas, sociales y estéticas de las regiones, ya sea en el corto o en el largo plazo. (Masri y Robles, 1997; 17).

El objetivo de Turismo Sustentable, es rescatar y proteger los recursos naturales y culturales de una región, favoreciendo la permanencia de los ecosistemas y sus procesos biológicos básicos y generando beneficios sociales y económicos, al fomentar mejores niveles de vida para el visitante y la comunidad, a partir del aprovechamiento y conservación de estos recursos (Serrano y Morales, 2009: <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev8/e05.htm>).

Así mismo se manejan principios del turismo sustentable los cuales son:

- Proporcionar experiencias de las más alta calidad a los turistas, ya que las necesidades actuales de los visitantes cada vez son más exigentes y requieren de un trato personalizado con servicios altamente calificados que se conjunten en un medio ambiente y atractivos turísticos óptimos.
- Promover el desarrollo de la riqueza natural y cultural de cada región, cuidando así los atractivos y la identidad propia, de manera que estos puedan contribuir al patrimonio nacional.
- Difundir las ventajas y oportunidades que la actividad turística brinda a la economía y al ambiente, ya que con un buen manejo de ésta, se pueden percibir ingresos significativos, aplicados a la conservación de los recursos naturales.
- Mejorar el nivel de vida de las comunidades receptoras, creando fuentes de trabajo y oportunidades de crecimiento a la población, y contribuyendo al desarrollo de servicios.

Es por ello que el medio ambiente es un factor decisivo en el nuevo turismo (turismo sustentable), porque “el turista es hoy más consciente, más exigente, tiene más conocimiento intelectual y afectivo de las cosas, se ha convertido en un aliado en la conservación de los recursos” (Masri y Robles, 1997; 8).

El turismo puede lograr una mejora al medio ambiente y todo lo que se relaciona con las características que hacen diferente a un atractivo de otro.

Pero la práctica del turismo de masas, se llevo a cabo una explotación descontrolada de los recursos naturales, contribuyendo a la degradación sucesiva del medio ambiente.

### 1.3.1 Impactos del Turismo.

Los impactos del turismo son el resultado de una compleja interacción de fenómenos, una interacción que se manifiesta con la relación entre los turistas, el área de destino y la comunidad local.

Se puede clasificar de manera general “los impactos negativos del turismo en tres categorías: físicos, biológicos y socioeconómicos” (Ceballos, 1998:66).

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), (2006); clasifica los impactos del turismo en:

- Impactos socio-culturales del turismo

*Los impactos socio-culturales del turismo son los efectos que surgen en las comunidades anfitrionas debido a las relaciones directas e indirectas con los turistas, y de la interacción con la industria del turismo.*

*Los impactos se presentan cuando el turismo causa cambios en sistemas y comportamientos de valor y por tanto amenaza la identidad local. Sin embargo, el turismo puede también generar impactos positivos ya que puede servir como una fuerza de apoyo a la paz, para promover el orgullo de conservar las tradiciones culturales y ayudar a evitar la relocalización urbana al crear trabajos locales.*

- Impactos económicos del turismo

*La industria del turismo genera ventajas económicas sustanciales para los países. Especialmente en Países en Vías de Desarrollo (PVD), una de las motivaciones primarias para que una región se promueva como destino turístico es la esperada mejora económica.*

El turismo puede tener efectos económicos desfavorables en la comunidad anfitriona.

**Derrama económica.** *El ingreso directo de una región es la cantidad de gasto turístico que sobra localmente después de que los impuestos, las ganancias y los salarios son pagados fuera del área y después de la adquisición de las importaciones; estas cantidades restadas se llaman derramas económicas.*

**Costos de infraestructura.** *El desarrollo del turismo puede costar al gobierno local y a los contribuyentes locales una gran cantidad de dinero. Los desarrolladores pueden desear que el gobierno mejore el aeropuerto, los*

*camino y otras infraestructuras, y posiblemente que se les proporcione la exención de impuestos y otras ventajas financieras, que son actividades costosas para el gobierno. Los gastos de los recursos públicos en infraestructura subsidiada o en la exención de impuestos, pueden reducir la inversión del gobierno en otras áreas críticas tales como educación y salud.*

**Aumento de precios.** *El aumento de la demanda de servicios básicos y bienes por parte de los turistas causa a menudo un alza de precios que afectan negativamente a los residentes locales cuyos ingresos no aumenta proporcionalmente.*

**Dependencia económica de la comunidad local del turismo.** *La diversificación en una economía es una muestra de bienestar, sin embargo si un país o una región llega a ser dependiente en su supervivencia económica de una sola industria, puede ejercer una gran tensión sobre la misma, así como a las personas implicada en su buen funcionamiento. Muchos países, especialmente los PVD (Países en Vías de Desarrollo) con poca capacidad para explorar otros recursos, han agenciado al turismo como forma de alzar su economía.*

**Carácter estacional de trabajos.** *Los problemas que afrontan los trabajadores estacionales son inseguridad en el trabajo (y por lo tanto en ingresos), generalmente sin ninguna garantía de empleo entre ésta y la próxima estación, dificultades en conseguir capacitación y en el acceso a un seguro médico relativo al empleo, reconocimiento de su experiencia, y condiciones insatisfactorias laborales y de vivienda.*

De igual forma los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con las ganancias en el tipo de cambio, las contribuciones de los réditos del gobierno, y la generación de oportunidades de empleo y de negocios.

**Ganancias en divisas.** *Los gastos del turismo y la exportación e importación de mercancías y servicios relacionados con él, generan ingresos en la economía del país anfitrión y pueden estimular la inversión necesaria para financiar el crecimiento en otros sectores económicos.*

**Contribución a los réditos del gobierno.** *Los réditos del gobierno del sector turismo se pueden categorizar como contribuciones directas e indirectas. Las contribuciones directas son generadas por los impuestos del ingreso provenientes del empleo y los negocios turísticos, y por recaudaciones directas*



de los turistas como el impuesto de migración. Las contribuciones indirectas son aquellas originadas por los impuestos y los derechos aduanales grabados en mercancías y servicios provistos a los turistas.

**Generación del empleo.** El turismo puede generar trabajos directamente en los hoteles, restaurantes, discotecas, taxis, y ventas de souvenirs, e indirectamente a través del aprovisionamiento de mercancías y servicios necesarios para los negocios relacionados con el turismo.

**Estímulo de inversión en infraestructura.** El turismo puede inducir al gobierno local a llevar a cabo mejoras en infraestructura; haciendo que con todos ellos se pueda mejorar la calidad de vida de los residentes y faciliten el turismo.

**Contribución a las economías locales.** La importancia del turismo en las economías locales se puede también ilustrar con los impactos causados cuando éste se interrumpe. Los réditos locales que no se cuantifican fácilmente, pues no todos los gastos turísticos se colocan formalmente en las estadísticas macroeconómicas, como por ejemplo, el dinero ganado del turismo con el empleo informal tal como los vendedores en la calle, los guías informales, conductores de cochecitos turísticos, etc. El lado positivo del empleo informal o no denunciado es que el dinero regresa a la economía local.

- Impactos medio ambientales del turismo

La relación del turismo con el ambiente es compleja e implica muchas actividades que pueden tener efectos ambientales adversos. Muchos de estos impactos están ligados a la construcción de infraestructura. Los impactos negativos del desarrollo del turismo pueden destruir gradualmente los recursos ambientales de los cuales depende.

Por otra parte, el turismo tiene el potencial para crear efectos beneficiosos sobre el medio ambiente al contribuir con su protección y conservación. De esta manera se crea una consciencia a favor de los valores ambientales que puede servir como herramienta para financiar la protección de áreas naturales y para aumentar su importancia económica.

Es por ello, que esta investigación pretende que la empresa turística en este caso el restaurante temático, minimice los impactos que pueda ocasionar, dentro del Parque Bosque de las Truchas; teniendo en cuenta los principios del desarrollo turístico sustentable.

Sin embargo, es fundamental retomar “los impactos negativos del turismo en un área protegida estos pueden situarse en dos categorías: directos e indirectos. Los impactos directos son los producidos por la presencia misma de los turistas. Los impactos indirectos son los provocados por la infraestructura (tanto física como administrativa) creada para el manejo de los turistas” (Ceballos, 1998; 66).

“El desarrollo incontrolado del turismo de masas ha provocado la saturación de ciertas áreas. Esto no sólo supone una amenaza para el medio ambiente sino que se convierte en un fracaso económico porque los turistas dejan de considerar el lugar y rehúsan viajar hasta él” (Pérez, 1999:96). Los impactos del turismo generalmente dependen del número de visitantes que acuden al atractivo turístico.

### **1.3.2 Tipos de impactos del turismo sobre el medio ambiente.**

Existen diversos tipos de impactos según se den a corto o largo plazo, si son locales, regionales, nacionales o internacionales, directos o indirectos. Pérez (1999) menciona que cualquier actividad humana incluida el turismo produce un impacto ambiental negativo mayor o menor.

Pero sobre todo, “los impactos suelen ocurrir juntos o de manera secuencial pueden de alguna manera ser pronosticados. Aquellos focos de mayor intensidad turística son normalmente las primeras partes de un área en ser afectadas, por lo que pueden ser utilizados para pronosticar cambios cuya ocurrencia es factible a la luz de una intensidad creciente de uso, abuso o mal uso” (Ceballos, 1998:67).

A continuación, se enlista los principales impactos negativos del turismo en áreas naturales (Ceballos, 1998:67):

- a) Impactos del suelo. Pueden ocurrir sobre los suelos terrestres y acuáticos; pueden ser causados por vehículos motorizados, caballos o bestias de carga, bicicletas y caminantes, todos los cuales causan compactación, lo que produce aumento en la densidad y disminución en la porosidad. Asimismo, intervienen “la erosión eólica que puede ocasionar la maquinaria de construcción de un hotel” (Pérez, 1999:92), este cambio frecuentemente ocurre como consecuencia de dos efectos del turismo: disminución en la cubierta vegetal y compactación de suelos; sin olvidar la erosión hidráulica; dichos cambios afectan a la fauna que habitan en el suelo o a poca profundidad subterránea.

- b) Impactos sobre la vegetación. Son a causa de uso de vehículos motorizados, caballos, bestias de carga y bicicletas, en las caminatas son menores los daños a los producidos por los campamentos. Así como las construcciones turísticas sobre la vegetación.

Los impactos del turismo sobre la vegetación pueden ser clasificados en directos e indirectos. Los impactos directos son causados por daño mecánico a la vegetación y los indirectos son causados por cambios en el suelo.

Las actividades turísticas y recreativas pueden directamente producir cambios en la composición de especies vegetales, sobre todo en las plantas a nivel de suelo y particularmente como resultado del pisoteo.

El pisoteo ejerce una influencia sobre el crecimiento tanto de la flora de suelo como de especies arbóreas;

- c) Impactos sobre la fauna silvestre. El turismo en las áreas naturales protegidas produce una serie de impactos sobre la vida animal local, siendo los más extremos son la caza, pesca y la colección de ejemplares.

Se ha comprobado que la presencia del ser humano basta para causar disturbios en las actividades de la fauna silvestre, independientemente de la actividad de los turistas o de su número. Aparentemente esto se agrava cuando las personas usan vestimenta de colores brillantes, se sabe de cambios en la conducta de los animales, lo que afecta su reproducción, nutrición y desarrollo.

La basura que se deja modifica los tipos de especies beneficiando a las especies carroñeras y causando cambio del hábitat y de las poblaciones de ciertos animales.

- d) Impactos en la estética del paisaje. La actividad turística irresponsable y/o incontrolada puede producir serios impactos negativos, tanto naturales como artificiales, lo cual evidentemente afectará de manera importante la experiencia del visitante en general.

Los impactos negativos más comunes, son aquellos producidos por los desechos de los turistas arrojados a carreteras, caminos, senderos y miradores. La inclusión de obras de infraestructura, producen perturbaciones al paisaje. El vandalismo, incluyendo los daños a instalaciones turísticas,

servicios sanitarios y los graffiti e incisiones sobre arboles y formaciones geológicas.

- e) Impactos de carácter sanitario. La basura y los desechos fecales que dejan los turistas afectan no sólo a ellos mismos, sino también a las comunidades locales; pueden afectar a suelos, aire, agua, flora y fauna. Hay que dividir la basura en orgánica e inorgánica; de la orgánica, hacer fertilizantes, y la inorgánica tratar de reciclarla.

Se deberá de educar al turista para que no arroje basura en áreas naturales

- f) Impactos de carácter cultural. Los saqueadores, excavadores y coleccionistas ilegales dañan considerablemente las zonas arqueológicas.

Sin embargo, también existen impactos ambientales positivos del turismo, los cuales distingue Mieczkowski, citado en Pérez (1999), donde resalta que el ecoturismo ayuda a generar una mayor conciencia ecológica que busca a toda costa proteger y detener la degradación del ambiente.

Por lo que cada vez más las sociedades, tienen conciencia de la importancia y belleza de la biodiversidad del planeta, y adquieren responsabilidades y compromisos para conservarla. Como es el caso de las empresas cuya preocupación hacia la preservación del medio ambiente, las ha llevado a ser más responsables no solo en busca de satisfacer su propio interés, sino también es buscar beneficios para lograr el interés social y ambiental donde llevan a cabo sus actividades.

#### **1.4 Empresa Socialmente Responsable**

Según la publicación del Diccionario de la Real Academia Española (2001), la empresa es la “unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos” (página web <http://buscon.rae.es>).

A su vez Nieto e Iglesias (2000), resaltan que una empresa “es el conjunto organizado de actividades personales, medios económicos y materiales, y relaciones comerciales, con propósito de obtener beneficios, para la consecución de una idea de producción de bienes o prestación de servicios con destino al mercado”.

Para efecto de este trabajo de investigación, se destacará a la empresa como aquella institución que realiza un conjunto de actividades, utilizando recursos financieros, humanos, materiales, y tecnológicos, para lograr objetivos y así obtener bienes o servicios que se ofrecerán en el mercado.

Dentro de la empresa existe un giro encargado del sector terciario, en él se encuentran las empresas turísticas, estas logran tener utilidades específicamente a través del ofrecimiento, la prestación de productos, servicios y obtención de experiencias, que se estructuran por medio del empleo de recursos tecnológicos, humanos, información de una filosofía propia, todo esto dirigido a satisfacer las necesidades o gustos de grupos de individuos que se desplazan de su lugar de residencia a lugares de interés.

Estas empresas se clasifican de acuerdo al tipo de servicios que prestan en: (Masrí y Robles, 1997; 57).

- “Establecimientos de hospedaje, como son los hoteles, moteles y albergues.
- Establecimientos de alimentos y bebidas, que incluyen restaurantes y bares.
- Empresas de transportes, que comprenden las líneas aéreas, autotransportes, ferrocarriles, cruceros y renta de autos.
- Agencias de viajes y operadoras de tours”.

Las empresas turísticas, según Ferrari (2009) se pueden definir bajo tres concepciones. La primera lo hace como la unidad económica que ejecuta el proceso de producción de bienes y servicios. La segunda, como el conjunto de factores de producción, que ordenados en función de principios de carácter social y tecnológico, persigue objetivos de tipo económico. Y por último la tercera considerada como la unidad económica, jurídica y social de explotación, que formada por los factores productivos necesarios y bajo una dirección estratégica, persigue la obtención del valor agregado mediante la producción de bienes y servicios. Cualquiera de estas tres concepciones la hace actora necesaria en la problemática ambiental dada la significativa relación que el turismo, como actividad económica, tiene con el ambiente donde se localiza esa “unidad”.

Cada una de estas concepciones centra sus principios en la explotación generada por los factores productivos necesarios para obtener beneficios, sin considerar aspectos ambientales.

Masrí y Robles, (1997) mencionan una línea divisora entre las empresas, estas son las de primera y segunda generación. Hasta finales de la década de los setenta, las

empresas turísticas que prevalecieron y permitieron que la actividad turística alcanzara su posición actual son las empresas de primera generación, que se caracterizan por:

- La estandarización en sus productos y servicios
- La centralización de sus procesos decisorios.

Las empresas de segunda generación, surgen a partir de la década de los ochenta. La cultura organización empresarial moderna da prioridad a la información de alta calidad, que permite ofrecer productos, servicios y experiencias. Las bases que sustentan estas empresas son opuestas a las tradicionales, y son:

- Calidad total: se refiere a la formación y aplicación de una cultura que responde a los retos de la globalización de mercados y de la creciente demanda de turistas, la cual implica un cambio profundo en el comportamiento de las empresas.

Esta innovadora cultura de calidad total considera de manera primordial el medio ambiente, el cuidado y conservación del planeta y de su diversidad biológica, y utiliza los recursos naturales de manera controlada con el fin de poder seguir contando con ellos en el futuro.

- Desestandarización. Tomando en cuenta el acelerado cambio hacia la globalización de los mercados, la desestandarización juega un papel crucial en el éxito de cualquier empresa, ya que al poder aplicar ventajas comparativas a sus productos, servicios y experiencias, éstos toman un carácter auténtico, estableciéndose así ventajas competitivas que rivalizan con otros productos, servicios, y experiencias de otras empresas del mismo sector.
- Descentralización. Está enfocada a elevar el nivel de compromiso y participación de todos aquellos que intervienen en un proyecto turístico. La toma de decisiones involucra al personal operativo, administrativo y de mandos medios, creándose así una nueva conducta organizacional y un mejoramiento de los servicios.

“A lo largo de los años las empresas turísticas se han visto obligadas a modificar sus procesos operativos, al tener que enfrentarse con las nuevas exigencias del mercado, a una nueva y sofisticada tecnología y al creciente deterioro del medio ambiente” (Masrí y Robles, 1997; 57).

Las empresas turísticas se están dando cuenta de que el consumidor está más consciente. Los ciudadanos-consumidores tienen la conciencia de que productos y servicios dañan a la naturaleza traen consecuencias negativas para él y sus semejantes, y buscan comprar productos social y ambientalmente sanos. Así que la empresa turística necesita cuidar su propiedad más importante: su marca, su reputación.

“Tanto las empresas como los otros actores que intervienen en el negocio turístico tienen un gran protagonismo en el desarrollo de los distintos destinos, fundamentalmente por la gran cantidad de mano de obra que ocupan. Sin embargo, un aspecto tanto o más importante es el rol en los procesos sociales de esas comunidades, en función de identificar las condiciones bajo las cuales se prestan esos servicios turísticos. Es así que esta crisis ecológica en la cual estamos inmersos, no es sólo de recursos y de capacidad biológica, sino también una crisis en la dimensión social. El punto es entonces, poder determinar el óptimo económico, social y ecológico para un destino, que le permita alcanzar un desarrollo sustentable”; mencionado anteriormente (Ferrari, et al, 2009:166).

Las empresas turísticas deben reconocer que sus productos, servicios y experiencias, para ser de calidad total, deben realizarse en armonía con el entorno y el ecosistema que les rodea. Refiriéndose al desarrollo turístico sustentable, es decir, que no toman de la naturaleza más de lo que ésta les puede proporcionar sin deteriorarse, provocando así que exista una recuperación constante y, por lo tanto, garantizando su existencia en el largo plazo.

La planeación inicial de proyectos turísticos, toman en cuenta los principios básicos de la sustentabilidad; podrían ser (Masr  y Robles, 1997; 66):

- Realizar estudios sobre la capacidad de carga del sitio.
- Hacer partícipe a la comunidad local.
- Integrar al proyecto la biodiversidad del sitio.

Es importante considerar tomar de decisiones empresariales y políticas de estado que garanticen un desarrollo sustentable para la zona turística en cuestión.

“Algunos grupos ambientalistas han propuesto la implantación de restricciones y regulaciones; existe la convicción de que, en lugar de crear más leyes y restricciones (las cuales serán difíciles de cumplir en lugares remotos) sería mejor entrenar a los empleados de las empresas de ecoturismo en la puesta en marcha de técnicas

operativas responsables que les permitan entender tanto la biología del lugar específico donde trabajan, como el papel crítico que desempeña ese ecosistema, y transmitir este conocimiento a sus clientes” (Sandoval, 2006:28). De esta manera, los turistas regresarían a su lugar de residencia más complacidos e interesados.

La sustentabilidad medioambiental ha sido la primera en preocupar a las empresas turísticas, aplicado en sus destinos modelos de gestión eficaz con los recursos naturales. (Página web; [www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com)).

Una de las cuestiones que despierta más discusión a nivel internacional, es la conveniencia de un sello de garantía para el viajero, de manera que como en el caso del comercio justo, pueda tener la absoluta certeza de que el producto turístico que compra o que la empresa con la que contrata respeta los estándares internacionales en sostenibilidad medioambiental, económica y social.

Surgiendo así “la importancia de la concienciación tanto en el mercado emisor, a nivel de empresa, de Administración (para que incentive la Responsabilidad Social Corporativa en la empresa) y de turistas, como en el mercado receptor, a nivel de población local y de Administración”. (Página web; [www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com)).

La responsabilidad social empresarial fue percibida por las Naciones Unidas desde 1992, con la Agenda 21.

En uno de los capítulos de la Agenda 21 menciona que “El espíritu empresarial es una de las fuerzas impulsoras más importantes para conseguir innovaciones, aumentar la eficiencia del mercado y responder a los retos y a las oportunidades. En particular, los pequeños y medianos empresarios desempeñan un papel muy importante en el desarrollo social y económico de un país. Con frecuencia son los principales impulsores del desarrollo rural, puesto que aumentan el empleo no agrícola y proporcionan los medios transitorios necesarios para mejorar la capacidad de subsistencia de las mujeres. Los empresarios responsables pueden desempeñar una función importante en lo relativo a mejorar la eficacia de la utilización de los recursos, reducir los riesgos y peligros, reducir al mínimo los desechos y preservar las características del medio ambiente.” (Página web, [www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com)).

La empresa debe planificar y ejecutar estrategias voluntaria y/o legalmente impuestas de protección al medio ambiente respetando ciertos límites en su comportamiento, límites éstos que alcanzan tanto al plano interno como al externo de la organización.



“Tanto empresas, como consumidores y la sociedad son responsables de sus acciones a favor o en contra del medio ambiente, por lo que es necesario priorizar la racionalidad de los agentes económicos, la optimización de las medidas de prevención y reducción de los impactos sobre el ambiente y el aprovechamiento óptimo de los recursos naturales en pos de un desarrollo sustentable” (Ferrari, et al; 2009:179).

Existe un compromiso social y ambiental de los empresarios a nivel interno y externo de la organización. El desarrollo económico debe y tiene que estar vinculado al progreso humano, social y a la responsabilidad medioambiental. Es por ello que “la responsabilidad social empresarial debe manejar un enfoque integrado que abarque aspectos como lo social, económico y ambiental” (Lacruz, 2005:39).

La Responsabilidad social empresarial se define como “la forma de administración ética y transparente de la empresa con todos los actores públicos con los que ella se relaciona, y establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”. (Página web, [www.eumed.net/ce/2010a/adi.htm](http://www.eumed.net/ce/2010a/adi.htm)).

Por otro lado, en la publicación de Cajiga (2010), se entiende a la Responsabilidad Social Empresarial, como “el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común”.

Para Rangel citado en Cajiga (2010), la Responsabilidad Social Empresarial debe sustentarse en los valores expresados por la empresa y debe ser plasmada en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas a lo largo de las operaciones empresariales para institucionalizarla.

Según la publicación de Diaz (2007), la importancia de la Responsabilidad Social conlleva la diversidad de acciones respecto a los principales grupos de interés con los que se relaciona: trabajadores, clientes, proveedores y la sociedad en general.

El análisis de la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) puede dividirse en dos dimensiones: **una interna y otra externa**, sin embargo también involucra otras dimensiones como la “económica, social y ambiental”. “La **dimensión interna** comprende la administración de los recursos humanos, la protección del trabajo y la realización de actividades de producción y/o comercio, siguiendo normas de

protección del ambiente y la calidad en las condiciones de trabajo. La **dimensión externa** trata sobre las relaciones de las empresas con su entorno más próximo, socios, proveedores y clientes, así como sus actitudes en relación con los derechos fundamentales: igualdad de oportunidades, no discriminación, promoción del arte y la cultura, salud, educación y **medio ambiente**". (Lacruz, 2005:40).

"La Responsabilidad Social Empresarial sólo se comprende reconociendo cuatro ámbitos básicos y estratégicos que explican su presencia en toda actividad de la empresa" (Cajiga, 2010:6).

Éstos pueden variar de un país, de un sector o de una empresa a otro.

Ámbitos de la RSE (Responsabilidad Social Empresarial).

- Ética y gobernabilidad empresarial.
- Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo).
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.
- Cuidado y preservación del medioambiente.

Principios de la Responsabilidad Social Empresarial.

Los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial responden a principios empresariales universales, y es el conocimiento y la profundización continua de esos principios lo que asegura su implementación exitosa:

- Respeto a la dignidad de la persona.
- Empleo digno.
- Solidaridad.
- Contribución al bien común.
- Corresponsabilidad.
- Confianza.
- Ética en los negocios.
- Prevención de negocios ilícitos.
- Vinculación con la comunidad.
- Transparencia.
- Honestidad y legalidad.
- Justicia y equidad.
- Empresarialidad.
- Desarrollo social.
- Respeto a su entorno, los recursos y el medio ambiente
- Optimización de recursos

- Sustentabilidad

Ahora bien, siguiendo con cada uno de los ámbitos estratégicos y principios que guían la responsabilidad social empresarial.

### **La ética y gobernabilidad empresarial.**

Principios:

- Desempeño ético en los negocios
- Prevención de negocios ilícitos
- Respeto a la dignidad humana
- Honestidad y transparencia empresarial

La ética empresarial es la base de las relaciones sólidas entre la empresa, sus proveedores, clientes, accionistas y otros públicos; permite la interpretación y solución de controversias de acuerdo a los principios que guían la toma de decisiones, la formación y evaluación del personal, y la forma en que se debe conducir el negocio. “Una empresa ética y socialmente responsable debe contar con mecanismos que aseguren un trato igualitario a todos sus accionistas, grandes o pequeños, así como a los terceros interesados (grupos de interés)” sustentados en un buen sistema de gobierno corporativo.

La gobernabilidad corporativa tiene tres dimensiones importantes: la ética, la de eficiencia y la de responsabilidad.

La gobernabilidad define cómo la empresa logra sus propósitos. Abarca el significado mismo de la compañía y señala cómo cumple con sus metas. Tiene elementos de liderazgo, protección, ética, seguridad, visión, dirección, influencia y valores. La gobernabilidad corporativa trata también acerca de cómo proteger los intereses de los grupos que forman parte de la organización.

### **Vinculación de la empresa con la comunidad**

Principio:

- Involucrarse como ciudadano corporativo con las comunidades en las que opera
- Confianza
- Solidaridad

La empresa percibe e instrumenta el compromiso y la responsabilidad con su comunidad. Identifica y monitorea las expectativas públicas que la comunidad tiene

acerca de ella; la innovación y el involucramiento sostenido de miembros, autoridades u organizaciones de la comunidad deben estar incluidos en este monitoreo.

Hay varias formas de contribuir con la localidad por parte de la empresa, desde apoyos menores a proyectos hasta apoyos que engloben un desarrollo integral; esto último puede incluir una variedad de aspectos, tales como prácticas ambientales, políticas sobre ética, asuntos relativos al trabajo y la familia, temas de salud, etcétera.

Al analizar las comunidades es importante determinar, primero, en qué comunidad están los clientes de la empresa; ello dependerá del tipo de producto y el mercado de destino.

Luego, es importante definir en qué comunidad están los trabajadores, los proveedores de bienes y servicios, y otros actores que se relacionan con la empresa. Finalmente, es importante definir qué tipo de producto es el más importante para el negocio, y cómo impacta esto a las comunidades. Cuando la empresa define y caracteriza a las comunidades a las que afecta puede determinar mejor las acciones o programas que va a realizar en ella.

En el largo plazo, invertir en la comunidad y comunicarlo contribuyen a crear capacidades en ella, dándole estabilidad, sanidad y sustentabilidad; a menudo será la misma comunidad la que suministrará un número importante de los empleados de la empresa, y probablemente de sus clientes también.

En términos generales, los beneficios incluyen:

- Mayor educación y, por ende, mayores posibilidades de tener una comunidad sustentable, con una mejor calidad de vida.
- Mayor otorgamiento de las personas, que genera oportunidades de desarrollo económico.
- Mejor salud, que implica una comunidad más fuerte.
- Mayor comunicación, una comunidad que se comunica con la empresa es capaz de prevenir conflictos y ser proactiva en la búsqueda de soluciones.

### **Calidad de vida en la empresa.**

Principios:

- Promover y establecer como prioridad la calidad de vida de la comunidad interna

- Empleo digno
- Desarrollo social
- Empresarialidad

La gestión del capital humano, enfocada con la visión de una empresa socialmente responsable, crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y participativo en el que todos sus miembros interactúan a partir de bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional, contribuyendo para que alcancen una mejor calidad de vida.

La empresa recibe por ello beneficios como la eficiencia y la responsabilidad individual y colectiva; un balance entre la vida personal y laboral; un impacto positivo en la rentabilidad, eficiencia y productividad; mejores relaciones obrero-patronales; y la percepción de la empresa como altamente humana y socialmente responsable.

### **Cuidado y preservación del medio ambiente.**

Principio:

- Respeto a su entorno, los recursos y el medio ambiente para el presente y las generaciones futuras
- Optimización de recursos
- Sustentabilidad

Uno de los grandes retos de la empresa es combinar la generación de riqueza y la preservación del medio ambiente. Estas prácticas demuestran como la empresa respeta el medio ambiente, promueve la optimización de recursos, prevé la generación de desperdicios y desarrolla procesos de reciclaje o reaprovechamiento de recursos o incorporación de sus productos y procesos a los ciclos naturales.

La empresa debe considerar los factores ambientales como un elemento importante en su toma de decisiones, y reflejar claramente su liderazgo alcanzando la máxima calidad en su manejo y en su relación con el entorno. El medio ambiente es todo lo que rodea a los seres vivos, está conformado por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos), y componentes sociales derivados de las relaciones entre la cultura, la ideología y la economía.

La importancia del medio ambiente en general para las actividades de negocios es fundamental, ya que muchos, si no la gran mayoría, de los recursos y servicios necesarios para llevar a cabo estas actividades son parte del ambiente biofísico y social; además, hay que encontrar la manera en que el proceso de producción de bienes y servicios siga el concepto de generar, a un precio competitivo, bienes y

servicios que satisfagan las necesidades humanas y contribuyan a aumentar la calidad de vida; al mismo tiempo, se busca reducir progresivamente los impactos ecológicos y la intensidad en el consumo de recursos durante la vida del producto o servicio.

En base a lo anterior, una empresa socialmente responsable “es un ciudadano corporativo que más allá de sus obligaciones legales, fundamenta su gestión en políticas y programas que inciden positivamente en la gente, el entorno y las comunidades en que opera” (Sociedad Educadora, de la página web <http://www.sociedadeducadora.org>).

Por otro lado, según Díaz, de la página web [www.eumed.net](http://www.eumed.net) una empresa socialmente responsable “es una empresa competitiva económicamente, que tiene preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales, que respeta los derechos humanos de sus trabajadores brindándoles condiciones de trabajo dignas, que favorezcan su seguridad y su desarrollo profesional y que además establezca relaciones exitosas con el estado a través de organismos nacionales e internacionales, incorporando a la sociedad civil para que busque la superación de la pobreza”.

De esta manera una empresa socialmente responsable, es aquella organización que a través de acciones, políticas, estrategias, promueve el cuidado del medio ambiente, se preocupa por calidad de vida de sus colaboradores y de la comunidad, buscando los beneficios de la propia organización.

Sin embargo, hoy en día se busca un modelo empresarial sustentable que se acomode al anhelo de felicidad de la humanidad. “Tal modelo tendrá que oponerse a lo que dejó la centuria pasada, que amparados en la racionalidad económica son causa fundamental de la crisis ambiental, cuyos signos de pobreza, desigualdad, violencia, degradación ecológica, ven en la nueva empresa la esperanza de la tierra y sus huéspedes. Emergen entonces las empresas socialmente responsables y el objetivo ya no será únicamente la satisfacción de sus propietarios, sino también cubrir las expectativas e intereses de los demás participantes o grupos de interés como los trabajadores, la sociedad, la comunidad, el gobierno y el medio ambiente” (Valenzuela, 2007:105).

Cabe resaltar que el concepto de “responsabilidad social empresarial se ha tomado de forma muy básica, es considerada como filantropía de las empresas, es decir, se ha enfocado o limitado principalmente a la solución de algunos problemas sociales como educación, drogas, pobreza, entre otros, y en materia ambiental son pocos los esfuerzos” (Lacruz, 2005: 44).

No obstante, cada día se hace más necesaria la práctica de “Responsabilidad Social Ambiental (RSA); la cual se puede entender como el conjunto de mecanismos de desarrollo limpio aplicados por las empresas públicas o privadas, para minimizar su impacto al medio ambiente en el espacio donde desarrolla sus actividades de producción, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los habitantes de los alrededores”. (Lacruz, 2005:44).

“**Responsabilidad Social Ambiental (RSA)** es hoy mucho más que una iniciativa de reciclaje o de conservación de la energía. Ser una **Empresa Ambientalmente Responsable (EAR)** es considerar todos los impactos ecológicos que generan la producción y operación de la empresa” (Lacruz, 2005; 41).

Actualmente las empresas han reconocido la responsabilidad en el mejoramiento del ambiente, no como respuesta a los requerimientos exigidos por normas jurídicas e imposiciones gubernamentales, sino del convencimiento de que la sensibilidad empresarial hacia el medio ambiente supone beneficios directos que, en general, optimizan su competitividad y reconocimiento en la sociedad.

Según Lacruz (2005), señala los beneficios de mayor sensibilización ambiental de las empresas son:

1. Reducción de los costos ambientales y, por tanto, de los costos generales de las empresas: la gestión y la optimización adecuada de los recursos naturales y de otros, reduce los consumos de energía, agua, materias primas, la generación de residuos, etc.
2. Permite acceder a mercados más exigentes y restringidos por razones ambientales, diferenciándose con respecto a sus competidores; aumentando la actividad de la propia empresa.
3. Favorece nuevas oportunidades y actividades empresariales, mejorando ambientalmente los productos propios, acudiendo a la producción o reutilización de otros, o accediendo al mercado y a líneas de crédito específicas.
4. Mejora la imagen general de la empresa y su credibilidad frente a clientes, consumidores, competidores, administraciones públicas y opinión pública.
5. Permite introducir mejoras técnicas y de funcionamiento en la propia empresa, facilitando la actividad empresarial y el acceso a ciertos contratos (por ejemplo, contratos públicos, al ser creciente la introducción de exigencias ambientales en los pliegos de licitaciones); también reduce las enfermedades y accidentes laborales con la implantación de nuevas tecnologías.

La mayoría de los autores coinciden en que responsabilidad social está intrínsecamente relacionada con los valores éticos, cumplimiento de leyes y mejoramiento social. Sin embargo, se acercan al planteamiento en cuestión como es la **Empresa Ambientalmente Responsable (EAR)**: contribuir a la disminución o eliminación de los daños ambientales derivadas de las actividades productivas de la zona donde opera.

A través, del trabajo de investigación se pretende que el restaurante temático se convierta en una empresa ambientalmente responsable a largo plazo, tomando en consideración los principios del desarrollo turístico sustentable y sobre todo los ámbitos de la empresa socialmente responsable.

Sin dejar de lado que la responsabilidad principal de las empresas consiste en generar beneficios, pero pueden contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales y medioambientales, integrando la responsabilidad social como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades.

Actualmente, “los empresarios deben estar más convencidos de que el éxito económico no depende únicamente de una estrategia de aumento de los beneficios, sino de la protección del medio ambiente y el fomento de la responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores” (Lacruz, 2005; 46).

La responsabilidad social de las empresas ha existido siempre, de una forma u otra, con mayor o menor grado, evolucionando desde un concepto elemental como la filantropía hasta los conceptos manejados en la actualidad. “Ello varía de acuerdo al país y la visión estratégica de la empresa y abarcan un conjunto variado de actividades. Teniendo en cuenta la importancia de las empresas en las economías de los países, y siendo la RSE un elemento tan importante para el desarrollo sostenible, es necesario profundizar en la relación Ambiente-Empresa”. (Lacruz, 2005; 44).

La transformación de las empresas a ser ambientalmente responsables es el escenario más prometedor para recuperar el medio ambiente.

## **1.5. Antecedente de restaurante**

Hoy en día, el área restaurantera ha ido desarrollando e innovando en sus servicios, dando un mejoramiento en sus instalaciones, esto se debe a que según las tendencias actuales del turismo, las personas buscan nuevas alternativas que satisfagan sus necesidades de una manera diferente.



En primera instancia según la enciclopedia de Turismo, Hotelería y Restaurantes (2007), las tabernas existían ya en el año 1700 a.C. Se han encontrado de la existencia de un comedor público en Egipto en el año 512 a.C. que tenía un menú limitado, sólo servía un plato preparado con cereales, aves salvajes y cebolla.

“En Roma existieron los *thermopoliums* algo así como un *snack-bar* (cantina donde se sirven botanas ligeras) así como las tabernas (lugares de alojamiento) para público en general, donde servían un menú básico con vino para los huéspedes” (Morfin, 2001;9).

“Los romanos salían mucho a comer fuera de sus casas; en el año 79 d.C. había una gran cantidad de bares que servían pan, queso, vino, nueces, higos y comidas calientes. Los mostradores estaban recubiertos de mármol y tenían empotradas unas vasijas en las que guardaban el vino para que se mantuviese fresco. Se servía también vino caliente con especias y generalmente endulzado con miel” (Enciclopedia de turismo, hotelería y restaurantes, 2007; 569).

En el siglo XV España ocupaba políticamente un lugar hegemónico en todo el Mediterráneo y en Europa. Sin embargo, gastronómicamente, el protagonismo es de Francia, que crea una importante cocina.

Tanto en Francia como en Inglaterra o España, los nobles se alimentaban sobre todo a base de carne y, en cuaresma, a base de salazones y pescados.

Después de la caída del Imperio Romano, las comidas fuera de casa se realizaban generalmente en las tabernas o posadas, pero alrededor del año 1200 ya existían casas de comida en Londres, París y algunos otros lugares en las que podían comprarse platos preparados. Las cafeterías son también un antepasado de los restaurantes. Éstas aparecieron en Oxford en 1650 y siete años más tarde en Londres.

El primer restaurante propiamente dicho fue propiedad de monsieur Boulanger y data de 1765. Boulanger llamó a su sopa le restaurant dinin. Su restaurador divino no era más que una reelaboración de las mezclas de vegetales y hierbas amargas preparadas por los médicos de la Edad Media como reconstituyente. Se trataba de un delicioso y espeso consomé que atrajo a todas las damas y caballeros elegantes que normalmente no frecuentaban las tabernas públicas, en las que la comida estaba relegada a un segundo plano por la bebida.

El restaurante de Boulanger, denominado Cbamps d'Oiseau, cobraba unos precios lo suficientemente altos como para convertirse en un lugar exclusivo en el que las damas de la alta sociedad acudían para mostrar su distinción y elegancia. Viendo el éxito obtenido, Boulanger amplió el menú y así nació un nuevo negocio.

La palabra restaurante se estableció en breve y los chefs de mayor reputación, que hasta entonces sólo habían trabajado para familias privadas, abrieron también sus propios negocios o fueron contratados por un nuevo grupo de pequeños empresarios: los restauradores.

Para el propósito del presente trabajo, cabe señalar que un restaurante “es un establecimiento que se dedica a la venta de alimentos y bebidas preparadas mediante un servicio especializado y dirigido principalmente al segmento de turistas nacionales e internacionales” (Vidal Álvarez, citado en el Manual del puesto del restaurante, 1992: 18).

Por otro lado, la enciclopedia de Turismo, hotelería y restaurantes (2007), menciona que el food-service es la actividad que se ocupa de proporcionar a los viajeros y a los residentes, servicios de alimentación y bebida. Por lo tanto, quedan integrados como establecimientos en este ámbito todas las empresas comprendidas en los sectores de los restaurantes, las cafeterías y los bares, y que, dependiendo de cada país, aglutinan una serie de establecimientos entre los que quedan incluidos otros (tabernas).

### **1.5.1 Tipos de restaurantes**

Debido a que la industria restauradora evoluciona constantemente, no existe una sola clasificación de restaurantes. Sin embargo, “muchos expertos coinciden que hay dos categorías principales: restaurantes de servicio completo y restaurantes de especialidad”. (Martínez y Pedraza, 2004:6).

#### *Servicio completo:*

Este tipo de restaurante ofrece una buena selección de productos en su menú al menos 15 o más platillos para ordenar. También puede ser establecimientos formales o causales en donde el servicio y los precios están de acuerdo con la calidad de la comida, por lo tanto, muchos de estos establecimientos son de alta cocina.

#### *Restaurantes de especialidades:*

Dentro de esta categoría se encuentran:

- Servicio de comida rápida: cuentan con un menú limitado y precio accesible, ofreciendo productos como hamburguesas, pollo, pizza, hot dogs, tacos, etcétera. Habitualmente, se encuentran abiertos los siete días de la semana, y en su oferta no incluye bebidas alcohólicas.

- Restaurantes familiares: generalmente ofrecen un menú casero, simple con un rango de precio medio en base al ingreso promedio familiar. Las instalaciones se deben adecuar a las necesidades de las familias con una buena ubicación y estacionamiento.
- Restaurantes étnicos: se originaron para dar a conocer las cualidades gastronómicas de ciertos grupos inmigrantes de cómo son los italianos, chinos, mexicanos, etcétera.
- Restaurante gourmet: ofrece platillos que atraen a personas aficionadas a comer manjares delicados. El servicio y los precios están de acuerdo con la calidad de la comida, por lo que estos restaurantes son los más caros.
- Restaurantes temáticos: este tipo de restaurantes viene de una tendencia antigua pero aun se mantiene viva. En general estos establecimientos son grandes donde se trata de combinar perfectamente desde la fachada, la decoración de interior, música, productos, e incluso uniformes del personal para que juntos proyecten un mensaje en particular.

Dentro de este establecimiento se sirve un menú limitado, el cuál debe encajar con la atmosfera. Es por esto, que incluye un elemento importante que es la ambientación; en la que los objetos utilizados y su disposición, la iluminación y la decoración, citan algún estilo social fácilmente reconocible mediante el cual se invita al comensal a sumergirse en ese ambiente.

### **1.5.2 Clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas**

Según Morfin (2001), menciona que la clasificación de este establecimiento puede girar entorno del decorado y/o lo económico de sus menús y platillos, así como decir que por ser costoso es de lujo o es el mejor.

#### *CLASIFICACIÓN POR EL TIPO DE COMIDA*

En esta clasificación encontramos restaurantes:

1. Vegetarianos.
2. De pescados y mariscos.
3. De carnes rojas.
4. De aves.

## CLASIFICACIÓN POR LA VARIEDAD DEL SERVICIO

### **Restaurantes de autoservicio**

Estos establecimientos se localizan en centros comerciales, aeropuertos, ferias, etc., donde el cliente encuentra una variedad de platillos que combina a su gusto. Los precios son bajos por el poco personal y además no se deja propina.

### **Restaurantes de menú y a la carta**

Los restaurantes a la carta tienen una mayor variedad de platillos individuales, de modo que los clientes pueden elegir de acuerdo con sus apetencias y presupuesto. Los de menú ofrecen determinados platillos a un precio moderado.

Ambos pueden dividirse, a su vez, en:

- *De lujo*: con comida internacional, servicio francés y carta de vinos.
- *De primera y tipo medio*: ofrecen comida internacional o nacional especializada, sin servicio francés ni carta de vino (opcional), pero con servicio americano.
- *De tipo económico*: ofrecen comida de preparación sencilla con servicios mínimos, también al estilo americano.

### **Cafeterías, *drive-in*, restorrotas y similares**

Las *cafeterías* presentan diversas modalidades en su servicio, lo cual las diferencia entre sí, aunque guardan características comunes al ofrecer comida sencilla y rápida, además de bebidas ligeras, generalmente con mantel individual.

Los *drive-in* (anglicismo que significa "servicio en su auto"), proporcionan servicio en el propio vehículo dentro del estacionamiento o pasando por una zona autorizada para que con el mismo automóvil solicite su servicio por medio de una bocina/micrófono y sin perder el orden de la fila, efectúe su pago en una ventanilla y recoja su pedido en una próxima.

Los *restorrotas* se encuentran estratégicamente en las carreteras y ofrecen servicios adicionales como gasolineras, servicio de alimentos a la mesa o para llevar, y tienda de artículos típicos de la región, así como información turística.

## CLASIFICACIÓN POR CATEGORÍAS

En ésta se sugieren cinco grupos: de lujo, de primera clase, comercial, rango medio y económico o limitado, donde el comensal logrará tener una visión general las características que ayudarán al fácil reconocimiento de un establecimiento específico de servicios.

Restaurante de lujo (🍴🍴🍴🍴)

Los restaurantes de lujo deben reunir varias características, en especial en el servicio; éste se efectuará personalizado y con innumerables detalles que halagarán al comensal.

Este tipo de establecimiento deberá contar con una entrada independiente para clientes y otra exclusiva para personal; diferentes servicios que brinden comodidad al comensal como responsable o *valet parking* (acomodador de automóvil), sala de espera o área de bar donde la persona pueda esperar su mesa de comedor, un comedor con decoración, ambiente y equipo comfortable para brindar un servicio adecuado, teléfono celular disponible para uso del cliente, aire acondicionado o calefacción en sus respectivos casos, sanitarios amplios e independientes, cocina funcional, loza, plaqué, cristalería y blancos de acuerdo con la decoración y concepto del restaurante.

El servicio se efectuará directamente en las mesas con platillos que saldrán de la cocina con cubrefuentes o bien, que se prepararán a la vista del comensal, según sea el caso.

La cocina deberá tener almacén, cámaras frigoríficas y todo el equipo, así como la maquinaria necesaria para su funcionamiento. Todo el personal, tanto de contacto como de apoyo, tendrá a su disposición armarios (lockers) independientes y servicios sanitarios completos para el aseo personal de cada uno de ellos.

La carta del restaurante será la principal herramienta de venta, por la variedad de platillos divididos en sus tiempos correspondientes entradas, sopas, pastas, ensaladas, especialidades o sugerencias, carnes, aves, postres, etcétera, para el servicio que este tipo de establecimiento debe ofrecer.

Deberá mostrar una carta de bebidas alcohólicas, tanto de vinos y cervezas (bebidas fermentadas), como de aguardientes (bebidas fermentadas y destiladas).

Destaca en este tipo de establecimiento el personal perfectamente presentado y uniformado, el cual deberá estar acorde con el lugar de lujo, con amplia capacitación y conocimiento de los productos que se venden en el mismo.

#### *Restaurante de primera clase* (🍴🍴🍴🍴)

Este tipo de restaurante, conocido como full service (servicio completo), tendrá un toque completo de servicios de acuerdo con la categoría del establecimiento.

La diferencia con el anterior se encuentra en su herramienta de ventas: la carta o menú; ésta presentará de cinco a siete diferentes tiempos de servicio, así como una variedad limitada de bebidas alcohólicas. Su personal, tanto de apoyo como de contacto, deberá contar con la capacitación y conocimiento adecuado de los productos que prepara y vende. Aquellos platillos que lo requieran deberán salir de la cocina con cubrefuentes y otros podrán ser preparados a la vista del comensal.

#### *Restaurante de segunda clase* (🍴🍴🍴)

Este tipo de restaurante es también conocido como turístico. Puede tener acceso independiente para comensales, que en su defecto, será utilizada por el personal de servicio exclusivamente en las horas que no haya atención a los clientes. Con esta misma restricción se hará el abastecimiento de los diferentes proveedores. Su capacidad será más restringida en espacio y su carta contará con no más de seis tiempos a ofrecer, como ejemplo se describe:

1. Entremeses.
2. Sopas y cremas.
3. Verduras, huevos o pastas.
4. Especialidades de pescado.
5. Especialidades de carne.
6. Postres, dulces o helados y fruta.

El personal de contacto como de apoyo, deberá estar presentable y uniformado.

#### *Restaurante de tercera clase* (🍴🍴)

El acceso será utilizado tanto por comensales como por el personal del mismo; su mobiliario será apropiado: loza irrompible, plaqué inoxidable (cubiertos

y/o utensilios), cristalería sencilla y en buen estado, servilletero y mantelería presentables. Deberá tener servicios sanitarios independientes para dama y caballero. La cocina dispondrá lo necesario para la conservación de productos alimenticios, con buena ventilación o en su caso, con un extractor de humo. El personal portará uniforme sencillo bien aseado (camisa, corbata de moño y zapatos de piel bien limpios) y atenderá a los clientes adecuadamente. Su carta o menú presentará tres o cuatro tiempos de servicios.

### *Restaurante de cuarta clase* (i)

Este establecimiento tendrá su comedor independiente de la cocina, plaqué inoxidable, loza irrompible, cristalería sencilla en buen estado de conservación, servilletas de tela o papel, servicios sanitarios decorosos y personal perfectamente aseado.

Su carta o menú, aunque sencillo, ofrecerá platillos de no más de tres diferentes tiempos:

1. Sopas.
2. Guisado/especialidades.
3. Postre de la casa o fruta.

Todo restaurante tiene la obligación de cuidar la calidad, presentación, sazón y limpieza de sus platillos, conservar el estilo, decoración y ambiente de su propio concepto de establecimiento. Cada restaurante debe preocuparse por conservar adecuadamente sus recetas y métodos de preparación, la presentación de cada platillo, el trato amable y cortés para cada uno de sus comensales. Es muy importante cuidar la limpieza en general de todo el establecimiento, el adecuado funcionamiento de los servicios sanitarios, la correcta presentación del personal de contacto como de apoyo, y contar con los permisos y acreditaciones legales para ofrecer el servicio de alimentos.

Las empresas turísticas empiezan a darse cuenta de que actuar de forma responsable trae muchas ventajas a largo plazo, que cumplir las leyes es más barato de lo que parece y aún crea una buena imagen de la empresa ante los consumidores.

Es por ello que mantener un comportamiento empresarial responsable con la sociedad y el medioambiente se presenta inevitable para ser competitivo en este siglo, donde las expectativas de todas las partes involucradas son cada vez más exigentes.

### 1.5.3 Antecedentes de restaurante temático

“En 1794, la palabra restaurante llegó a América, vía de un francés refugiado de la guillotina, Jean Baptiste Gilbert Paypalt. Paypalt estableció Jutien’s Restorator en Boston, que debió haber sido el primer restaurante francés en este país” (Joanne, 2003: 5).

Por lo tanto, “América recibió el primer restaurante, el cual pasó a tener una cocina francesa, y también es clasificado como el primer restaurante temático de América. Doscientos años después, existen numerosos restaurantes que están siendo diseñados con temas para proporcionar una forma de escape que es accesible y factible. Cada vez más consumidores están apreciando el valor de la comida en alrededores que deleitan sus sentidos, cautivan sus emociones y seduce su imaginación” (Joanne, 2003: 5).

Ahora bien, la enciclopedia de Turismo, hotelería y restaurantes (2007), sugiere que desde hace poco más de tres décadas, surgió en el área restaurantera una forma diferente de satisfacer a un segmento de mercado que busca nuevas alternativas, los restaurantes temáticos.

El precursor de la fórmula de los restaurantes temáticos fue el Hard Rock Cafe (cuyo tema es la música norteamericana y el Rock & roll) fundado en Londres en 1971, por dos empresarios británicos, Isaac Tigrett y Peter Morton (Enciclopedia de Turismo, hotelería y restaurantes, 2007:622). Otros ejemplos de este tipo de restaurantes son el Planet Hollywood, con el tema de cines; el Rain Forest Café, con su ambientación de bosque y animales mecánicos; así como la NBA Café, ambientado en el mundo del basquetbol.

Cabe resaltar, que una característica básica, según la enciclopedia Turismo, hotelería y restaurantes (2007), es que la fuerza principal de estos negocios se basa en su imagen de marca, lo cual hace que no sólo se dediquen a la venta de alimentos y bebidas, sino que incluye la fabricación de suvenires, tal como es el caso del Rain Forest Café.

Dicho lo anterior, un restaurante temático “es una modalidad específica de restaurante con un tema determinado tales como: música, cine, moda, literatura, deporte, o ambientaciones naturales” (Turismo, hotelería y restaurantes, 2007:620).

Según Joanne (2003), los restaurantes temáticos y de entretenimiento experimental no sólo proporcionan otro tiempo, espacio, lugar, atmósfera o ambiente, sino que también una experiencia memorable para los usuarios la cual se pueden llevar con ellos. Todos



los restaurantes proveen de una experiencia a cualquier usuario, como sea, los restaurantes temáticos y de entretenimiento experimental usan diseños de conceptos, junto con estrategias de mercado, para crear un ambiente “fuera de lo común”. Cabe señalar que las definiciones anteriores no brindan un concepto claro de lo que es un restaurante temático, y sólo mencionan algunas de sus características.

Se puede concluir que, un restaurante temático es, como ya se ha mencionado, aquel establecimiento cuya característica principal es que en sus instalaciones se hace una réplica o alusión a un tema en específico (por ejemplo a la música, cine, periodo de tiempo, hábitats naturales, entre otros); y donde se ofrece el servicio de alimentos y bebidas acorde a la ambientación del lugar (platillos por tema o por autor), haciendo que el comensal rompa con su ambiente cotidiano durante su estancia. Por otro lado, las tecnologías se pueden implementar dentro de los restaurantes temáticos, para hacerlo uno de sus atractivos principales.

### **1.5.3.1 Características del restaurante temático**

Los restaurantes temáticos se han posicionado como una de las oportunidades más atractivas y rentables para formar parte del sector de la hostelería.

En un sector donde la competencia es muy elevada como es la hostelería, la fórmula del restaurante temático ha experimentado un notable éxito que se ha traducido en más de 300 locales operativos especializados en una gastronomía exótica determinada y en oponerse un ambiente que transporte a un país lejano, por ejemplo.

“Este tipo de restaurante se caracteriza porque dentro de este establecimiento se sirve un menú limitado, el cuál debe encajar con la atmosfera. Es por esto, que incluye un elemento importante que es la ambientación; en la que los objetos utilizados y su disposición, la iluminación y la decoración, citan algún estilo social fácilmente reconocible mediante el cual se invita al comensal a sumergirse en ese ambiente” (Martínez y Pedraza, 2004:7).

“Los restaurantes temáticos son una combinación entre estantes de souvenirs, museos, y lugares para comer. Entre otros, este segmento ha crecido rápidamente dentro de la industria restaurantera, la mayoría pueden ser reconocidos dentro de diferentes categorías” (Martínez y Pedraza, 2004:7).

Así, en cualquiera de los casos, la ambientación del establecimiento es fundamental para recrear el ambiente que quiere que sus clientes perciban, conozcan y disfruten mientras permanecen en el área, por lo que la decoración es sumamente importante.

Además, es indiscutible que la oferta gastronómica especializada y la decoración son fundamentales para crear imagen de marca, una imagen que será más potente cuanto más impacte en la mente del cliente. Como en el resto de sectores, un factor que colabora con el éxito del negocio.

Sin embargo, las empresas turísticas empiezan a darse cuenta de que actuar de forma responsable trae muchas ventajas a largo plazo, que cumplir las leyes es más barato de lo que parece y aún crea una buena imagen de la empresa ante los consumidores.

Es por ello que mantener un comportamiento empresarial responsable con la sociedad y el medioambiente se presenta inevitable para ser competitivo en este siglo, donde las expectativas de todas las partes involucradas son cada vez más exigentes.

Con la creación de planta turística (hoteles y restaurantes) enfocada principalmente a la preocupación por el cuidado del medio ambiente, surgen establecimientos temáticos ambientalmente o como en la actualidad son llamados “ecológicos” por seguir criterios de construcción sostenible, diseñando sistemas de autogestión de energía, agua, alimentos, etcétera, recurriendo cuando ha sido posible a tecnologías amigables con el medio ambiente o ecotécnicas. Ofreciendo así al cliente, un servicio y entorno totalmente diferente al estandarizado.

## **1.6 Ecotécnia**

La huella ecológica es un indicador ambiental del impacto que ejerce una persona, comunidad, ciudad o país de la Tierra sobre su entorno, considerando tanto los recursos necesarios, como los residuos generados para el mantenimiento de un modelo equivocado de producción y consumo en nuestra sociedad.

La tecnología es el “conjunto de instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto” (Enciclopedia Salvat Universal, 2000: 10600). Para el presente trabajo, se considerará que las tecnologías son herramientas o instrumentos que facilitan las actividades que realiza el ser humano y dentro de estas, se pueden encontrar las ecotécnicas, las cuales se refieren al uso de energías renovables (biomasa, eólica, solar, geotérmica, hidráulica).

“Uno de los intentos por encontrar solución a los problemas ambientales planteados en la Conferencia de Estocolmo (1972) se concretó con la creación del PNUMA (Programa de las Naciones para el Medio Ambiente) y de la propuesta de su director Maurice Strong conocida como ECODESARROLLO, que puede considerarse como antecedente del Desarrollo Sustentable, de ahí se derivaron las ecotécnicas (ahora ecotécnicas) entre otros instrumentos a través de los cuales se trataba de operativizar el Ecodesarrollo. Desde entonces, ha crecido la convicción de que la crisis ambiental del mundo está basada sobre todo en la desigualdad económica, que propicia un enorme desperdicio de recursos, con su consiguiente contaminación en los países desarrollados, mientras que en los países en desarrollo ha generado una extensa pobreza y la sobre explotación de los recursos naturales”. (Serrano y Morales, 2009; <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev8/e05.html>).

“El codesarrollo debe entenderse como un estilo de desarrollo que busca en cada región soluciones específicas a problemas concretos, tomando en consideración el entorno natural y cultural, atendiendo a las necesidades inmediatas y a las de largo plazo”. (Casasola, 1995; 57).

Según Casasola (1995), sus principales características son:

- 1.- En cada ecorregión, los esfuerzos se deben dirigir al aprovechamiento de recursos específicos para satisfacer los requerimientos básicos de la población en materia alimentaria, vivienda, salud y educación, evitando en lo posible copiar las pautas distorsionadas de consumo de los países industrializados.
2. La identificación, valoración y manejo de los recursos de los ecosistemas se deben realizar con una perspectiva de solidaridad a largo plazo con las generaciones venideras.
3. Se considera al ser humano como el recurso más valioso, por lo que el codesarrollo debe contribuir ante todo a su realización plena. La alimentación, el derecho a la vivienda, el empleo, la salud, la calidad de la vida y las relaciones humanas, el respeto por la diversidad cultural y el establecimiento de un sistema social que sea satisfactorio forman parte del concepto. Asimismo, se considera que los aportes de la antropología y la ecología a la planificación son fundamentales.
4. Las consecuencias destructoras de la actividad humana sobre el ambiente se reducen mediante estrategias y formas de organización de la producción que permitan aprovechar todos los recursos presentes en los ecosistemas y utilizar los desechos utilizando el reciclaje.

5. El ecodesarrollo, concebido originalmente para ayudar a resolver los problemas que enfrentan los países tercermundistas (localizados principalmente en zonas tropicales) se apoya en la capacidad natural de los ecosistemas para aprovechar la energía mediante la fotosíntesis y otras fuentes alternas.

6. El ecodesarrollo conlleva un estilo tecnológico específico, por lo que se deben aprovechar los recursos locales existentes y crear las técnicas adecuadas para su mejor aprovechamiento.

7. Las autoridades que tienen a su cargo la planificación del desarrollo deben considerar las particularidades de cada región donde se implante un proyecto de ecodesarrollo.

Para ello es indispensable la participación de las comunidades o poblaciones comprometidas en la realización de los objetivos del ecodesarrollo.

8. La educación es un requisito indispensable para el buen funcionamiento de las estructuras participativas de la comunidad en la planeación y administración. Se requiere concientizar a la gente respecto a la gestión ambiental y a los aspectos ecológicos del desarrollo.

El ecodesarrollo y el desarrollo sustentable proponen un proceso de cambio en el que el aprovechamiento de los recursos naturales, la tecnología y las estructuras institucionales y políticas deben ser consecuentes tanto con las necesidades de la sociedad del futuro como con la actual.

Como antecedente de las ecotécnicas, Deffis (1988) resalta que nuestros antepasados aplicaban técnicas correspondientes a su forma de vida y a la preocupación de adaptar sus viviendas al clima local. Por ejemplo, el caso de las casas mayas que siempre se conservan frescas o de las purépechas que en un clima lluvioso, protegen sus alimentos en las partes altas.

Convirtiéndose así las ecotécnicas como las herramientas del desarrollo sustentable, que consisten en una serie de técnicas y prácticas que toman en cuenta la ecología para resolver problemas de la vida diaria.

“Ecotécnica implica la aplicación de conceptos ecológicos mediante una técnica determinada, para lograr una mayor concordancia con la naturaleza” (Deffis, 1988:39). Según la publicación *Ecología en Acción*, de Organi-k (2002) las ecotécnicas son “aquellas innovaciones tecnológicas diseñadas con el fin de preservar y establecer el equilibrio de la naturaleza y para satisfacer las necesidades humanas con una mínima disrupción del mismo mediante el manejo sensato de las fuerzas naturales” (página

web [www.organi-k.org.mx](http://www.organi-k.org.mx)). De modo que las ecotécnicas son instrumentos que utilizan energías renovables para facilitar su uso en las actividades del ser humano de una manera sustentable.

Cuando la tecnología tiene como objetivo reducir su propia huella ecológica, entonces estamos hablando de una ecotecnia. No se trata de aparatos o máquinas que no tengan un impacto negativo sobre el medio ambiente, simplemente que su existencia es menos dañina que las alternativas tradicionales.

Las ecotécnicas son un sistema de interacción amigable del humano con el medio ambiente. Al mismo tiempo que concientizan, permiten hacer un mejor uso de los recursos naturales. Son sistemas de instalaciones que se pueden adaptar a cualquier espacio habitable, sobre todo en zonas urbanas donde más se tiende al mal manejo de los recursos.

Según la publicación de Dirección de Concertación y Participación Ciudadana del Programa Organización Productiva para Mujeres Indígenas (2006), las ventajas de las ecotécnicas son:

- Limitar el impacto humano sobre la biosfera.
- Mantener el patrimonio biológico.
- Utilizar racionalmente los recursos no renovables.
- Distribuir equitativamente los costos y beneficios del uso de los recursos.
- Promover tecnologías adecuadas.
- Ahorro de agua y energía.
- Áreas verdes sanas y funcionales.
- Reciclaje y manejo de desechos de forma adecuada

A través de las ecotécnicas, el individuo puede realizar acciones como: captar agua de lluvia en recipientes para usos domésticos, reducir los desperdicios orgánicos y un uso moderado de energía no renovable.

La energía renovable es aquella que es inagotable desde el punto de referencia del periodo de existencia de la humanidad.

Por lo que se puede considerar los procesos renovables aquellos que evitan el consumo masivo de energía y materias primas si estas pueden ser producto del

reciclaje, minimizando por tanto los efectos provocados por la producción incontrolada de residuos inorgánicos (Revista técnico ambiental teorema ambiental, 2011; 25).

Clasificación de las energías renovables (Revista técnico ambiental teorema ambiental, 2011; 26-27).

### Energía solar

El sol representa la fuente de energía más grande para usarla en la Tierra. Las tecnologías solares desarrolladas concentran esta energía luminosa y aumenta su fuerza decenas de miles de veces.

La tecnología de energía solar ha pasado de la fase experimental y ha evolucionado hacia una industria establecida que ofrece el potencial para dar al mundo una energía barata, renovable y que no produce contaminantes.

### Energía eólica

Los vientos pueden crearse debido a una gran cantidad de factores, pero principalmente son resultado de las diferencias en la presión del aire creada por el calentamiento del sol sobre la tierra y la atmosfera, y el calor de la superficie.

Los seres humanos han usado la energía del viento, aprovechándolo para moler granos, impulsar naves y bombear agua. La tecnología actual de la energía eólica se ha desarrollado partiendo de los sencillos molinos agrícolas del pasado, hasta las modernas turbinas generadoras de electricidad.

### Fuerza hidroeléctrica

Existen varias formas de atrapar la energía del agua que fluye, que van desde enormes plantas de hidroeléctrica hasta sistemas que pueden explotar la fuerza de las mareas y de las olas.

### Energía geotérmica

Esta energía se produce por el calor generado por procesos naturales dentro de la Tierra. Puede contenerse en depósitos subterráneos de vapor, agua caliente, fluidos salinos calientes y roca caliente seca.

### Energía biomasa

La biomasa incluye cualquier materia orgánica, planta o animal. La energía biomasa, es un término que comprende la energía almacenada en estos desperdicios orgánicos, su transformación en energía útil.

Las fuentes más comunes de energía biomasa son las maderas y sus desechos; residuos agrícolas, desechos animales, desechos sólidos.

### **1.6.1 Tipos de ecotécnicas y su construcción.**

El manejo racional de los recursos, tales como el agua, el suelo y la energía, constituye la idea central del desarrollo sustentable.

La intención de esta propuesta es que las ecotécnicas formen parte integral del diseño arquitectónico y de paisaje y que, además de tomar en cuenta los requerimientos técnicos, incorporen aspectos estéticos.

De acuerdo con el Programa Organización Productiva para Mujeres Indígenas (2008), menciona algunos de tipos de ecotécnicas junto con su construcción.

- Cisterna de ferrocemento

Es una estructura cilíndrica que permite almacenar agua. Por el tipo de estructura, se puede construir en el exterior sin necesidad de cavar un pozo.

El ferrocemento es una técnica muy barata y fácil para construir. Para hacer trabajos de ferrocemento se usan cemento, arena y malla de alambre. Con este material se pueden realizar estructuras ligeras y de alta resistencia. La resistencia la da el uso de formas curvas y circulares.

Ventajas

- Es posible construir a bajo costo y sin necesidad de mano de obra especializada.
- Se puede hacer en familia y en la comunidad.
- Permite guardar las diversas fuentes de agua que existen en las comunidades: agua de pipa, entubada, de lluvia, de represas, bordos o riachuelos.

Procedimiento de la construcción de la cisterna:

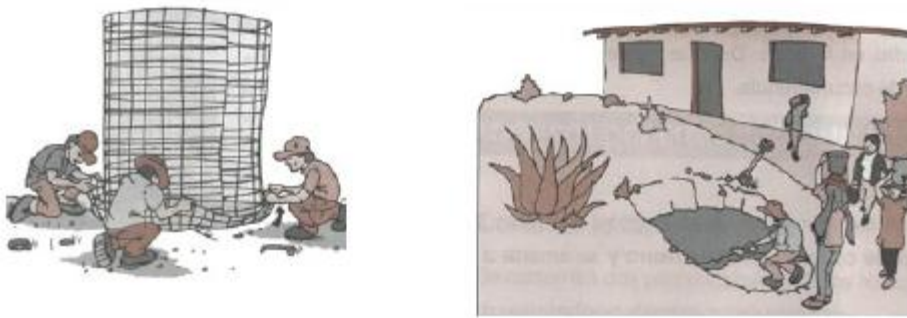


Imagen 1.- Armado del tanque.



Imagen 2.- Colocación de la estructura del tanque y Repellado del tanque.

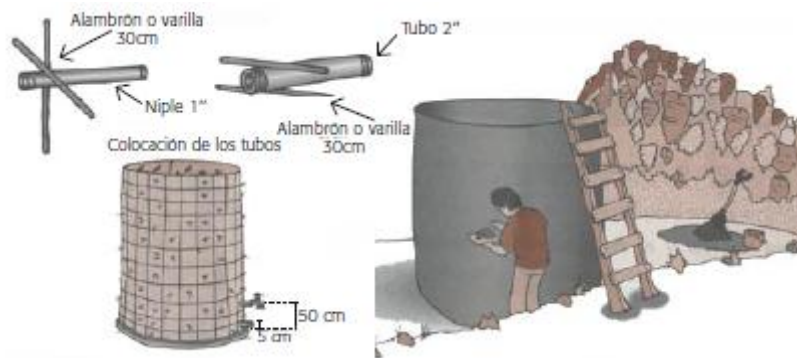


Imagen 3.- Sellado y pintado de la cisterna.



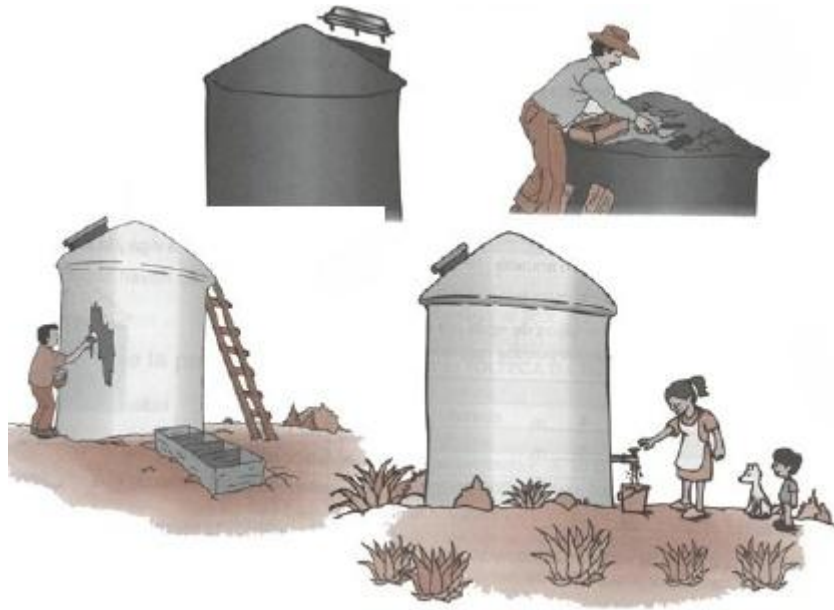


Imagen 4.- Llenado de la cisterna.

- Lombricomposta

Es un método de composteo pasivo y se reconoce como el composteo del futuro. Para elaborar la lombricomposta se introduce la lombriz roja (*Lumbricus rubellus*) que a veces se puede encontrar en el estiércol de vacas y caballos, también llamada “lombriz californiana” (*Eisrnia fetida*). Si creamos las condiciones óptimas para que se desarrollen las lombrices, nos pueden elaborar un humus/abono de excelente calidad sin que tengamos que trabajar en hacer pilas y traspalear.

¿Para qué sirve?

- Proporciona a los suelos permeabilidad tanto para el aire como para el agua.
- Aumenta la retención de agua y la capacidad de almacenar y liberar nutrientes requeridos por las plantas.
- Presenta una alta carga microbiana que resulta de la actividad biológica del suelo, entre otras ventajas.

Procedimiento para la elaboración de Lombricomposta:

En huacales o cajas de plástico, cuidando que las compostas no se sequen.

1.- Se agrega materia orgánica/desechos orgánicos cada día, se llena la caja hacia una dirección y se tapa con tierra; después de una semana se introducen las lombrices.

2.- Se sigue añadiendo materia orgánica fresca, mientras las lombrices se reproducen y comen desechos ya medio podridos.

3.- Después de dos o tres meses se puede empezar a cosechar la tierra donde se empezó, mientras las lombrices siguen la materia orgánica y ya no necesitan estar presentes en la tierra “trabajada”.

- Composta:

Es la mezcla de materiales orgánicos, colocados de una manera que fomente su degradación y descomposición.

El producto final se utiliza para fertilizar y enriquecer la tierra de cultivo. También da cuerpo a suelos arenosos o ligeros y mejora el drenaje de suelos arcillosos.

¿Para qué sirve?

- Es un fertilizante natural y mejorador de suelos
- Estimula la diversidad y la actividad microbiana.
- Beneficia la estructura del suelo y favorece la filtración de agua.
- Resulta del reciclaje de los residuos orgánicos producidos por los hogares.

Procedimiento para su elaboración:

1.- Localizar un lugar donde se pueda disponer de agua.

2.- Sobre la tierra extender una capa de varas o ramas o abrir la tierra un poco con un pico. Esto facilita la entrada de aire y microorganismos del suelo.

3.- Coloca un tubo o palos en el centro de la pila. Elabórela y agrega materia orgánica.

4.- Coloca una capa de 30 cm de altura de materia orgánica, como hojas, paja o pasto podado y mójela poco.

5.- Encima coloque otra capa de 5 cm de estiércol; puede ser de borrego, caballo, res o conejo.

6.- Aplica una capa delgada de tierra de apenas un centímetro sobre el estiércol. Que sea tierra negra de la mejor calidad. También puedes usar tierra del lugar.

7.- Agrega agua. Trata de humedecer la pila en forma pareja para formar la descomposición.

8.- Continuar con esa secuencia (pasos 4 a 7) hasta hacer una pila con una altura máxima de 1.75 cm, que llegue a un volumen de un metro cubico.

9.- Al fin remueve el tubo o los palos colocados en las primeras capas para dejar una columna de aire.

10.- Termina la pila con una capa de tierra y paja (opcional) y cúbrela con una lona o plástico para evitar q la lluvia la empape y el sol la seque.

11.- En las horas siguientes la pila se debe calentar (hasta 60 grados centígrados). Después de unos días que baje la temperatura de la pila, hay que traspalearla, agregando agua y colocando las partes externas de la pila en el centro y las partes del centro por afuera del montón.

- Pintura natural:

Consiste en utilizar la baba extraída de raquetas de nopal, diluida en agua y mezclada con cal, cemento blanco, sal y, si se requiere, algún color vegetal. La mezcla resultante se aplica en muros como pintura, con excelentes resultados.

- Impermeabilizante natural con baba de nopal:

Es un compuesto semejante a la pintura natural anterior. Adicionado con elementos como el pegazulejo, la arena gris, el jabón de pasta y el alumbre y aplicado en capas sucesivas, permite la impermeabilización económica de techos y azoteas.

- Sanitario seco:

Existe un alto porcentaje de habitantes de zonas marginadas que carecen de un sistema de drenaje.

Por lo tanto, esta alternativa es sumamente económica y evita la contaminación que produce la defecación al aire libre. No utiliza agua y los residuos sirven como materia orgánica para el suelo.

Procedimiento de la construcción del sanitario seco: (Pagina web <http://mioplanet.org>).

Consiste en dos cavidades receptoras de excretas, que se van alternando cada una con un separador de orina que permite utilizarla como fertilizante.

Con este sistema se obtiene varias ventajas: por un lado, cuando una cavidad receptora se llena, se puede cambiar a la otra y dejar la anterior en reposo hasta que se complete el ciclo de descomposición y llevarlo entonces al compostero general o a los frutales (Se debe dejar culminar el proceso de deshidratación por lo menos 6 meses a 1 año y medio, mientras se utiliza la otra taza).

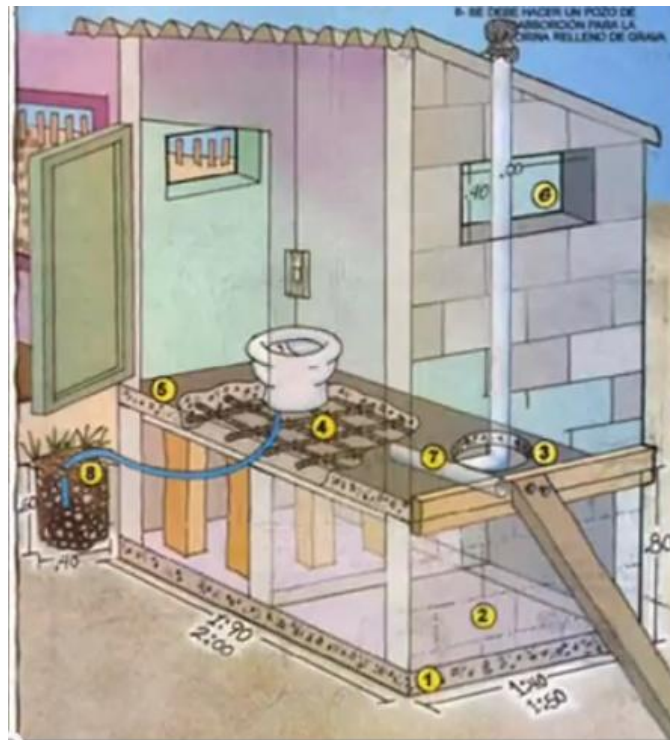


Imagen 5.- Sanitario seco.

- Estufa ecológica:

Es una alternativa para el ahorro de combustible, ya que utiliza solamente aserrín seco compactado en un bote rectangular metálico de 20 litros, con un conducto en forma de "L" que hace la función de chimenea durante la combustión. Dura encendida aproximadamente cinco horas.

Procedimiento para la construcción de una estufa ecológica: (pagina web <http://www.conafor.gob.mx>).

1. Armar el cajón.

Untar la madera con aceite quemado, cuidando que no se derrame sobre el suelo. Dejar que el aceite se absorba por un tiempo de 20 minutos, aproximadamente. Después, clavar las cuatro tablas y formar un cuadrado, de tal manera que las medidas del interior del cuadrado sean de 1.20 x 1.20 m.



Imagen 6.- Armado de cajón (base).

2.-Rellenar la estufa

Antes de rellenar la estufa, se pone una capa aislante sobre la base. Si la base de la estufa es de concreto o metal, se agrega una capa de ceniza de 5 cm. de altura aproximadamente para evitar que la base se caliente.



Agregar dos palas llenas de grava, para ayudar a conservar el calor en la estufa. No se recomienda utilizar piedra de río, pues pueden reventar al calentarse. Al extender la grava, hay que procurar que quede despegada unos cinco centímetros del cajón.

Imagen 7.- Relleno de la base.

### 3.-Quitar el molde o piezas

Primero, se deben quitar los moldes o botellas de plástico (o vidrio) de las hornillas secundarias.

Girar un poco los moldes y jalar hacia arriba para sacarlos.

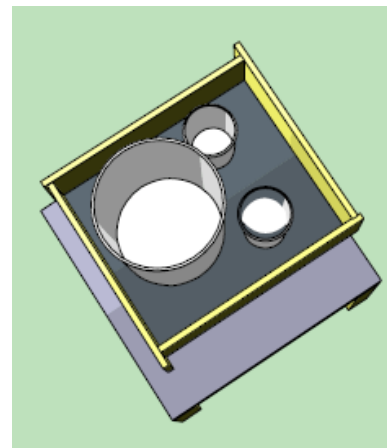


Imagen 8.- Molde estufa.

### Primera capa de mezcla

Agregar tres botes ó 12 paladas de mezcla dentro del molde y posteriormente, apisonar para que quede compacta. Colocar el molde de la entrada de leña y encima colocar la teja. Situar el molde de la cámara de combustión y del comal. El tamaño de la pieza debe ser igual que el comal a utilizar.

### Segunda capa de mezcla

Agregar cuatro botes ó 16 paladas y apisonar hasta que quede compacta.

### Tercera capa de mezcla

Colocar mezcla (aproximadamente 3 botes o 12 paladas) hasta el nivel de los agujeros donde se colocarán los túneles y apisonar. Esta capa debe rebasar el nivel de los túneles, aunque al colocar los moldes rebase o saque un poco de material.

Agregar mezcla (más húmeda) en el lugar donde va a ir las hornillas secundarias, para garantizar la forma de los topes. Girar un poco los moldes y presiónalos hacia abajo para asegurar la forma del tope.

Colocar los moldes de los túneles con cuidado; para que comuniquen el lugar de la leña con el comal y de ahí a las dos hornillas, para después conectarse con el tubo del chacuaco. Perforar o rellenar de acuerdo a la necesidad.



El chacuaco es el tubo por donde saldrá todo el humo que genere la estufa; también se conoce como chimenea. Se conecta con los túneles de las cámaras de combustión de leña.

Última capa de mezcla

Sirve para nivelar la parte superior de la estufa.

Rociar un poco de agua y alisar la superficie de la estufa con la cuchara o con la mano.

Imagen 9.- Molde con tubos

#### 4. Quitar el molde o piezas

Primero, se deben quitar los moldes o botellas de plástico (o vidrio) de las hornillas secundarias.

Girar un poco los moldes y jalar hacia arriba para sacarlos.

Con una cuchara sopera, sacar la mezcla que quede entre la hornilla secundaria y el túnel del chacuaco.



Imagen 10.- Base sin molde

Quitar la hornilla principal y girar ligeramente el molde o cubeta, jalando hacia arriba hasta sacarlo.

Sacar la cámara de combustión girándola y jalándola hacia arriba con cuidado.

Quitar las tablas cuidadosamente; por último, sacar el molde de la entrada de leña.

Mezclar un poco de cemento, tierra, ceniza y agua, para enjarrar por dentro la cámara de combustión; esto evitará que la estufa se desmorone por dentro.

### 5. Colocar los comales

Amoldar el comal y los trastos que se van a utilizar cotidianamente; sellarlos con la mezcla perfectamente, para evitar fugas de calor o humo.

Si se usan comales de metal se recomienda empujarlos 2 cm. hacia el fondo, para evitar que se levanten con el calor.



Imagen 11.- Base final

### 6. Colocar los tubos del chacuaco o chimenea

Colocarlos sobre la base para el chacuaco; después, sujetar o pegar el chacuaco al techo o a la pared para evitar que se mueva. Evitar dejar huecos en el techo alrededor del tubo, para evitar que entre agua cuando llueva.

Se recomienda que el chacuaco quede, al menos, 35 cm. Por arriba del techo de la casa, para evitar que el humo se regrese.

### 7. Prender la estufa.

Antes de prender la estufa, debe secar perfectamente, de forma natural (3 días aproximadamente). Para que encienda rápidamente la primera vez, es mejor usar leña delgada y seca.

La estufa ahorradora de leña solamente requiere dos o tres leños cortos y delgados.

Una vez que la lumbre prenda bien, pueden usarse leños gruesos, evitando tapan la entrada porque se ahoga.



Imagen 12.- Partes de la estufa ecológica.

Dentro de las instalaciones turísticas que estamos acostumbrados a ver desde los inicios del diseño de hoteles y, posteriormente, en el de centros turísticos, son por lo general estructuras verticales con formas exteriores que la moda arquitectónica del momento va imponiendo. Son edificios iguales en todo el mundo sin importar clima, idioma, color, historia e inclusive género de arquitectura.

“Hasta ahora (1997), no hay normas o proyectos para diseñar y construir infraestructura física para el ecoturismo. En los casos aislados donde se han propuesto instalaciones para el turismo ecológico, han sido los propios arquitectos y diseñadores los que han establecido, conforme a su propio criterio, la congruencia de las infraestructuras turísticas con el medio ambiente.

Independientemente de las obligadas manifestaciones de impacto ambiental, que se aplican por igual si se trata de turismo ecológico o convencional, es necesario que la autoridad competente dicte normas y reglamentos que señalen con claridad los lineamientos de diseño en las instalaciones de ecoturismo” (Deffis, 1998, 10).

Algunas de las características de las ecotécnicas es que pueden ser productivas, generar su propia energía y sus alimentos; así como captar su agua y drenar sus desechos inteligentemente sin agredir al medio ambiente (Deffis, 1988: 26).

Es por ello, que por medio de las ecotécnicas y la temática del lugar, se pretende llegar a una concienciación de los comensales sobre el cuidado ambiental, a través del conocimiento crítico de lo real, es decir, la percepción que estos tengan de la realidad que los rodea.

Una vida con mayor conciencia, apreciación por los recursos naturales y con una economía más sustentable. Las ecotécnicas y los buenos hábitos son la ruta hacia una vida sustentable.

En la mayoría de las zonas en las que se está desarrollando el turismo de naturaleza, se ha ido reforzando dentro de las comunidades la educación ambiental y la reflexión sobre la importancia de la preservación de los recursos naturales y la oportunidad que éstos brindan para generar una opción alterna de ingresos, independientemente de las actividades tradicionales. (SECTUR, 2007; 21).



## CAPITULO II

### 2.1 Factibilidad

Según Hernández citado en Herrera y Velasco, (2009:34) “El estudio de factibilidad es un análisis para determinar si el negocio que se propone será viable y rentable, además permite conocer en qué condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso. Es un instrumento de promoción y negociación con el cual se busca demostrar en los niveles ejecutivos y técnicos a los que tenga que recurrir, la bondad de la inversión analizada y con ello lograr los apoyos del caso, ya sea en las entidades crediticias, gubernamentales o entre los posibles socios”.

Según Cooper, Floody y McNeill citados en Guevara (2008:47), *“el estudio de factibilidad sirve para conocer la relación existente entre el restaurante y el mercado. Se concentra en definir su competencia, lo mismo que la posible clientela en la ubicación elegida. Se le llama estudio de factibilidad porque implica investigar la variabilidad de la empresa (restaurante) en cuanto a competencia y demanda”*.

La definición anterior se muestra incompleta, puesto que sólo se enfoca al aspecto de la oferta y la demanda en un mercado.

Por otro lado Molina citado en Herrera y Velasco (2009:34), menciona que la factibilidad se determina a través de una investigación de mercado y el análisis técnico del proyecto, mismos que establecen la posibilidad de concretar una inversión. Así mismo, la rentabilidad se orienta a la evaluación económica y financiera de las inversiones.

De modo que, se puede entender por factibilidad al estudio de los recursos técnicos, económicos y operativos que requiere un proyecto empresarial para ser llevado a cabo en la realidad con el éxito esperado, es decir, la viabilidad que tiene o no un proyecto de funcionar en el mercado.

#### 2.1.2. El estudio del proyecto como proceso.

Para poder abordar este apartado es necesario definir que es un proyecto, es un conjunto de elementos relacionados en forma lógica, tecnológica y cronológica, que se ejecutan en un periodo determinado, que tiene como objetivo resolver un problema, cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad (Ortega, 2006:48).

Los proyectos de inversión comprenden tres enfoques de vital importancia, que ayudan a entender las etapas de un proyecto.

1.- Amplitud. Se refiere a la serie de objetivos buscados mediante un proyecto y que pueden estar englobados en investigaciones, desarrollos, diseños, fabricación, construcción y/o instalación de equipos. También puede contener la realización de estudios, sistemas, métodos y operaciones similares.

2.- Profundidad. Tiene que ver con la realización de estudios en que se planean y analizan los problemas que implica el movilizar determinados factores, materiales y humanos para alcanzar los objetivos propuestos, frente a otras alternativas potenciales de utilización de esos factores.

3.- Dinámica. Es la parte medular de los proyectos, en donde se presenta el accionar de los involucrados en el desarrollo y alcance de los objetivos planeados mediante las alternativas y estrategias seleccionadas.

“El proceso de un proyecto reconoce cuatro etapas: idea, preinversión, inversión y operación. Dentro de la etapa de preinversión, se realizan los distintos estudios de viabilidad, los cuales son: perfil, prefactibilidad y factibilidad” (Sapag y Sapag, 2003:17).

En el estudio denominado, por Sapag y Sapag (2003), como “perfil”, se seleccionan aquellas opciones que se muestran más atractivas para la solución de un problema o el aprovechamiento de una oportunidad y es por ello, que se busca determinar si existe alguna razón que justifique el abandono de una idea antes que se destinen recursos. En cuanto al estudio de “prefactibilidad”, éste se basa principalmente en información de fuentes secundarias para definir las variables referidas al mercado, las alternativas técnicas de producción y la capacidad financiera de los inversionistas. Por último, el estudio de “factibilidad” se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos a través de fuentes primarias de información.

Sin embargo, Sapag y Sapag (2003), menciona que el análisis completo de un proyecto requiere, por lo menos, de la realización de cuatro estudios complementarios: técnico, de mercado, organizacional-administrativo y financiero. Pero estos estudios solo retoman elementos económicos, y administrativos, lo cual es fundamental incluir el estudio de impacto ambiental que pueda generar el proyecto, ya que es en el ambiente donde ha de vivir y al que debe adaptarse.

## 2.2 Estudio de Mercado

En primera instancia se abordará el concepto de mercado, que se entiende como “el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados” (Baca, 2008:14).

Por otro lado, Méndez citado en Ortega (2006); el mercado es área geográfica a la cual concurren vendedores y compradores de mercancías y servicios con el objeto de realizar transacciones de tipo comercial, de tal manera que él o los precios de las mercancías y servicios tienden a unificarse.

Uno de los factores de este estudio es la determinación del mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de la demanda, los ingresos de operación, así como por los costos e inversiones implícitos. Es por ello que metodológicamente, se deben “estudiar cuatro aspectos: a) el consumidor y la demanda del mercado y del proyecto; b) la competencia y las ofertas del mercado y del proyecto; c) comercialización del producto o servicio generado por el proyecto; y d) los proveedores y la disponibilidad y precio de los insumos”. (Sapag y Sapag, 2003:22-23). Según Baca (2008), el estudio de mercado consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

“El objetivo del estudio de mercado es determinar la cantidad de bienes y/o servicios provenientes de una nueva unidad productora que, en cierta área geográfica y bajo determinadas condiciones la comunidad estaría dispuesta a adquirir para satisfacer sus necesidades” (Ortega, 2006:91).

Por lo tanto el objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. “El estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar a la primera pregunta importante del estudio: ¿existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar?” (Baca, 2008:8).

Para el análisis de mercado se reconocen cuatro variables fundamentales que conforman la estructura mostrada a continuación.

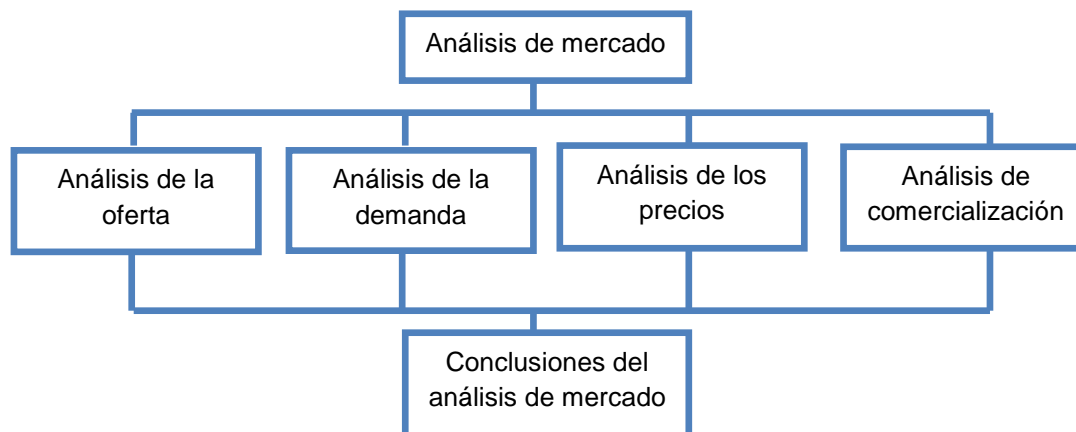


Figura 2.1 Estructura del análisis del mercado (Baca, 2008; 15).

### 2.2.1 Análisis de la demanda

Se entiende por “demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca, 2008:17).

El propósito que persigue el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participan del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. Dicho análisis implica la recopilación de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros.

Para efectos del análisis, existe análisis, existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar como sigue:

- a) Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- b) Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:
  - \* Satisfecha saturada, la que ya puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente.
  - \* Satisfecha no saturada, que es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

En relación con su necesidad, se encuentran dos tipos:

- a) Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, y están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- b) Demanda de bienes no necesarios o de gusto, que es la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

- a) Demanda continua, es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.
- b) Demanda cíclica o estacional es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales.

De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos:

- a) Demanda de bienes finales, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- b) Demanda de bienes intermedios o industriales, que son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

De acuerdo con la estructura del mercado:

- a) Sustitución de importaciones. Cuando el mercado es abastecido por la oferta extranjera y se identifica la posibilidad de satisfacerlo con producción interna.
- b) Mercado cautivo o integrado. Un mercado cautivo es aquel que se tiene a disposición del proyecto estudiado. Puede estarlo bajo un contrato o convenio o por constituirse en único comprador o monopolio, o bien porque la integración de procesos permite asegurar la compra de lo producido.

### **2.2.2 Análisis de la oferta.**

Según Baca (2008), la oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que persigue este análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

### **2.2.2.1 Principales tipos de oferta:**

De acuerdo a Ortega (2006), menciona los principales tipos de oferta los cuales son:

- a) Oferta monopólica. Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.
- b) Oferta oligopólica. existe, cuando hay más de un productor en el mercado, pero en número reducido, de manera que la contribución de cada productos al total es de tal magnitud, que su concurrencia es concertada en precio, cantidad y en general con las políticas necesarias que les permiten controlar el mercado y por tanto con mayores utilidades. El oligopolio tiene beneficios de poseer incentivos para mejorar el producto, su diseño, su calidad y su técnica de producción. Además tiene el tamaño de empresa que puede incurrir en inversiones destinadas a la investigación y el desarrollo que exige la innovación de productos y tecnología.
- c) Oferta competitiva. Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor.

### **2.2.2.2 Estimación de la oferta.**

Al estimarse la oferta de un determinado producto, se está en capacidad de precisar la estructura del mercado en lo que a oferta se refiere:

1. Localización de la oferta.
2. Estacionalidad de la oferta.
3. Desenvolvimiento histórico.
4. Estructura de la producción.
5. Capacidad instalada y ocupada.
6. Materia prima empleada.
7. Disponibilidad de mano de obra, especializada o no.
8. Existencia de sustitutos adecuados.
9. Fortaleza y debilidades de la competencia.
10. Planes de expansión.

11. Zonas controladas por la competencia.
12. Políticas de venta.
13. Número de empresas del mismo tipo.

Aspectos de la oferta

**Debe ser estudiada atendiendo a**

- Capacidad instalada
- Capacidad utilizada

**Factores que la afectan**

- Localización geográfica y área de influencia
- Practica de comercialización
- Margen de utilidad de los actuales productores y/o importadores
- Crecimiento de la oferta
- Nuevos productores
- Ampliaciones
- Aspectos cualitativos de crecimiento

Figura 2.2 Aspectos de la oferta (Ortega, 2006:102)

### 2.2.3 Diagnostico de la demanda y de la oferta

El objetivo de este apartado es identificar los patrones de conducta o de comportamiento de quienes conforman el mercado objetivo del proyecto. Se pretende, caracterizar tanto a los demandantes del bien o el servicio, como a quienes lo producen; asimismo, cuantificar las magnitudes anuales sobre la demanda y oferta del bien o servicio.

- Se espera conocer:
- Su número y dispersión geográfica
- Sus hábitos de consumo
- Sus gustos y preferencias
- La tasa de consumo y periodo en que se realizan.

Respecto a la característica de los productores u oferentes, se espera conocer:

- Su número y dispersión geográfica.
- El tamaño de la planta.
- Posición y participación en el mercado.
- La capacidad instalada y el grado de ocupación.

- Los planes sobre futuras expansiones.
- Los nexos o afiliaciones con otras empresas.

#### **2.2.4 Pronóstico de la demanda y de la oferta.**

Aquí se pretende cuantificar la existencia de una demanda que excede a la oferta existencia. Esta cuantificación deberá ser respaldada con información documental; donde se deberá resaltar lo siguiente: su historial de ventas, cartas de intención así como concursos en los que haya ganado una posición en el mercado.

A continuación se enlistan algunas técnicas que comúnmente se emplean para realizar pronósticos de ventas (Ortega, 2006:103):

1. Apreciación de una sola persona.
2. Apreciación de un grupo de vendedores de la firma.
3. Apreciación de un grupo de gerentes de la firma.
4. Apreciación de un grupo de expertos ajenos a la empresa.
5. Basado en un índice de actividad en los negocios.
6. Basado en promedio de ventas pasadas.
7. Basado en análisis cuantitativos simples o causales tales como el uso de series de tiempo y modelos econométricos.
8. Combinado de alguno de los interiores.

A su vez Baca (2008), existen factores que influyen en la elección de un método de pronóstico para la demanda; dichos factores son:

- El tipo de decisión de que tomara. Todas las decisiones de inversión son importantes y lo que se pretende en un estudio de mercado es cuantificar la demanda potencial o las necesidades potenciales de un servicio, de forma que se debe buscar la máxima precisión en los pronósticos, con las limitaciones de tiempo y costo.
- Costo del pronóstico. La diferencia en costos es muy clara al realizar encuestas.
- Tiempo disponible para realizar el pronóstico. Mientras las encuestas llevan varios días o aun semanas para realizarse.
- Disponibilidad de datos. Si no se cuentan con datos estadísticos, ya sea escritos o en internet, definitivamente esto lleva a utilizar métodos de pronóstico de fuente primaria, básicamente encuestas. Si la información disponible es abundante, es suficiente para pronosticar sin realizar encuestas.



## **2.2.5 Mezcla de Mercadotecnia.**

La mezcla de mercadotecnia forma parte de un nivel táctico de la mercadotecnia, en el cual, las estrategias se transforman en programas concretos para que una empresa pueda llegar al mercado con un producto satisfactor de necesidades y/o deseos, a un precio conveniente, con un mensaje apropiado y un sistema de distribución que coloque el producto en el lugar correcto y en el momento más oportuno.

Por ello, es indispensable que los mercadólogos conozcan qué es la mezcla de mercadotecnia y cuáles son las herramientas o variables (más conocidas como las 4 P's) que la conforman.

Para ello, Kotler y Armstrong (2003), definen la mezcla de la mercadotecnia como "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto".

### **2.2.5.1 Precio**

Se entiende como "la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio".

El precio representa la única variable de la mezcla de mercadotecnia que genera ingresos para la empresa, el resto de las variables generan egresos (Kotler y Armstrong, 2003:231).

Sus variables son:

- Precio de lista
- Descuentos
- Complementos
- Pedido de pago
- Condiciones de crédito

#### **2.2.5.1.1 Análisis de Precio**

"El precio se define como el término con el que se indica el valor de los bienes y servicios expresados en moneda" (Ortega 2006:103).

Por otro lado, Baca (2008), menciona que es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.

#### **2.2.5.1.2 Tipos de precios**

- Internacional. Es el que se usa para artículos de importación-exportación. Normalmente está cotizado en dólares estadounidenses según al país de origen.
- Regional extremo. Es el precio vigente sólo en parte del continente. Por ejemplo, Centroamérica en América; Europa Occidental en Europa, etcétera. Rige para acuerdos de intercambio económico hechos sólo en esos países, y el precio cambia si sale de esa región.
- Regional interno. Es el precio vigente en sólo una parte del país. Por ejemplo en el sureste o en la zona norte. Rigen normalmente para artículos que se producen y consumen en esa región; si se desea consumir en otra el precio cambia.
- Nacional. Es el precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados.

#### **2.2.5.1.3 Como determinar el precio**

Según Baca (2008), habrá que tomar en cuenta el número de intermediarios que participan en la venta para obtener el precio al que se venderá al primer intermediario, que es el ingreso que realmente interesa conocer.

Para determinar el precio de venta se sigue una serie de consideraciones, que se mencionan a continuación:

1.- La base de todo el precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia. Este porcentaje de ganancia adicional es que conlleva una serie de consideraciones estratégicas.

2.- La demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país influyen de manera definitiva en la fijación del precio de venta.

3.- La reacción de la competencia; si existen competidores muy fuertes del producto, su primera reacción frente a un nuevo competidor probablemente sea bajar el precio del producto para debilitar al nuevo competidor. Esto provocará que el nuevo productor ajuste su precio.

4.- La estrategia de mercado es una de las consideraciones mas importantes en la fijación del precio; como introducirse al mercado, ganar mercado, permanecer en el mercado, costo más porcentaje de ganancia sobre la inversión hecha, igualar el precio del competidor más fuerte, etcétera.

5.- El control de precios que todo gobierno puede imponer sobre los productos de la llamada canasta básica. Si el producto que se pretende elaborar no está dentro de la canasta básica, entonces nunca estará sujeto a un control de precios.

### **2.2.5.2 Producto**

Según Kotler y Armstrong (2003), el producto es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta. Un producto puede ser un bien tangible, intangible, una idea, una persona o un lugar.

El "producto", tiene a su vez, su propia *mezcla* o mix de variables:

- Variedad
- Calidad
- Diseño
- Características
- Marca
- Envase
- Servicios
- Garantías

### **2.2.5.3 Plaza**

También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes: (Kotler y Armstrong, 2003; 233).

- Canales
- Cobertura
- Surtido
- Ubicación
- Inventario
- Transporte
- Logística

#### **2.2.5.4 Promoción**

Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto. (Kotler y Armstrong, 2003;233).

Sus variables son las siguientes:

- Publicidad
- Venta personal
- Promoción de ventas
- Relaciones públicas
- Telemarketing
- Propaganda

#### **2.2.6 Consumidor**

A su vez, el consumidor se entiende como la estrategia comercial que tendrá repercusión directa en los ingresos y egresos del proyecto y será influida principalmente por las características del consumidor, y secundariamente el competidor.

Existen dos agrupaciones respecto a los consumidores:

- La del consumidor institucional, que se caracteriza por decisiones muy racionales basadas en las variables técnicas del producto, en su calidad, precio, oportunidad en la entrega y disponibilidad de repuestos entre otros factores.
- La del consumidor individual, que toma decisiones de compra basadas en consideraciones más bien emocionales, por ejemplo en la exclusividad de un producto, el prestigio de la marca, etcétera.

La agrupación de consumidores de acuerdo con algún comportamiento similar en el acto de compra se denomina segmentación, la cual reconoce que el mercado está compuesto por individuos con ingresos diferentes, residencia en lugares y con distinto nivel educacional, edad, sexo y clase social, lo que los hace tener necesidades y deseos también distintos.

La segmentación de mercado toma en consideración, las variables geográficas, demográficas, que clasifican al consumidor según su edad, sexo, tamaño del grupo familiar, nivel ocupacional, profesión, religión. También se clasifica por el nivel de ingreso. Una última clasificación es aquella segmentada por variables psicológicas, como la clase social, y el grado de autonomía en la decisión de compra.

### **2.2.7 Canales de comercialización del producto.**

Según Baca (2008), es la manera en que se pretende hacer llegar un bien o servicio al consumidor; se determinarán las ventajas que se tienen respecto a los canales de distribución usados; así como las políticas y estrategias de venta y sobre todo especificar:

- Los precios y sus condiciones
- El otorgamiento de crédito comercial
- Acuerdos exclusivos con el canal de comercialización

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.

Los intermediarios, son empresas o negocios propiedad de terceros encargados de transferir el producto de la empresa productora al consumidor final, para darle el beneficio del tiempo y lugar. Hay dos tipos de intermediarios: los consumidores y los agentes. Los primeros adquieren el título de propiedad de mercancía, mientras los segundos no lo hacen, sino sólo sirven de contacto entre el producto y el vendedor.

### **2.2.7.1 Canales de distribución.**

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario existe un pago a transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.

Para el caso del restaurante temático se ubicara en Productores-consumidores. Ya que este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente al establecimiento a comprar los productos.

Finalmente, en este estudio se toma en cuenta la investigación de mercado, donde proporcionando información real acerca de lo que se debe hacer en el nuevo proyecto y así obtener el éxito cuando el proyecto sea llevado a cabo.

## **2.3 El estudio técnico.**

Según Sapag y Sapag (2003), en el análisis de la viabilidad de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

En particular, con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente, así como la disposición en planta de la maquinaria necesaria, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación. De igual manera, el “estudio permite cuantificar las necesidades de mano de obra, conocer las materias primas y las inversiones, costos e insumos que demandará el proceso” (Sapag y Sapag, 2003:21).

Asimismo, Baca (2008) menciona que esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo, coincidiendo con lo dicho por Sapag y Sapag.

Por tanto, este estudio tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto, teniendo en cuenta a la tecnología y el espacio a ocupar por estar dentro de la planta.

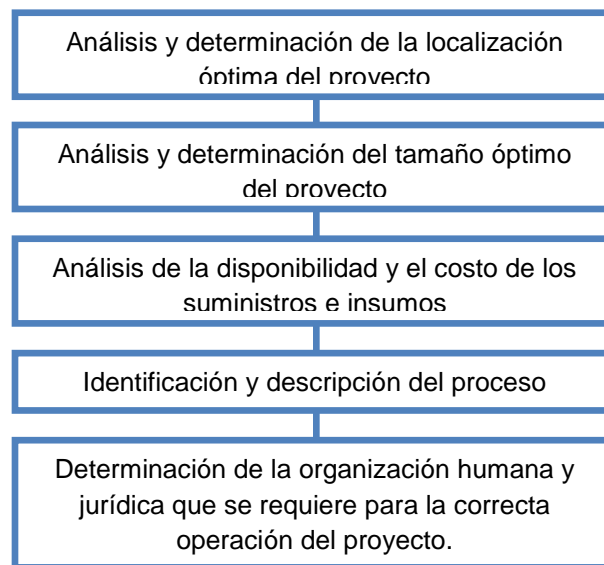


Figura 2.3 Estructura del análisis técnico (Baca, 2008; 85).

### 2.3.1 Localización

“El estudio de la localización debe contemplar los estudios relacionados con la expansión, diversificación y descentralización de la planta. En una economía cambiante y en constante crecimiento, las necesidades de expansión son frecuentes, la diversificación implica el crecimiento de las diversas formas o maneras de producir bienes y servicios, utilizando la misma estructura de la planta. La descentralización obedece a las necesidades de ampliar partes restringidas de la planta debido a la existencia de áreas sobrecargadas o sobre utilizadas y a requerimientos de protección de los productos” (Illapa, 2008; 94).

La localización debe ser óptima para el servicio y para la venta de los productos elaborados, para esto se debe tomar en cuenta los diferentes factores que existen y que ayuden o afectan al momento de ubicar el restaurante temático, para eso debemos ver que la ubicación del negocio debe estar cerca tanto de proveedores y de los clientes para brindar comodidad y facilidad para llegar al punto de ventas.

Para la localización óptima del restaurante se debe pasar por dos etapas las mismas partiendo primero por la macrolocalización que permitirá las diferentes soluciones posibles y determinando la región óptima y la microlocalización que determina la ubicación definitiva del negocio, complementando la región que nos indica la macrolocalización.

### **2.3.1.1 Macrolocalización.**

“El estudio de la macrolocalización es la ubicación geográfica general, es decir donde se ubicará el proyecto para el desarrollo adecuado de las actividades de la organización, que corresponde a la especificación del país, la provincia y de la ciudad.” (Illapa, 2008; 95).

### **2.3.1.2 Microlocalización**

“El estudio de microlocalización corresponde al sitio donde se va a instalar la oficina o la empresa misma, esto es, el sector y el nombre de las calles donde se va a ubicar”. (Illapa, 2008; 96).

Teniendo en consideración a las diferentes alternativas de localización se debe tomar en cuenta diversos factores como:

- Costo y disponibilidad en el arrendamiento del local, este costo no debe ser muy alto, siempre tomando en cuenta las necesidades requeridas para el restaurante.
- Cercanía para los proveedores y los diferentes abastos de productos a necesitar.
- La mano de obra requerida, debe ser calificada en cuanto al manejo de maquinaria que se utilizará en el proyecto, además la mano de obra debe adaptarse rápidamente a las funciones de su trabajo diario.
- Facilidad en la eliminación de desechos y residuos de acuerdo a especificaciones ecológicas, ambientales y salud, sin peligro de contaminación.
- La infraestructura debe contar con las necesidades para la implantación del restaurante y debe ser asequible para adecuaciones necesarias.
- Gozar de servicios básicos como son agua, luz, alcantarillado, teléfono, pues de esto dependerá el aseo que es de suma importancia para el restaurante temático.



### **2.3.2 Determinación del tamaño óptimo de la planta.**

Según Baca (2008) el tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Para determinar el tamaño óptimo de la planta, se requiere conocer con mayor precisión tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso.

Es imposible desarrollar un método estandarizado para determinar de manera óptima la capacidad de una planta productiva, dada la complejidad del proceso y la enorme variedad de procesos productivos. Sin embargo, se intentara proporcionar una guía para realizar tal determinación.

Cuando se invierte en una nueva unidad productiva, debe observarse no sólo el aspecto técnico, sino también el aspecto de los negocios. El primer aspecto corresponde a la ingeniería, pero el segundo concierne a la manufactura, ya que en la empresa privada siempre se invierte para obtener una ganancia, por tanto, el primer punto importante a analizar es el tipo de manufactura que deberá emplearse para elaborar el producto bajo estudio.

Baca (2008) menciona que manufactura es la actividad de tomar insumos, como las materias primas, mano de obra, energía, etcétera, y convertirlos en productos. Un proceso de manufactura por proyectos se refiere al hecho de construir algún producto por única ocasión, o en dos o tres ocasiones.

Todo proceso productivo conlleva una tecnología que viene a ser la descripción detallada, paso a paso, de operaciones individuales, que, de llevarse a cabo, permiten la elaboración de un artículo con especificaciones precisas. Es decir se tiene que determinar y optimizar la capacidad de una planta, además de conocer al detalle la tecnología. Para así entrar a un proceso iterativo donde interviene los siguientes factores:

1. La cantidad que se desea producir, la cual depende de la demanda potencial y la disponibilidad de dinero. Además, determina en gran medida el proceso de manufactura.
2. La intensidad en el uso de la mano de obra que se quiera adoptar.
3. La cantidad de turnos de trabajo.

4. La optimización física de la distribución del equipo de producción dentro de la planta.
5. La capacidad individual de cada máquina que interviene en el proceso productivo y del llamado equipo clave, es decir aquel que requiere de la mayor inversión y que por lo tanto debe aprovechar el 100% de su capacidad.
6. La optimización de la mano de obra.

### **2.3.2.1 Factores Determinantes.**

Para determinar el tamaño del proyecto existen ciertos parámetros, entre los que tenemos: (Illapa, 2008; 100).

- Las ventas
- Capital
- Número de trabajadores.

En cuanto al factor de la ventas, si la empresa desea tener ventas grandes y es una meta estipulada para un cierto tiempo la empresa a implantarse debe ser grande, para así satisfacer las necesidades de los clientes y además cumplir con las metas trazadas, de igual manera si la empresa se ha puesto objetivos de ventas medianas o pequeñas igual será el tamaño de empresa a implantarse según las necesidades.

El capital debe estar estructurado de manera que si el capital es grande la empresa es grande y así de igual manera en cuanto a empresas medianas o pequeñas.

El tamaño de la empresa a implantarse tiene que ver con el número de empleados, es decir si existen muchos empleados la empresa es grande, y así para las medianas y pequeñas empresas.

### **2.3.3 Ingeniería del servicio**

“El estudio de la ingeniería debe abarcar cada uno de los aspectos relativos al proceso del servicio mismo a ofrecerse, equipos a emplearse, energía a utilizarse, mantenimiento,

reposición, arrendamiento, cálculo de las inversiones requeridas, etc., para facilitar las estimaciones necesarias de los costos del servicio”.(Illapa, 2008; 100).

En la ingeniería del proyecto y el servicio se debe tener en cuenta algunos factores como la instalación de la maquinaria, la instalación de los muebles para la optimización de su colocación y ubicación para poder distribuir el servicio y de qué forma funcionará el servicio.

Al igual debemos estudiar de qué forma es más rápido brindar el servicio para tener una distribución de maquinaria y equipos óptimos para el servicio a brindar para luego definir la estructura jurídica y organización del proyecto.

Se debe realizar estudios preliminares y definitivos para determinar qué es lo que el proyecto va a ofrecer y cuál será el respectivo proceso del producto y servicio a brindar.

### **2.3.3.1 Definición del servicio.**

“Desde el punto de vista económico, al servicio se lo define como a cualquier tarea o actividad para la cual haya una demanda y, por lo tanto, por un precio. En una economía competitiva este precio será determinado, como para los bienes, por la relación que se establezca en el mercado entre la oferta y la demanda existente.

Los servicios son llamados también bienes intangibles, porque ellos no son mercancías que pueden ser compradas, almacenadas, y luego revendidas, sino acciones que realizan personas y que deben ser consumidas en el momento y lugar de su producción, aunque muchas actividades de servicios implican el consumo simultáneo de otros bienes tangibles”. (Illapa, 2008; 101).

Este proyecto se encuentra en el sector de servicio alimenticio, es decir servir a los futuros comensales alimentos en un lugar tranquilo y confortable brindando alimentos ricos que se han elaborado con toda la seguridad del caso y lo más importante que serán elaborados con calidad e higiene.

“El proceso de producción o de servicio es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante

una determinada función de manufactura” (Baca, 2008; 101). En general este apartado se refiere al conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para desarrollar una determinada función. Existen técnicas que permiten el análisis del proceso de producción.

### 2.3.4 Técnicas de análisis del proceso de producción.

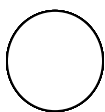
Para representar y analizar el proceso productivo, existen varios métodos; el empleo de cualquiera de ellos dependerá de los objetivos del estudio. Algunos son muy sencillos como el diagrama de bloques, y hay otros muy complejos, como el cursograma analítico.

Según Ortega (2006):

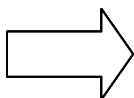
*Diagrama de bloques.* El método más sencillo para representar un proceso. Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierra en un rectángulo, cada rectángulo o bloque se coloca en forma continua y se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo.

*Diagrama de flujo del proceso:* Aunque el diagrama de bloques también es un diagrama de flujo, no posee tantos detalles e información como el diagrama de flujo del proceso, donde se usa una simbología aceptada internacionalmente, para representar las operaciones efectuadas.

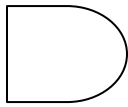
Dicha simbología es:



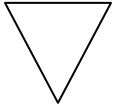
Operación. Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.



Transporte. Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.



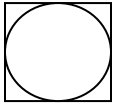
Demora. Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones, el propio proceso exige una demora.



Almacenamiento. Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.



Inspección. Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.



Operación combinada. Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Figura 2.4 Simbología de Diagrama de Flujo (Baca, 2008:103).

*Cursograma analítico.* Es una técnica más avanzada que las anteriores, pues representa una información más detallada del proceso, que incluye la actividad y el tiempo empleado, la distancia recorrida, el tipo de acción efectuada y un espacio para anotar observaciones.

### **2.3.5 Factores relevantes que determinan la adquisición de equipo y maquinaria.**

Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipo y maquinaria, se debe tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. A continuación se menciona toda la información que se tiene que recabar y la utilidad que esta tendrá en las diferentes etapas:

- a) Proveedor. Es útil para la presentación formal de las cotizaciones.
- b) Precio. Se utiliza en el cálculo de la inversión inicial.
- c) Dimensiones. Dato que se usa al determinar la distribución de la planta.
- d) Capacidad. De éste aspecto depende el número de máquinas que se adquiera.

- e) Flexibilidad. Esta característica se refiere a que algunos equipos son capaces de realizar operaciones y procesos unitarios en ciertos rangos y provocan en el material cambios físicos, químicos, o mecánicos en distintos niveles.
- f) Mano de obra necesaria. es útil al calcular el costo de la mano de obra directa y el nivel de capacitación que se requiere en ésta.
- g) Costo de mantenimiento. Se emplea para calcular el costo anual del mantenimiento.
- h) Consumo de energía eléctrica, otro tipo de energía o ambas.
- i) Infraestructura necesaria. Se refiere a que algunos equipos requieren alguna infraestructura especial.
- j) Equipos auxiliares. Hay maquinas que requieren aire a presión, agua fría o caliente, y proporcionar estos equipos adicionales es algo que queda fuera del precio principal.
- k) Costo de fletes y de seguros. Debe verificarse si se incluye en el precio.

### **2.3.6 Diseño y distribución.**

El diseño y la distribución se refieren a la planta y a su distribución física dentro del local buscando siempre la optimización del espacio.

#### **2.3.6.1 Distribución de la planta.**

Una buena distribución de la planta proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son:

- Integración total. Consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.

- Mínima distancia de recorrido. Al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
- Utilización del espacio cúbico. Aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
- Seguridad y bienestar para el trabajador. Éste debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución.
- Flexibilidad. Se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario. (Baca, 2008; 107).

#### **2.3.6.2 Tipos de distribución y sus características.**

Cualquiera que sea la manera en que esté hecha una distribución de la planta, afecta el manejo de los materiales, la utilización del equipo, los niveles de inventario, la productividad de los trabajadores e inclusive la comunidad de grupo y la moral de los empleados. La distribución está determinada por:

El tipo de producto, sea un bien o servicio, el diseño del producto y los estándares de calidad.

El tipo de proceso productivo, tecnología empleada y materiales que se requieren.

El volumen de producción, tipo continuo y alto volumen producido o intermitente y bajo volumen de producción.

#### **2.3.6.3 Tipos básicos de distribución.**

- Distribución por proceso. Agrupa a las personas y el equipo que realiza funciones similares. Hacen trabajos rutinarios en bajos volúmenes de producción.

- Distribución por producto. Agrupa a los trabajadores y el equipo de acuerdo con su secuencia de operaciones realizadas sobre el producto o usuario. el trabajo es continuo y se guía por instrucciones estandarizadas.
- Distribución por componente fijo. La mano de obra, los materiales y el equipo acuden al sitio de trabajo, como en la construcción de un edificio o un barco.

## 2.4 Estudio Administrativo.

Este estudio es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales.

Por lo que el estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, laborales, ecológicos, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación. (López, M., Aceres, J., et.al, 2008; 2).

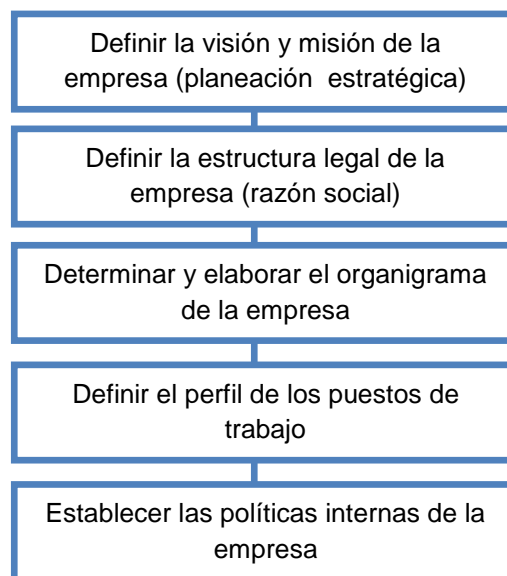


Figura 2.5: Estructura del estudio administrativo (Illapa, 2008; 150)



### 2.4.1 Planeación estratégica.

La planeación estratégica debe identificar hacia dónde desea la empresa desplazarse en su crecimiento, tomando en cuenta las tendencias tanto del mercado, como las económicas y sociales. Una vez definida la planeación estratégica es necesario conocer de qué manera alcanzará esa visión por lo que deberá preguntarse y responderse ¿quién lo hará?, ¿cuándo se llevará a cabo?, ¿cómo se realizará?, ¿dónde se implementará?, y para lograr esto se recomienda aplicar los componentes de la planeación como son:

“La misión es una declaración duradera de propósitos que distingue a una empresa de otra similar, es decir el compendio de la razón de ser de la empresa, es también un factor importante para determinar objetivos y formular estrategias”. (Illapa, 2008;151).

“La visión es un conjunto de ideas generales que provee el margen de referencias de lo que es la empresa y quiere ser en el futuro, señala el rumbo, la dirección, es la cadena o lazo que une en la empresa el presente y el futuro”. (Illapa, 2008; 151).

Al implantar e identificada la visión y misión, es necesario establecer guías cualitativas que lleven al logro de los resultados, surgiendo así los objetivos.

Las políticas definen el área de trabajo para tomar decisiones, pero no dan la decisión; dan lineamientos. Generalmente toda política es establecida por el dueño de cada empresa. Puedan ser internas, externas, originadas y jerárquicas.

Las estrategias denotan un programa general de acción y un despliegue de esfuerzos y recursos hacia el logro de objetivos generales. Es el plan básico que se traza para alcanzar los objetivos organizacionales y ejecutar así su misión.

Los valores representan las convicciones filosóficas de los administradores que dirigen a la empresa hacia objetivos y planes para lograr el éxito.

Análisis FODA: Es una herramienta útil para ver los pasos y acciones futuras de una empresa. Esta se logra, mediante el estudio del desempeño presente, del interior de la empresa y del entorno empresarial, marca posibles evoluciones exitosas de la

organización y permite que el nivel gerencia de la empresa reflexione sobre ella y conozca mejor la organización a la que pertenece.

### **2.4.2 Estructura.**

Para poder abordar este aspecto es necesario retomar que tipo de sociedad mercantil, será la empresa en este caso el restaurante temático; es por ello que “las sociedades mercantiles son aquellas que se crean en virtud de un contrato, donde un grupo de sujetos estipula la creación de una persona moral independiente de ellos, con todos los atributos de personalidad como son: nombre, domicilio, duración, objeto, nacionalidad y patrimonio” (Ortega, 2006; 43).

La ley general de sociedad mercantiles reconoce como sociedad mercantiles a:

- Sociedad anónima
- Sociedad cooperativa
- Sociedad en Nombre colectivo
- Sociedad en comandita simple
- Sociedad en responsabilidad limitada

Sociedad anónima: es la existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus aportaciones. Su denominación se formará libremente pero será distinta de la de cualquier otra sociedad de las palabras “sociedad anónima” o “S.A”.

Sociedad cooperativa: es aquella que está integrada por personas de la clase trabajadora, que aportan a la sociedad su trabajo personal cuando se trate de cooperativas de productores o se aprovisionen a través de ella, o se utilicen los servicios que ésta distribuye y que exista un número de socios no menor de 10 y un capital variable.

Sociedad en nombre colectivo: es aquella que existe bajo una razón social en la que todos responden de forma subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales.

Sociedad en comandita simple: es la que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios comanditos que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales y de uno o varios comanditos que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.

Sociedad de responsabilidad limitada: es la que se construye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables a la orden al portador, pues solo se cederán en los casos y requisitos que establezca la ley.

### **2.4.3 Estructura organizacional.**

En primera instancia el organigrama consiste en recuadros que representan los puestos en una organización y los niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y responsabilidad; es decir, muestra solamente la estructura del cuerpo administrativo de la empresa.

Por otro lado Illapa (2008) menciona que “la estructura organizacional se presenta a través de organigramas que, son la representación de la estructura orgánica de cómo funciona la empresa y cada una de las áreas, en donde se muestran la relaciones que se guardan entre si los órganos que lo componen”.

Los organigramas se establecerán de forma lineal, es decir que la autoridad y la responsabilidad es de arriba hacia abajo y el nivel de jerarquía será de la misma manera.

#### **2.4.3.1 Tipos de organigramas.**

La organización de la empresa se da por varios organigramas ya sean estas funcionales, posicionales y de manera general. Estos organigramas son la estructura como está organizada y distribuida la empresa.

#### **2.4.3.1.1 Organigramas: Estructural, Funcional, Posicional.**

Estos organigramas que se presentan en la estructura organizacional proporcionan la información siguiente:

- Cómo está integrada la empresa.
- Imagen formal de la estructura de la empresa.
- Jerarquía existente en la empresa.

#### **2.4.3.1.2 Organigrama Estructural.**

“Este tipo de organigrama contiene información representativa de la organización hasta determinado nivel jerárquico, dependiendo de su magnitud y de las características que la empresa presente”. (Illapa, 2008; 137)

#### **2.4.3.1.3. Organigrama Funcional.**

“El organigrama funcional incluye en el diagrama de organización, además de las unidades y su interrelación las principales funciones que tienen asignadas las unidades incluidas en el gráfico”. (Illapa, 2008; 138).

#### **2.4.3.1.4 Organigrama Posicional.**

La composición que tiene el Recurso humano dentro de la empresa. Una vez que se tiene un organigrama se deben definir los puestos ya que ello muestra claridad a la administración del proyecto, pues son las personas las que deberán ejecutar el trabajo para lograr los objetivos empresariales. (Illapa, 2008; 138).

#### **2.4.4 Establecer las Políticas Internas de la Empresa.**

“Son las directrices generales para la toma de decisiones. Establecen los límites de las decisiones especificando aquellas que pueden tomarse y excluyendo las que no se permiten, de este modo se canaliza el pensamiento de los miembros de una empresa para que sea compatible con los objetivos de la misma”. (Illapa, 2008; 133)

#### **2.4.5 Perfil de los Puestos de Trabajo.**

Los perfiles para los puestos tienen mucho que ver con el estudio que hicieron y la experiencia, en algunos casos no es de gran importancia mucho la experiencia, puesto que si las personas que decidirán trabajar el proyecto a implantarse se comprometen a dar lo mejor de ellos se dará como persona idónea para los puestos requeridos. Para ello tenemos algunos factores que revisar como es la educación, la experiencia, la supervisión ejercida, las relaciones personales y cualidades exigibles, todos estos factores se tomará en cuenta para las diferentes funciones y sus perfiles requeridos.

##### **2.4.5.1 Elaboración del análisis de puestos.**

“Es un método cuya finalidad estriba en determinar las actividades que se realizaran en el mismo y los requisitos (conocimientos, experiencias, habilidades, etcetera.) que debe satisfacer la persona que va desempeñarlo con éxito y las condiciones ambientales que privan en el sistema donde se encuentra enclavado” (Ortega, 2006;41)

El análisis de puestos permitirá definir los requerimientos de capacidad y experiencia necesarios para desempeñar eficientemente el trabajo.

Métodos de análisis de puestos.

Método de cuestionario.

Método de entrevista.

Método de observación directa.

Método mixto.

Método de informes sucesivos.

La descripción y análisis de puestos es una plataforma que sirve como punto de partida a varias actividades básicas de la administración de personal. Es base fundamental de la selección de personal. Es aplicable para todo lo que implique el estudio del trabajo.

### 2.5 Estudio Financiero

Según Baca (2008), la parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costos total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

Además de aportar la información necesaria para estimar la rentabilidad de los recursos que se utilizaran. El pilar fundamental del estudio financiero está contemplado en la información que proporcionan los estudios financieros de la empresa como son el balance general y el estado de resultados.

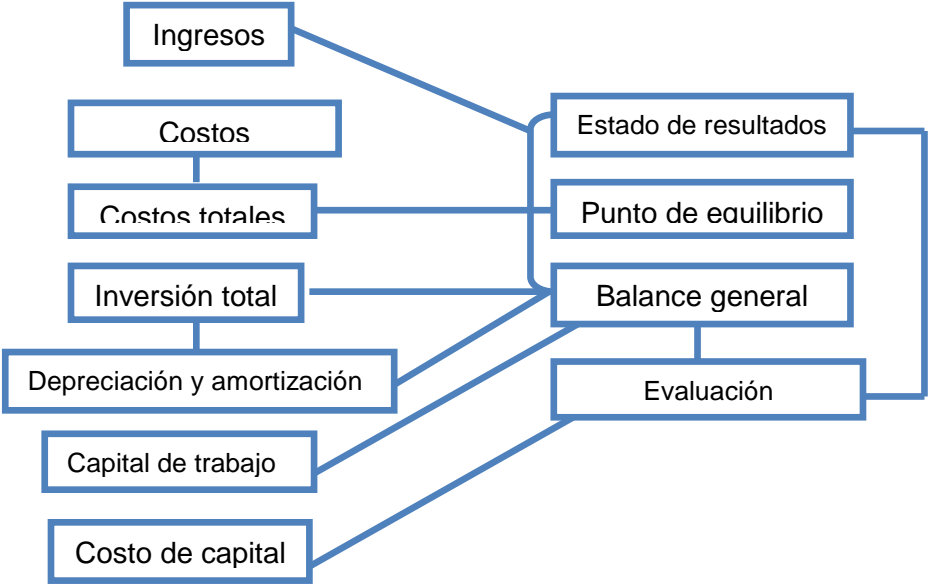


Figura 2.6: Estructura del estudio financiero (Baca, 2008:160)

### 2.5.1 Determinación de los costos

Para abordar este estudio es necesario mencionar un factor determinante; el **costo** es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual. Así mismo a los costos o desembolsos hechos en el presente (tiempo cero) en una evaluación económica se les llama inversión, en un estado de resultados, proforma o proyectado en una evaluación, se utilizaran los costos futuros, y el llamado costos de oportunidad sería un buen ejemplo de costo virtual, así como también lo es el hecho de asentar cargos por depreciación en un estado de resultados, sin que en realidad se haga un desembolso.

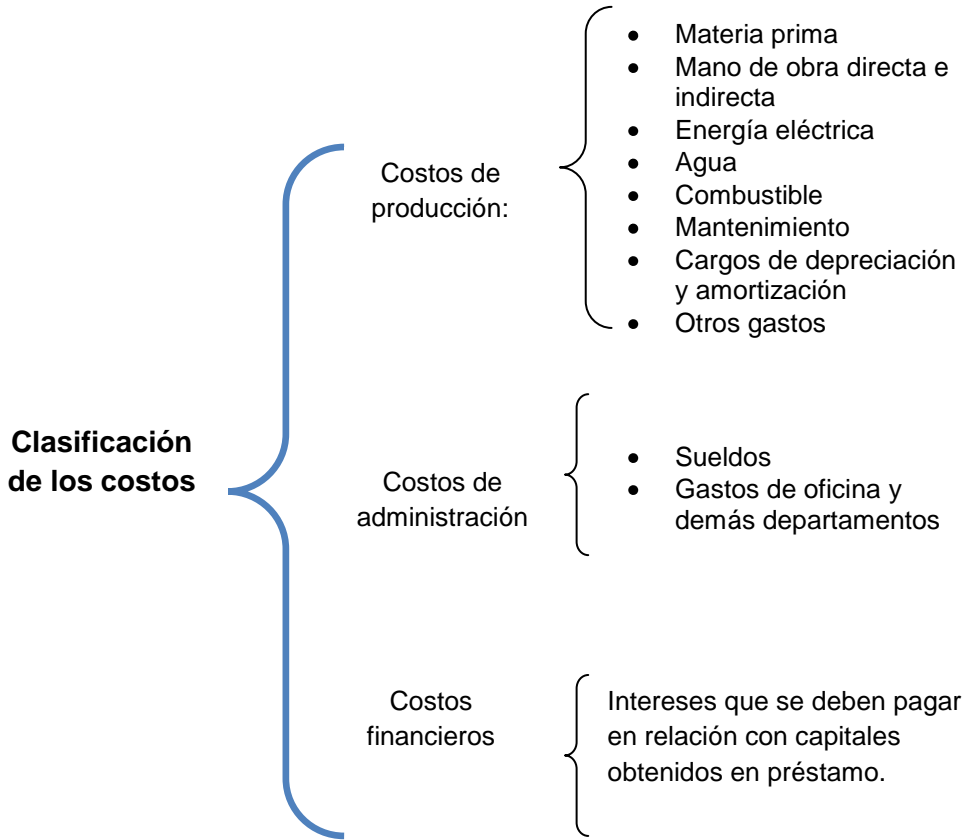


Figura 2.6.1 Clasificación de los costos. Elaboración propia.

### 2.5.2 Inversión total inicial.

Por otro lado la **inversión inicial** comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. (Baca, 2006:165).

La inversión inicial antes de la puesta en marcha pueden agruparse en: capital de trabajo, activos fijos y gastos preoperativos. (González, et.al 2008:03).

- Capital de trabajo: Es el dinero que se requiere para comenzar a producir. La inversión en capital de trabajo es una inversión en activos corrientes: efectivo inicial, inventario, cuentas por cobrar e inventario, que permita operar durante un ciclo productivo, dicha inversión debe garantizar la disponibilidad de recursos para la compra de materia prima y para cubrir costos de operación durante el tiempo requerido para la recuperación del efectivo (Ciclo de efectivo: Producir-vender-recuperar cartera), de modo que se puedan invertir nuevamente.

El efectivo inicial requerido puede determinarse a través del estudio de mercado, identificando como pagan los clientes, como cobran los proveedores, y estableciendo las ventas mensuales esperadas.

- Activos fijos: consta de la inversión en activos como: maquinaria y equipo, muebles, vehículos, edificios y terrenos, etc.
- Gastos preoperativos: estas inversiones son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, de los cuales, los principales rubros son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, las capacitaciones y los imprevistos.

El termino **depreciación** tiene la misma connotación que amortización; pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes vale menos; es decir, se deprecian; en cambio, la **amortización** sólo se aplica a los activos diferidos, o intangibles;



por lo que con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

### 2.5.3 Punto de Equilibrio.

Según Baca (2008), el análisis del punto el equilibrio “es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios”.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

Las relacione que existen entre la magnitud de los desembolsos de la inversión y del volumen que se requiere para lograr la rentabilidad se conocen como análisis de punto de equilibrio o planeación de utilidades.

Para el cálculo del punto de equilibrio en forma grafica y matemática se utiliza la siguiente formula. (Douglas, et al. 2000:45).

$$\text{Punto de equilibrio (unidades)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta} - \text{costo variable unitario}}$$

$$\text{Punto de equilibrio (monto)} = \frac{\frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Costo variable unitario}}}{1} \times \text{Precio de venta}$$

## **2.5.4 Estados Financieros.**

### **2.5.4.1 Balance General ó Estado Situación Financiera.**

“El balance general es un estado financiero que refleja el estado de una empresa en una fecha específica. Es una foto de la compañía en esa fecha, el balance será diferente para otra fecha. Este estado financiero es estático y no garantiza una visualización de cómo será el futuro”. (González, et.al 2008:03).

“El activo, para una empresa, significa cualquier partencia material o inmaterial. Pasivo, significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros. Capital, significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedad de los accionistas o propietarios directos de la empresa”. (Baca, 2008:180).

$$\text{ACTIVOS} = \text{PASIVOS} + \text{Capital Contable}$$

Los balances generales tienen como objetivo principal determinar anualmente cuál se considera que es el valor real de la empresa en ese momento. Un balance general en la práctica es un aspecto contable muy dinámico, y, por ende, muy difícil de realizar adecuadamente, sobre todo si se tiene en cuenta los altos índices de inflación que cada año padece el país.

### **2.5.4.2 Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados.**

La finalidad del estado de resultados es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta

y los impuestos que deba pagar. Es decir, muestra la situación de la empresa en términos de ingresos y egresos durante un periodo definido.

La presentación del estado de resultados se le llama pro-forma porque esto significa proyectado, lo que en realidad hace el evaluador: proyectar normalmente a cinco años los estados económicos que supone tendrá la empresa.

A continuación se describen los elementos el estado de resultados: (González, et.al 2008:03).

**Ingresos:** Los ingresos de un negocio provienen de las ventas estas pueden agruparse en: nacionales, internacionales, crédito y contado.

Las ventas nacionales e internacionales se separan porque generalmente requieren nacionalizar las monedas (pueden venir en Euros o Dólares), por lo tanto se requieren cuantas diferentes.

Las ventas de crédito y contado se separan para llevar recorridos de las carteras.

**Egresos:** Los egresos deben diferenciarse en costos y gastos. Los *costos* se refieren a un desembolso de dinero del que se espera obtener un beneficio, el *gastos* es un desembolso cuyo beneficio ya se obtuvo. Según el destino de los egresos también pueden clasificarse en:

**1. Costo de la mercancía vendida.** Incluye todos los costos que están involucrados en la producción. Está conformada por mano de obra directa y Materiales directos y costos indirectos de fabricación.

**2. Gastos de administración y ventas:** no están directamente relacionados con la producción, tienen que ver con la administración del negocio: ventas, secretarías, papelería, salarios de gerentes, etc.

**3. Gastos de depreciación:** es un gasto que permite el gobierno que genera un beneficio tributario y se justifica en el desgaste de los activos fijos despreciables. Realmente no

representa un desembolso de dinero. Con este gasto se disminuye el monto de los impuestos lo que le permite a la empresa ahorrar para reponer el activo después de que se ha desgastado, el problema es que normalmente este ahorro no se hace y se gasta el dinero en otras actividades.

**4. Gastos de amortización de diferidos:** se refiere a desembolsos que no constituyen ni capital de trabajo, ni activos fijos, pero son indispensables para arrancar con el negocio; por ejemplo gastos de investigación, gastos de arranque, adecuaciones, etc. El gobierno permite “recuperar” un beneficio por estas inversiones con la amortización, así estos gastos no se cargan todos al periodo en que se causan, sino que se van amortizando en un periodo de tiempo mínimo 5 años dependiendo de la duración del proyecto. Así el costo de la inversión se divide en el número de años a amortizar y se carga cada año a los costos del periodo, obteniendo una reducción en el monto de los impuestos.

**5. Gastos financieros:** se refieren a los intereses de la financiación. Este es un elemento clave en la evolución del proyecto y de la gerencia. Estos gastos dependen de las decisiones que tome la administración: cuanto y como financiar, a veces las pérdidas en los negocios no son propias de la operación del mismo sino de la financiación. “algunos negocios son muy buenos pero se financian mal”.

**6. Impuestos:** corresponden al desembolso por pago de impuestos, este monto se calcula sobre la *utilidad antes de impuestos*.

### **2.5.5 Métodos de evaluación.**

Según Ortega (2006); el estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto; se sabe que el dinero disminuye su valor con el paso del tiempo, a una tasa aproximada igual al nivel de inflación vigente, por lo que el método de análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio para determinar la rentabilidad económica del proyecto.

### 2.5.5.1 Valor presente neto (VPN).

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. “Es una medida del beneficio que rinde un proyecto de inversión a través de toda su vida útil; es un monto de dinero equivalente a la suma de flujos de efectivo netos que generará el proyecto futuro”. (Baca, 2008; 216).

Formula:

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{FNE}{(1+i)^n} - \left[ IIN - \left[ \frac{VS}{(1+i)^n} \right] \right]$$

Al sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivalente a comparar todas la ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero.

### 2.5.5.2 Tasa interna de rendimiento (TIR).

Según Baca (2008), la TIR es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio. La TIR obtenida se puede comparar para fines de aprobación y para la toma de decisiones con:

- El costo de financiamiento real o con tasa promedio de rentabilidad de otros proyectos similares dentro del sector, cuando los flujos se encuentran en términos reales.
- El costos del financiamiento nominal, cuando los flujos se encuentran en términos nominales, o cuando no están incluidos en los flujos los costos del financiamiento.

El cálculo de la TIR y las conclusiones que derivan, pueden verse modificadas si se tiene interés en análisis como afectan posibles cambios.

- Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero.
- Es la tasa que iguala la suma en los flujos descontados a la inversión inicial.

Fórmula:

$$TIR = VPN = \sum_{t=1}^n \frac{FNE}{(1+i)^n} - \left[ IIN - \left[ \frac{VS}{(1+i)^n} \right] \right] = 0$$

#### **2.5.5.2.1 Tasa interna de rendimiento modificada (TIRM).**

De acuerdo con Douglas, et al. (2000), la TIRM es aquella tasa que hace que el valor actual de las inversiones sea igual al valor actual de los flujos de efectivo del proyecto, cuando éstos se ha reinventado en el mercado financiero.

Fórmula:

$$IIN - \left[ \frac{VS}{(1+i)^n} \right] = \sum_{t=1}^n \frac{FNE(1+i)^{ht-n}}{(1+TIRM)^n}$$

#### **2.5.5.3 Tiempo o periodo de recuperación de la inversión (TRDI).**

“Se define como el tiempo en el cual los beneficios o las utilidades futuras del proyecto cubren el monto de inversión (generalmente medido en año). Además de un criterio de rentabilidad, es un criterio de liquidez y puede ser importante en casos de cierta inestabilidad económica o por motivos muy específicos”. (Douglas et al., 2000:82).

Existen dos formas de calcular el tiempo o periodo de recuperación.

Tiempo de recuperación simple: es el tiempo que se necesita para poder recuperar el dinero que se invirtió inicialmente en un negocio o proyecto. Considera los flujos de efectivo sin tomar en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

Tiempo de recuperación ajustado: (este debe ser usado al evaluar el proyecto) es el tiempo que se requiere para recuperar el valor presente del dinero que se invirtió inicialmente en un negocio o proyecto.

#### **2.5.5.4. Índice de rentabilidad o rendimiento (IR).**

“El índice de rentabilidad de un proyecto es igual al valor presente de los flujos de efectivo futuros dividido entre la inversión inicial.” (Douglas, et al. 2000; 83).

$$IRR = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{FNE}{(1+i)^t}}{IIN - \left[ \frac{VS}{(1+i)^n} \right]}$$

Fórmula:

#### **2.5.5.5 Valor actual neto (VAN).**

“Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto ingresos menos egresos considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinada previamente”. (Douglas, et al. 2000; 90).

#### **2.5.6 Razones Financieras.**

Según Baca (2008), existen técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y que propiamente no están relacionadas en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa.

En forma general se analizan y evalúan los estados financieros con métodos verticales, horizontales, históricos y proyectados con razones a corto plazo con comparaciones y

tendencias tanto absolutas como relativas, utilizando además, para los pro-forma, el puntos de equilibrio.

Existen cuatro tipos de básicos de razones son: (Baca, 2008; 224-227).

**1.- Razones de Liquidez**, que miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones (pagos) a corto plazo. Entre ellas figuran:

a) Tasa Circulante: se obtiene dividiendo los activos circulantes sobre los pasivos circulantes. Los activos circulantes incluyen efectivo, acciones vendibles, cuentas por cobrar e inventarios; los pasivos circulantes incluyen cuentas por pagar a corto plazo, vencimientos a corto plazo de deudas a largo plazo, así como impuestos y salarios retenidos.

b) Prueba del ácido: se calcula restando los inventarios a los activos circulantes y dividiendo el resto entre los pasivos circulantes. Esta razón mide la capacidad de una empresa para pagar las obligaciones a corto plazo sin recurrir a la venta de inventarios. Se considera que 1 es un buen valor para la prueba del ácido.

**2. Tasas de apalancamiento**, miden el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda. Están incluidas:

a) Razón de deuda total a activo total: mide el porcentaje total de fondos provenientes de instituciones de crédito. La deuda incluye los pasivos circulantes.

b) Número de veces que se gana el interés. Se obtienen dividiendo las ganancias del pago de interés e impuestos. Mide el grado en que pueden disminuir las ganancias sin provocar un problema financiero a la empresa al grado de no cubrir los gastos anuales de interés.

### **3. Tasas de actividad.**

Este tipo de tasa no se deben aplicar en la evaluación de un proyecto, como su nombre lo indica mide la efectividad de la actividad empresarial y cuando se realiza el estudio no existe tal actividad. La primera tasa de rotación de inventarios se obtiene dividiendo las ventas sobre los inventarios.



a) Periodo promedio de recolección. Es la longitud promedio de tiempo que la empresa debe esperar después de hacer una venta antes de recibir el pago de efectivo. Un valor para esta tasa es de 45 días.

b) Rotación de activo total. Es la tasa que mide la actividad final de la rotación de todos los activos de la empresa. Un valor aceptado para esta tasa es de 2.0.

#### **4. Tasas de rentabilidad.**

La rentabilidad es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones. En realidad, las tasas de este tipo revelan que tan efectivamente se administra la empresa.

a) Tasa de margen de beneficios sobre ventas. Se calculan dividiendo el ingreso neto después de impuestos sobre las ventas. En realidad, tanto el ingreso neto son una corriente de flujos de efectivo a lo largo de un periodo de un año.

b) Rendimiento sobre activos totales. Se obtiene dividiendo la utilidad meta libre de impuestos entre los activos totales.

c) Tasa de rendimiento sobre el valor neto de la empresa. Es la tasa que mide el rendimiento sobre la inversión de los accionistas, llamada valor neto o capital.

#### **2.6 Estudio Impacto Ambiental.**

La cuestión ambiental se ha transformado en un eje transversal en los niveles de planificación y ejecución de proyectos de diferentes magnitudes y objetivos. Dado que todo proyecto genera cambios irreversibles en el ambiente cercano, se hace necesario un estudio de impacto ambiental que permita medir los impactos de la obra con anterioridad a su ejecución.

“El estudio de impacto ambiental es un documento técnico de carácter interdisciplinar que está destinado a predecir, identificar, valorar y considerar medidas preventivas o corregir las consecuencias de los efectos ambientales que determinadas acciones pueden causar sobre la calidad de vida del ser humana y su entorno. Su finalidad es que la autoridad de

aplicación tome decisiones respecto a la conveniencia ambiental y social de la generación de nuevos proyectos en un determinado ámbito geográfico”. (Daniel, 2008; 125).

El estudio del impacto ambiental debe dar una idea de la magnitud del impacto por medio de análisis, estudios, etcétera, que permitan identificar, predecir, interpretar, prevenir, valorar y comunicar el impacto que la realización de un proyecto acarreará sobre su entorno.

Los objetivos de un estudio del Impacto ambiental son:

- 1.- detectar, identificar y evaluar los impactos ambientales de un proyecto determinado.
- 2.- proponer las medidas necesarias para remediar o mitigar los posibles efectos negativos del anteproyecto;
- 3.- recomendar la implementación de acciones que permiten optimizar los impactos positivos.

Para poder llevar a cabo un estudio del impacto ambiental la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente que ofrece a las empresas la oportunidad de mejorar sus operaciones y procesos productivos, mediante su participación en programas voluntarios que fomentan el cumplimiento de la legislación ambiental vigente y un alto desempeño ambiental y pone a su disposición el Programa Nacional de Auditoría Ambiental. (Página web [www.profepa.gob.mx](http://www.profepa.gob.mx)).

### **2.6.1 Programa Nacional de Auditoría Ambiental.**

“Es un sistema de apoyo, estímulo y reconocimiento para todas las organizaciones, ya sean empresas, instituciones públicas o privadas, municipios, parques industriales, etcétera, que de manera voluntaria se someten a un esquema de revisión, y convienen con la autoridad la ejecución de planes de acción que le permitan corregir deficiencias, mejorar su desempeño ambiental, así como disminuir sus impactos y riesgos en los ecosistemas” (Ortega, 2006:199).

### **2.6.1.1 Objetivos del Programa Nacional de Auditoría Ambiental.**

El Programa Nacional de Auditoría Ambiental (PNAA) tiene por objetivo promover la adopción e implantación de medidas de prevención, reducción y mitigación de riesgos e impactos ambientales, en las actividades humanas que por su naturaleza, modifican el medio ambiente.

### **2.6.1.2 Auditoria Ambiental.**

De acuerdo con Ortega (2006), la auditoría ambiental, también llamada ecoauditoria, es el proceso de evaluación periódica y sistemática de aquellas acciones realizadas por las empresas que pueden producir impacto sobre el medio ambiente.

Se trata de un instrumento de gestión utilizado por las empresas que tiene los siguientes objetivos principales:

- 1.- Conocimiento de la situación de la empresa y de los efectos que tiene la actividad que desarrolla, sobre el ambiente.
- 2.-Identificar las soluciones técnicas y económicamente viables que permitan la adecuación a la normativa vigente.
- 3.-Establecer las medidas correctoras pertinentes.
- 4.- Evitar soluciones penales y aumentar la rentabilidad económico-financiera.

Es un examen metodológico de los procesos operativos de determinadas industrias, lo cual involucra el análisis, las pruebas y la conformidad de procedimientos y prácticas que llevan a la verificación del cumplimiento de los requerimientos legales, políticas internas y prácticas aceptadas, como un enfoque de control, que además permita determinar la aplicación de las medidas preventivas y/o correctivas.

### **2.6.3 Normas oficiales mexicanas en materia ambiental.**

Las autorías ayudan a dar un informe general de los objetivos, los alcances, los desarrollos, y conclusiones sobre un proceso auditado, sin embargo existen “normas

oficiales en materia ambiental para garantizar la sustentabilidad de las actividades económicas, la Secretaría emitirá normas oficiales mexicanas en materia ambiental y para el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales que tengan por objeto”: (Ortega, 2006:206).

- 1.- Establecer los requisitos, las especificaciones, las condiciones, los procedimientos, las metas, los parámetros y los límites permisibles que deberían observarse en regiones, zonas, cuencas o ecosistemas, en aprovechamiento de recursos naturales, en el desarrollo de actividades económicas, en el uso y destino de bienes, en insumos y en procesos.
- 2.- Considerar las condiciones necesarias para el bienestar de la población y la preservación o restauración de los recursos naturales y la protección al ambiente.
- 3.- Estimular o inducir a los agentes económicos para reorientar sus procesos y tecnologías a la protección del ambiente y al desarrollo sustentable.
- 4.- Otorgar certidumbre a largo plazo a la inversión e inducir a los agentes económicos a asumir los costos de la afectación ambiental que ocasionen.
- 5.- Fomentar actividades productivas en un marco de eficiencia y sustentabilidad.

### **2.6.3.1. Normas ISO 14000 sistemas de administración ambiental.**

Un enfoque modelo de la gestión ambiental sugiere introducir en la evaluación de proyectos las normas ISO 14000, las cuales consisten en una serie de procedimientos asociados a dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionará la inversión, asociada a los menores costos futuros de la eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente.

“El ISO 14000 es una acreditación con reconocimiento y validez a nivel internacional, enfocada al establecimiento de un sistema de gestión y de políticas ambientales dentro de una empresa u organización, de manera que se analice, planee, implemente, mida y mejore de manera continua el desempeño ambiental”. (Página web [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)).

Algunos de sus beneficios son:

- Incremento de la eficiencia en el uso de energía y materias primas
- Mejora las posibilidades de cumplir con las regulaciones ambientales
- Establece un sistema confiable y autónomo en la empresa
- Mejora la imagen Pública
- Es reconocida internacionalmente y muchos de sus requisitos son base para obtener certificaciones en países extranjeros, de manera que si consigues la certificación ISO, ya tienes medio camino de ventaja.

Los requisitos del sistema de gestión se encuentran en la norma ISO 14000, que es aplicable a todo tipo y tamaño de organizaciones.

Los pasos principales para lograr una gestión ambiental certificada son:

- Establecer una política, fijar objetivos y metas, desarrollar programas ambientales.
- Detectar los aspectos ambientales e identificar los impactos significativos.
- Documentar los procesos y definir los registros necesarios.
- Evaluar el sistema a través de auditorías internas.
- Implementar acciones correctivas y preventivas – ciclo de mejoras.
- Auditoría de certificación a través de un organismo acreditado

Obtención del certificado ISO 14000.

Auditorías de mantenimiento, asegurando la continuidad del correcto funcionamiento del sistema de gestión ambiental a través de auditorías internas y externas.

## MARCO CONTEXTUAL

### CAPÍTULO III

Para la finalidad de este trabajo de investigación es importante señalar el lugar en el cual se llevo a cabo la investigación de campo; en el estado Hidalgo se encuentra el municipio de Huasca de Ocampo y para ser más específico, esta investigación fue realizada en el Parque Bosque de las Truchas.

#### **3.1 Nombre del lugar y toponimia.**

El nombre de este municipio deriva del náhuatl Huascaloyam, que significa "lugar de pájaros, agua, vegetación y alegría", adoptando el "de Ocampo" en honor del célebre político Melchor Ocampo, quien, durante una corta temporada, vivió en este lugar, luego de abandonar la ciudad de México a causa de las políticas represoras impuestas por el entonces presidente Antonio López de Santa Anna, a principios de la segunda mitad del siglo XIX.

Huasca de Ocampo es un pueblo que todavía guarda el sabor característico de la provincia mexicana; sus casas, construidas con cantera blanca y con techos rojos a dos aguas, son propias de las zonas mineras y de los lugares en donde llueve todo el año.

#### **3.2 Reseña histórica.**

Todo lugar tiene un origen que lo identifica; esa identificación surge con los acontecimientos históricos; en donde se marcan las etapas de la historia y que ahora se reflejan en el presente. Es por eso, que en este apartado se mencionan datos sobresalientes de la historia del municipio de Huasca de Ocampo.

De acuerdo a la Enciclopedia de los Municipios de México: Estado de Hidalgo, del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de Hidalgo (2005); la importancia de Huascaloya, se advierte hasta el siglo XVIII, y su existencia puede destacarse en los primeros años del virreinato. El documento más ilustrativo sobre la población, está fechado en el año de 1591, en donde se hace alusión a su importancia como República de Indios teniendo como sujetos a diversos poblados, entre ellos los de San Sebastián y San Bartolomé a los que se hace referencia en el expediente.

Todo parece indicar que Diego de Paz, primer encomendero de Atotonilco el Grande, extendió sus dominios hacia las zonas de Acatlán y Huascazaloya hacia 1558. A lo largo del siglo XVII, la extensa encomienda se fue fraccionando, al dar paso a un nuevo sistema de trabajo agrícola; la hacienda que optimizó las tierras cultivables, bajo una organización diferente a la practicada en la centuria anterior, de modo que Huasca continuó bajo el régimen autónomo de la República de Indios.

El periodo inicial del siglo XIX, es el comienzo de la decadencia del Imperio de Regla que desde la muerte del Conde en 1781, se vino abajo por falta de una adecuada administración. Para 1810, las minas de Pachuca y Real del Monte habían disminuido su producción en casi un ochenta por ciento, de modo que, casi de las tres cuartas partes de las extensas propiedades incluidas en el mayorazgo, se rentaron en grandes bloques y bajo una gran variedad de arreglos.

La necesidad de construir haciendas para el beneficio de la plata, a partir de la bonanza de la Veta de Vizcaína, declarada en los primeros años de la segunda mitad del siglo XVIII, obligó a su propietario Don Pedro de Romero de Terreros a buscar un sitio para su edificación, ya que la sinuosidad de Real del Monte era un obstáculo insalvable en razón de requerirse extensiones planas para practicar el llamado sistema de patio, inventado por Bartolomé en Pachuca en el año de 1555.

Romero de Terreros, comerciante convertido en minero, quien alcanzaría el título de Conde de Regla, decidió llevar al cabo el proyecto en la vecina población de Huascazaloya, donde además de contar con los terrenos aptos, se gozaba de clima y paisaje inigualables, de modo que entre 1760 y 1762, construye las haciendas de Santa María, San Francisco Javier, San Miguel y San Antonio todas de Regla, donde se beneficiaba el oro y la plata; con lo que se propicia el gran desarrollo de la región ya que dio ocupación a cientos de trabajadores en primer término para construirlas y enseguida para operarlas en toda su capacidad. Es así que huasca de Ocampo, nace como distrito el 16 de enero de 1869 y como municipio en 1870. (Página web <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/hidalgo/municipios/13024a.htm>)

### 3.3 Glifo

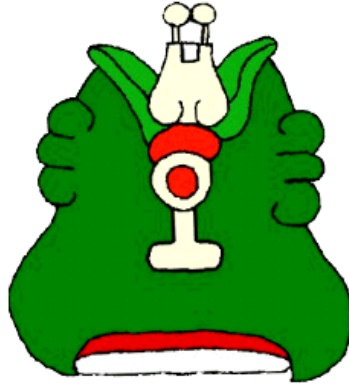


Imagen 13: GLIFO HUASCA DE OCAMPO  
Fuente:<http://www.inafed.gob.mx/work/templates/enciclo/hidalgo/municipios/13024a.htm>

### 3.4 Datos generales.

A continuación se mencionará información general que representa al municipio de Huasca de Ocampo.

#### 3.4.1 Hidrología.

En lo que respecta a la hidrografía del municipio, Huasca de Ocampo está posicionada en la región del río Panuco y en la cuenca del río Moctezuma. Cuenta con los ríos Huascalzoya, Iztla, Hueyapan y San Jerónimo, entre otros, que alimentan a 87 cuerpos de agua, donde nacen de ahí abundantes manantiales de agua.

#### 3.4.2 Clima.

Huasca, en todo su territorio, cuenta con un clima templado semifrío, una temperatura media anual de 15°C y una precipitación pluvial anual de 500 a 1 200 milímetros.

#### 3.4.3 Flora.

De acuerdo a sus características climáticas y geográficas la flora en el Municipio de Huasca de Ocampo se encuentra favorecido por un suelo con abundante vegetación, encontrando especies de: oyamel, pino, encino, sabino, laurelillo, arbustos, además árboles frutales, sauces frescos, tules, ocote, madroño, flores aromáticas, plantas



acuáticas, manzanillo. Y también de los cultivos de maíz, cebada, alberjon, haba, legumbres y frutas.

#### **3.4.4 Fauna.**

En lo que respecta a la fauna se pueden encontrar especies animales propias de su región como son. Tejón, ardilla, conejo, cacomixtle, tlacuache, zorro, armadillo, gato montes, onza, tuza, águila, camaleón, téchin, lagartija y una gran variedad de insectos y arácnidos.

Además en el Municipio se pueden encontrar animales de granja como: aves, borregos, cabras, cerdos, guajolotes, vacas, caballos y abejas.

De acuerdo a los resultados que presento el II Censo de Población y Vivienda en el 2005, el municipio cuenta con un total de 15,201 habitantes.

#### **3.4.5 Sitios de interés.**

Con un cúmulo impresionante de historia, tradiciones y un clima excelente, Huasca es un lugar reconfortante. Transitar sus calles, monumentos y santuarios naturales es un descubrimiento sin igual. Aquí le ofrecemos algunos de los más renombrados:

- **Ex Hacienda San Miguel Regla.** Es una construcción del siglo XVIII que funcionara como hacienda de beneficio de metales. Actualmente se conserva gran parte de su casco, donde funciona un hotel, los arcos que formaban parte de los patios y los hornos donde era extraída la plata.
- **Ex Hacienda de Santa María Regla.** Fue la residencia de Pedro Romero de Terreros, primer conde de Regla, quien la denominó así en honor a la virgen de dicha devoción que se venera en Chipiona, provincia de Cádiz, España, de donde él provenía. Fue la primera hacienda de beneficio de plata que existió en la región; aún se conservan parte de sus patios y una magnífica capilla con fachada de estilo barroco sobrio.
- **Los Prismas Basálticos.** Son increíbles columnas geométricas de basalto ubicadas al pie de una barranca bañada por las aguas de la presa San Antonio. Junto a esta impresionante cascada (de 40 m) se encuentra la Ex Hacienda de

Santa María Regla, desde donde Humboldt, impresionado por su belleza, las dibujó a lápiz en 1803. Se localizan a 5 km al noreste de Huasca de Ocampo.

- **El Huariche.** Es un desarrollo ejidal ecoturístico y piscícola ubicado en la comunidad de Ojo de Agua, muy cerca de Santa María Regla. El lugar cuenta con cabañas y plataformas para acampar, así como un bello bosque de encinos.
- **El Zembo.** Bello paraje que también cuenta con cabañas para que el visitante, acompañado de su familia, disfrute del contacto directo con la naturaleza.
- **Peña del Aire.** Situado al norte de Santa María Regla, por una pequeña carretera de terracería, en este lugar se encuentra una enorme roca de basalto que a simple vista parece estar suspendida en el aire. El efecto visual es impactante y más aún la profunda barranca que se localiza a un costado, ya que parece no tener fin. El paisaje está rodeado de hermosos parajes verdes ideales para la práctica del ecoturismo en sus diferentes modalidades.
- **Presa de la Cruz.** Localizada a sólo 2 km de San Miguel Regla, en este lugar se puede practicar la pesca de trucha, rodeado de un increíble paisaje. A un costado de la presa, los lugareños se ofrecen para cocinar las truchas que el visitante acaba de pescar.
- **El Bosque de las Truchas.** Ubicado en el municipio de Huasca de Ocampo, este sitio es ideal para la pesca de la trucha arcoiris. En el lugar se puede rentar todo el equipo necesario para la práctica de esta actividad.
- **El tranvía.** Transporte Turístico y Ejecutivo Los Álamos ofrece, todos los fines de semana, un agradable recorrido lleno de historia por el centro de Huasca de Ocampo y sus principales haciendas en su tranvía turístico. El trayecto tiene una duración de una hora y media.

### 3.4.6 Gastronomía.

De la tradicional y exquisita cocina de Huasca, le recomendamos los pastes: empanada hecha a base de harina, manteca o mantequilla y sal, rellena de carne de res, papa y poro o cebolla. Su nombre es una degeneración de la palabra pastry, que era el antaño almuerzo de los mineros ingleses.

### 3.4.7 Artesanía.

Las manos y el ingenio de las mujeres y los hombres de Huasca de Ocampo tienen para el viajante prendas de lana; jarros, vajillas y otros objetos de barro rojo; muebles de madera y de hierro forjado. Por su calle principal también se pueden encontrar varias tiendas con mostradores de roble y anaqueles en los que se ofrecen, entre otras mercancías, velas de parafina, escobas de jarcia o semillas.

### 3.4.8 Alrededores.

- **Parque Nacional El Chico.** Se trata de uno de los parques más antiguos del país (fue creado en 1898). Abarca 2 739 hectáreas pobladas por densos bosques de pino, oyamel y encino, donde funciona un centro turístico con instalaciones para acampar, albergues y áreas para la práctica del alpinismo, la caminata y la pesca. Su principal atractivo, además de su belleza natural, son las elevaciones rocosas ubicadas entre valles y las barrancas, que son un reto incluso para los escaladores más expertos. Se localiza, en el municipio de Mineral del Chico, a 10 km al norte de Pachuca por la carretera federal núm.105 y a 35 minutos de Huasca de Ocampo. En El Chico se pueden practicar la escalada, el camping y la caminata.
- **Real del Monte.** Es una de las poblaciones más bellas de la región. Sus construcciones de cantera blanca y techos de tejas rojas a dos aguas evocan su orgulloso origen minero. Se sitúa a 12 km al noreste de Pachuca.

## 3.5 Macrolocalización.

En este punto se aborda la ubicación del municipio, al igual de los municipios con los que colinda.

Huasca de Ocampo se localiza en el Corredor Turístico de la Montaña, en el estado de Hidalgo, a 38 km al noroeste de la ciudad de Pachuca, por la carretera federal núm. 105, desviación a la derecha en el km 23.

Se encuentra a una altitud de entre 1 800 y 2 800 m sobre el nivel del mar, 70% de su superficie se sitúa en el eje neovolcánico y está formada por llanuras y, en menor

proporción, por sierra; el restante 30% de su territorio se halla dentro de la provincia de la Sierra Madre Oriental formado por cañones en su totalidad.

El Municipio cuenta con una superficie de 305.80 kilómetros cuadrados, lo que representa 1.5% de la superficie total del Estado, encontrándose a una distancia de 34 kilómetros de la capital del Estado.



Imagen14: Macrolocalización, mapa del Estado de Hidalgo. Fuente: Página web [www.kalipedia.com/kalipediamedia/geografia/media/200805/12/geomexico/](http://www.kalipedia.com/kalipediamedia/geografia/media/200805/12/geomexico/)

### 3.6 Microlocalización.

El parque bosque de las truchas forma parte de los sitios de interés del municipio de Huasca de Ocampo.

San Miguel Regla forma parte del corredor turístico de la montaña considerado pueblo mágico, fue fundado en el siglo XVIII por el conde de Regla Pedro Romero de Terrenos

quien lo bautizó como condado de Regla en honor a la virgen que se venera en Chipiona, provincia de Cádiz, España, donde él nació.

Para el año de 1984, el parque ecoturístico se deslinda de San Miguel y es en ese año que se crea la granja de las truchas, el parque bosque de las truchas se localiza en el estado de Hidalgo, a dos horas de la ciudad de México, siguiendo la carretera que lleva a Tulancingo, enseguida del Pueblo Mágico de Huasca de Ocampo.



Imagen 15: Microlocalización del Municipio de Huasca de Ocampo. Fuente: pagina web <http://www.bosquesanmiguelregla.com/mapabosque.htm>

### 3.6.1 Parque ecoturístico San Miguel Regla.

Actualmente, la administración del Bosque de las truchas, pertenece a 74 ejidatarios quienes son los principales en la toma de decisiones del parque. Es un centro turístico que ofrece al visitante servicio de restaurantes, comida típica mexicana y antojitos regionales, artesanías como lana, jarros, vajillas y otros objetos de barro, muebles de madera y hierro forjado, paseos en lancha, paseos a caballo, alberca, granja de truchas,

pesca deportiva, juegos infantiles y también cuenta con un espacio para la práctica de fútbol soccer.

Cabe destacar que el parque bosque de las truchas cuenta con distintivo “M” Programa de Calidad MODERNIZA que otorga la Secretaría de Turismo; este programa es un Sistema de Gestión para el mejoramiento de la calidad, a través del cual, las empresas turísticas podrán estimular a sus colaboradores e incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad, con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística, condiciones que le permitirán satisfacer las expectativas de sus clientes. (Pagina web: [www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Programa\\_Moderniza](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Programa_Moderniza)).

Los principios básicos del distintivo “M” son la Sencillez.- (Debe ser entendido y comprendido por cualquier persona que tenga un negocio). La Integración como Sistema.- (Visualiza al negocio como un todo), El Impacto en los Resultados.- (incide en la mejora de los aspectos más relevantes del negocio), y el Respeto del Ser Humano.- (Valora la aportación individual e involucramiento de todo el personal en el esfuerzo).

En folletos del Parque Bosque de las truchas, se encuentra la siguiente información donde especifica las actividades y servicios que brinda: *“Venga y cautívese por los milenarios árboles que rodean nuestros lagos, donde podrá practicar la pesca, realizar un paseo a bordo de una lancha, conocer de la crianza de la trucha, disfrutar de lo exquisito de nuestra gastronomía, refrescarse en nuestra alberca, o descubrir los rincones más apartados del bosque a caballo.*

*Los platillos más exquisitos y las originales artesanías a los mejores precios los encontrará en nuestro centro gastronómico y artesanal. Contamos con más de 30 establecimientos, siempre prestos para atenderle como usted se merece.*

*Los restaurantes existentes son los siguientes: Don Poncho, Los Ángeles, Mi Casa, Las Truchas, La Trucha Feliz, La Super trucha, Doña Bety, Doña Vero, La Pasadita, Los pescadores, La costera, Doña Sofi, La Cabaña de la Licha, Márquez, Chula vista, Del Lago, El rinconcito, Conchita, Don Casi, Doña Clarita, El buen gusto. Fuente de sodas Princesita, Mingo, Mari’s three”.*

### 3.7 Fotografías del Parque Bosque de las Truchas.



Imagen 16: Entrada a la Ex hacienda de San Miguel Regla



Imagen 17: Mapa de Ubicación dentro del Parque Bosque de las truchas



Imagen 18: Criadero de truchas



Imagen 19: Alimentando a las truchas





Imagen 20: Pesca de truchas (arriba y abajo)





Imagen 21: Paseo en lancha por el lago



Imagen 22: Paseo en cuatrimoto



Imagen 23: Estacionamiento del parque y centro gastronómico artesanal.



Imagen 24: Centro gastronómico.



Imagen 25: Centro gastronómico y artesanal



Imagen 26: Balneario

## **CAPÍTULO IV**

### **4.1 Estudio de Mercado.**

Para el presente trabajo cabe aclarar que el mercado potencial al que se encuentra dirigido el proyecto son las familias que visitan el Parque Bosque de las Truchas, ubicado en San Miguel Regla, Huasca de Ocampo Hidalgo al cual acuden muchos visitantes y población en general del municipio.

“El objetivo del estudio de mercado es determinar la cantidad de bienes y/o servicios provenientes de una nueva unidad productora que, en cierta área geográfica y bajo determinadas condiciones la comunidad estaría dispuesta a adquirir para satisfacer sus necesidades” (Baca citado en Ortega, 2006:91).

#### **4.1.2 Análisis de la demanda y oferta.**

Retomando el capítulo dos de este trabajo de investigación; el objetivo de este apartado es identificar los patrones de conducta o de comportamiento de quienes conforman el mercado objetivo del proyecto. Se pretende, caracterizar tanto a los demandantes del bien o el servicio, como a quienes lo producen.

A continuación se presenta el análisis de resultados de la encuesta realizada para el mencionado estudio de mercado.

Para identificar las características del mercado potencial que formará parte de la demanda del restaurante temático dentro del Parque Bosque de las Truchas, se aplicaron 156 cuestionarios dirigidos a los visitantes del parque.

El cuestionario fue diseñado en dos apartados, el primero comprende datos generales que permitieron identificar el perfil del mercado y el segundo contiene ítems que proporcionaron datos sobre gustos y preferencias del visitante en cuanto al restaurante temático. (Ver anexo 1).

De acuerdo a los datos obtenidos se considera que el Parque Bosque de las Truchas tiene una afluencia de visitantes considerables sobre todo los fines de semana y días festivos. A este lugar llegan visitantes cuya procedencia en su mayoría (32%) son del

Estado de México y un 27% pertenece al Distrito Federal, mientras que una minoría corresponde a diferentes estados de la Republica Mexicana (gráfica 1 del anexo 1).

Es así que los visitantes que asisten al Parque Bosque de las Truchas mantienen un estado civil casado (gráfica 3 del anexo 1), por lo que un 60% de los encuestados acude al lugar con su familia, y el número máximo de integrantes de su familia que asiste al parque es de alrededor de cuatro miembros en cada una (gráfica 8 del anexo 1). Cabe destacar que al momento de aplicar las encuestas el sexo masculino prefería responder, por lo que se obtuvo un mayor porcentaje (53%) en cuanto este ítem, sin embargo esto no excluye a que el servicio que se pretende brindar vaya dirigido a dicho género, ya que ambos géneros forman parte de un mercado al cual se pretende cautivar.

También se identificó que la edad promedio de los visitantes oscila entre un rango de 31 a 40 años de edad, por tanto se ubican en una etapa productiva hablando laboralmente (gráfica 6 del anexo 1); además la mayoría (46%) de los visitantes son de nivel superior refiriéndose al nivel de escolaridad, además es la pauta para identificar cuanto es su ingreso mensual, y así mismo establecer los precios de los platillos que se ofrecerán en el restaurante temático; de modo que se determina que estos visitantes son de clase media; cabe mencionar que no solo con el resultado de las encuestas se determino este ítem, también a través de la observación se pudo concluir.

Ahora bien, el principal motivo para visitar el Parque Bosque de las Truchas es por placer y diversión, ya que el parque ofrece diferentes actividades recreativas para realizar al aire libre y en compañía de su familia (gráfica 9 del anexo 1). A su vez es importante señalar que el principal medio de comunicación por el cual el visitante conoce el lugar, es a través de la promoción de boca en boca, por medio de amigos y familiares que recomiendan el parque (gráfica 10 del anexo 1). De modo que el gasto económico durante la visita dentro del parque por el encuestado, no rebasa la cantidad de \$1000.00 puesto que mencionan que es un lugar cercano al Estado de México y Distrito Federal. (gráfica 11 del anexo).

Una vez terminando con el primer apartado del cuestionario es indispensable mencionar los datos de interés del visitante en cuanto al restaurante temático, y es así que se identificó que el 88% de los encuestados asiste con su familia al Parque; puesto que el número promedio de integrantes que asiste al Parque Bosque de las Truchas son más de seis personas por lo que su visita se hace más agradable en compañía de sus familiares y amigos (gráfica 12 del anexo 1). Al asistir un número significativo de visitantes al lugar la

mayoría (74%) de ellos hacen uso de los servicios de restaurante dentro del parque, y así que se percata que formarían parte del mercado potencial del proyecto de investigación; considerando que la ambientación del restaurante será temática ya que se dirige al ecosistema del bosque y contara con ecotécnicas, así pues será la diferencia en cuanto a los demás.

La opinión de los visitantes con respecto a la instalación de un restaurante temático cuyo tema sea el bosque, fue favorable es decir; que están totalmente de acuerdo; esto se refleja con un 48% de los encuestados; pero debido al desconocimiento y casi inexistencia de este tipo de establecimientos en la zona de San Miguel Regla, se tuvo que recurrir al concepto de restaurante temático, que es un establecimiento de alimentos y bebidas, cuya característica principal es que en sus instalaciones se hace una réplica o alusión a un tema en específico, donde se sirve un menú limitado, el cual debe encajar con la atmosfera. Después de esta explicación la mayoría (48%) de los encuestados mostraron interés en visitar un restaurante temático, porque rompería con su esquema cotidiano y sería un espacio para obtener nuevas experiencias a la hora de comer sus alimentos.

De igual forma se les cuestiono si les gustaría contar con un servicio de un restaurante temático; los resultados obtenidos de basan en totalmente de acuerdo (57%); es por ello, que gracias a la curiosidad de conocer espacios nuevos, y con un estilo diferente a lo que ellos conocen así como la idea de sentirse integrados a un ambiente natural, es posible considerar el proyecto como una idea que puede ser aceptada por los clientes potenciales, los cuales estarían dispuestos a conocer este espacio y ser cautivados por lo que pueden encontrar en él. (Gráfica 17 del anexo 1).

A pesar del desconocimiento de qué es un restaurante temático, más de la mitad de los encuestados coincidieron en que el menú temático es una característica primordial que debe tener un restaurante temático enfocado a un bosque (gráfica 18 del anexo 1); se debe prestar mucha atención al diseño de dichas características que formarán parte de la propuesta para el restaurante temático, ya que serán los de mayor impacto en los comensales potenciales que lleguen a hacer uso de los servicios de dicho establecimiento, así como los principales elementos que ayudaran a cautivar y fidelizar al cliente.

En cuanto a los materiales de construcción que les gustaría a los visitantes para el restaurante temático la mayoría (44%) coincide que sea de madera, para que este más acorde al tema del bosque, sin embargo una instalación que tendrá el establecimiento son las ecotécnicas, término que desconocen los visitantes, por lo que fue necesario explicarlo, como innovaciones tecnológicas diseñadas con el fin de preservar y establecer el equilibrio de la naturaleza y para satisfacer las necesidades humanas.

Debido a la innovación de la propuesta, los talleres infantiles de reciclaje y los documentales respecto al cuidado y preservación del medio ambiente, son las actividades predilectas a realizar en el restaurante temático, con esto es posible observar el nivel de agrado de las personas por conocer más acerca del cuidado ambiental, así como del reaprovechamiento de materiales, formando parte de las atracciones que envuelvan al lugar. El comensal al obtener el servicio del restaurante adquiere beneficios como es el caso del taller infantil de reciclaje. (Gráfica 20 del anexo 1).

Se puede apreciar que el principal tipo de platillo de predilección de los encuestados, es el típico (gráfica 21 del anexo 1); por lo tanto, el mercado potencial percibió la idea del restaurante como un ambiente natural y tradicional, ya que mostraron interés por los platillos que se ofrecen en el parque y sobre todo de la región de San Miguel Regla, por lo que podrían adaptarse para una visita en familia. Es por ello, que dentro de la carta y el menú a proponer, se deben considerar estos aspectos, para tener platillos que sean aceptados por la mayoría de los individuos que conforman el mercado potencial del establecimiento. De acuerdo a los resultados las características que los visitantes buscan en un platillo es la originalidad y el precio son aspectos fundamentales para el comensal en la elección de un platillo (gráfica 23 del anexo 1); a su vez estos resultados reflejan un compromiso con el menú que se ofrecerá y así cumplir con las expectativas del mercado potencial.

Por último, un número considerable de encuestados, estaría dispuesto a pagar \$50.00 a \$100.00 por los servicios que ofrezcan en dicho establecimiento (gráfica 24 del anexo 1); probablemente como consecuencia de su nivel socioeconómico, o por ser una propuesta nueva dentro del parque.

Considerando esta información, se debe prestar atención al tipo de servicio que se desea ofrecer así como al tipo de mercado al que va a ser dirigido. Es importante reconocer, que no se puede invertir demasiado en la construcción e instalación del establecimiento para



que pueda ser factible y remunerable. Para que de esta forma, los precios no se eleven demasiado a los comensales y sean capaces de disfrutar de un espacio que rompa con sus esquemas cotidianos y que, al mismo tiempo, ayude a concientizar a las personas que habitan en los alrededores de esta localidad, sobre el cuidado del ambiente.

#### **4.1.3 Determinación de la demanda y la oferta en el parque bosque de las truchas.**

Para abordar este apartado es importante retomar el capítulo dos de esta investigación. Así mismo se determina que la demanda que formará parte del proyecto es un mercado potencial cuya demanda es satisfecha, ya que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere en este caso el servicio de alimentos y bebidas; se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha: la no saturada y saturada, en este trabajo de estudio se retoma la demanda saturada, porque puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente, es decir con los visitantes que acuden al parque bosque de las truchas, los días de mayor afluencia son los fines de semana y días festivos, por lo cual este tipo de demanda va cada vez más en aumento, además con el plus que tendrá el restaurante temático atraerá más visitantes tanto para el parque como para el restaurante.

Para el caso de demanda de temporalidad, se reconocen dos tipos: la Demanda cíclica o estacional y la demanda continua; aquí se aborda esta última ya que es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento; es decir que mientras vaya teniendo más visitantes el parque mayor será este tipo de demanda, puesto que el restaurante temático permanecerá como otra de las atracciones al parque.

Ahora bien, respecto a la oferta es indispensable mencionar que es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Se identifica que en el restaurante temático, el tipo de oferta será competitiva; ya que funcionará como un mercado libre; lo que implica es que la competencia entre compradores y vendedores será balanceada. Es decir que los productores se encuentran

en libre competencia, su participación en el mercado está determinada por la calidad, precio del bien o servicio, y no existe un productor que domine totalmente el mercado.

#### 4.1.4 Análisis de la competencia.

En su más básico sentido, competencia es la rivalidad entre empresas y otros proveedores por el dinero y lealtad de sus clientes. Esta rivalidad tiende a centrarse en uno de dos enfoques a modo de combinación: Competencia basada en precios (reducción de costos para atraer a los consumidores, pues se traduce en reducción de precios). Competencia basada en servicios (innovaciones, mejoras en la entrega del bien o el servicio, innovaciones, ofertas de mayor calidad, etc.). Lo que el consumidor podrá ver en un mercado competitivo es una combinación de estos dos aspectos.

En cuanto a la competencia directa para el restaurante temático; el Parque Bosque de las Truchas cuenta con un centro gastronómico y artesanal, donde existen más de 30 establecimientos. De los cuales 24 pertenecen al servicio de alimentos y bebidas, 8 a la venta de artesanías, y 3 a fuente de sodas.

A continuación se hace una compilación de los servicios que se ofrecen dentro del centro gastronómico del Parque Bosque de las Truchas, para ello es necesario retomar solo los establecimientos del giro de alimentos y bebidas.

NOMBRE DEL RESTAURANTE	TIPO	SUBTIPO	SERVICIO	COSTO
Don poncho				
Los Ángeles			Comida típica mexicana y antojitos	Conforme a la lista de precios, todos los establecimientos
Mi casa				
Las truchas		Alimentos y bebidas	regionales	llegaron a un acuerdo para brindar al cliente el mismo precio en cualquier establecimiento,
La trucha feliz			entre ellos la preparación de trucha.	convirtiéndose en
La súper trucha				
Doña Betty				
Doña Vero				
La Pasadita				

Los pescadores		precios únicos.
La costera	Restaurante	
Doña Sofi		
La cabaña de la Licha		
Márquez		
Chula vista		
Del lago		
El rinconcito		
Conchita		
Don Casi		
Doña Clarita		
El buen gusto		

Figura 4.0: Competencia directa, 2011. Elaboración propia.

El servicio resulta accesible para diversos tipos de visitantes puesto que se ofrece una variedad de alimentos, sobre todo el platillo de la trucha es el preferido por los visitantes, cabe señalar que el Parque Bosque de las Truchas, cuenta con Distintivo M (Programa Moderniza) que otorga la Secretaria de Turismo; ya que permite mejorar la satisfacción de sus clientes, mejorar el desempeño de su personal, mejorar el control del negocio; disminuir los desperdicio; a fin de hacer más competitivo al parque para que pueda ofrecer servicios de calidad a los visitantes y propiciar el desarrollo de una cultura de mejora continua.

De igual manera se pueden encontrar artesanías como productos en lana, jarros, vasijas, muebles de madera, y hierro forjado a los mejores precios.

Cabe mencionar que no existe ningún establecimiento de alimentos y bebidas similar al que se pretende realizar dentro del Parque Bosque de las Truchas; es por ello que el restaurante temático tomará en cuenta a cada uno de los restaurantes del centro gastronómico para mejorar su propio servicio.

#### **4.1.5 Pronóstico de la demanda y oferta.**

Una vez aplicados los cuestionarios a los visitantes y el guión de entrevista semiestructurada a los ejidatarios y después de recabar los resultados, se determina que los días de mayor afluencia de visitantes al parque bosque de las Truchas y posible mercado potencial para el restaurante temático son los fines de semana y días festivos, teniendo un número promedio de comensales en el centro gastronómico de 300 a 600 personas; siendo el principal platillo la preparación de la trucha.

Por lo que se pronostica que en el restaurante temático el platillo de la trucha estará presente en la carta de este establecimiento; además al pescar la trucha y después degustarla es una experiencia grata para el visitante, y a su vez este recomendará el parque junto con todas las actividades que se brindan, los tipos de establecimientos de alimentos y bebidas que existen dentro de este para degustar exquisitos platillos típicos y de la región, entre ellos el restaurante temático y las actividades de talleres de recicle para niños y la transmisión de documentales con respecto al cuidado ambiental.

#### **4.1.6 Canales de comercialización.**

En este apartado se mezclará un conjunto de variables o herramientas controlables para lograr un determinado resultado en el mercado meta, como influir positivamente en la demanda, generar ventas, entre otros.

##### **4.1.6.1 Plaza.**

El lugar donde se pretende construir el Restaurante Temático, se ubica en el Parque Bosque de las Truchas, Municipio de Huasca de Ocampo; cabe mencionar que dentro del parque existen aproximadamente 40 hectáreas; donde el comisionado ejidal establecerá el lugar indicado para la instalación del establecimiento.

Para llevar a cabo la construcción de dicho inmueble; el terrero tendrá una transformación total en su espacio; iniciando con la edificación de la mano obra de negra; para después continuar con la mano de obra para terminados, y para concluir con esta edificación se

instalará conexiones de gas, cableado para electricidad, tuberías de agua potable y drenaje.

Además, dentro del parque se ubica el centro gastronómico zona donde existen restaurantes que ofrecen una variedad de platillos típicos y de la región; sin embargo ninguno de ellos son de carácter temático, pero no se descarta la idea de que formen parte de la competencia para el Restaurante temático.

#### 4.1.6.2 Precio.

A continuación, se presentan el menú y la carta de alimentos y bebidas correspondientes a los servicios del salón-comedor y del bar del restaurante propuesto.

##### 4.1.6.2.1 Capacidad y pronóstico de clientes y consumo.

###### Aforo

Nº personas	Nº mesas	Capacidad restaurante	Nº veces lleno	Nº de comandas por mesa al día	Pronóstico cliente potencial por día	Pronostico de consumo promedio de platillos al mes
4	12	48 personas	6	48	288	8640

Figura 4.1: Aforo. Elaboración propia.

Lo anterior se refiere a la capacidad de carga que tendrá el restaurante tomando en cuenta los horarios de servicio, considerando que se atenderá a los comensales durante el transcurso del día dos veces esto es desayuno (10:00-11:00 y 11:00-12:00 hrs) y comida (13:00-14:00, 14:00-15:00 y 16:00-17:00 hrs), dando un total de 6 horas de servicio, para así tener anualmente una capacidad de 103, 680 en cuento clientes y consumo.

#### 4.1.6.2.2 Carta menú.

El diseño del menú será por ambas cartas.

## MENÚ

“Disfruta el sabor al natural”

<p><b>Entrada</b></p> <p>Crema de champiñones: Sopa de cebolla</p> <p>Sopa del bosque</p>	<p><b>Ingredientes</b></p> <p>Con trozos de champiñones Con hojas de tomillo fresco, sal y pimienta al gusto, crotones y queso</p> <p>Zanahoria, papas, nabo, puerro, alubias blancas</p>	
	<p><b>Pastas</b></p> <p>Espagueti vegetariano al pesto</p> <p>Espagueti al bosque</p> <p>Tallarines</p>	<p><b>Ingredientes</b></p> <p>Con setas, soya y especias</p> <p>Espagueti de pasta integral al ajillo, setas, tomates y queso</p> <p>Tallarines con trucha y champiñone</p>
<p><b>Carnes, aves, mariscos</b></p> <p>Wraps de pollo</p>	<p><b>Ingredientes</b></p> <p>Tacos de filetes de pechuga en tortillas de harina, con orégano fresco, ralladura de limón, aceite de oliva, nuez picada, sal, pimienta y aderezo de queso azul.</p>	
<p>Lomo a la normanda</p> <p>Carbonada de ternera</p> <p>Camarones a la albahaca</p>	<p>Filetes de lomo acompañado de champiñones, puerro cebolla, perejil, y puré de papa y manzana.</p> <p>Filetes de ternera marinados en cerveza acompañados con champiñones arroz.</p> <p>Camarones con mayonesa de albahaca</p>	

“GRACIAS POR SU PREFERENCIA”

Figura 4.2: Carta principal del menú

# MENÚ

“Disfruta el sabor al natural”



## Especialidad

Trucha ahumada con aromáticas especias en salsa de piña

Trucha a la mexicana

Eco-trucha

Trucha almendrada

## Ingredientes

Truchas, hojas de laurel, tomillo y menta, piña, azúcar, canela, clavo, nuez, moscada y ají.

Truchas sin espinas, calabacitas, cebolla, granos de elote, jitomate, cilantro, chile jalapeño, hoja de laurel, pimienta, sal y consomé.

Trucha al horno, acompañado de papas, pimiento morrón, cebolla y perejil.

Trucha, harina, aceite vegetal, margarina, almendras, perejil, picado, jugo de limón, sal y pimienta.

## Ensaladas

Bocadillos

Ensalada natural

Eco-ensalada

## Ingredientes

Tortitas de cebolla rallada, espinacas, acelga y coliflor, capeados con harina de trigo.

Marinada con setas, cebolla, nuez, jitomate, naranja, platano, en aderezo y con salsa de cilantro.

Ensalada de zanahoria, pepinillo, lechuga, rábanos, hojas de orégano, aderezo de yogurt y ajonjolí.



## Postres

Pastes

Helado

Pay de queso

Bebidas

Café

Refresco

## Ingredientes

Harina, sal, azúcar, manteca, acompañados, Sabor vainilla, napolitano  
Acompañado de una bola

Capuchino

Jugo de naranja



“GRACIAS POR SU PREFERENCIA”

Figura 4.2: Cara posterior del menú

Para determinar el precio en la carta de alimentos y bebidas fue necesario conocer los precios de la competencia directa en este caso el centro gastronómico y a su vez revisando el punto de vista de los encuestados sobre cuanto estarían dispuestos a pagar

por el servicio brindado en el restaurante temático, mencionan que pagarían entre 50 y 100 pesos. Es por ello que los precios en cuanto a los alimentos no rebasa esa cantidad.

A su vez se determinó que el precio de venta debe tener en cuenta el costo de producción (materias primas), administración y ventas, más una ganancia. Este porcentaje de ganancia adicional es que conlleva una serie de consideraciones estratégicas. Además de conocer la reacción de la competencia; si existen competidores muy fuertes del producto, su primera reacción frente a un nuevo competidor probablemente sea bajar el precio del producto para debilitar al nuevo competidor. Esto provocará que el nuevo servicio ajuste su precio.

Es así, que el tipo de precio es regional interno, ya que es el precio vigente en sólo una parte del país, en este caso dentro del restaurante temático que se encuentra en las instalaciones del Parque Bosque de las Truchas.

#### **4.1.6.3 Promoción.**

Para poder realizar la promoción del restaurante temático se propone:

Colocar *anuncios* cercanos al lugar del restaurante, así como en las principales carreteras, que den indicaciones correctas y fáciles de cómo llegar al restaurante.

Al entrar al parque entregar *volantes* del restaurante temático, para dar a conocer las instalaciones, así como los talleres de reciclaje dirigidos a los niños.

Entregar *cupones* a los futuros comensales, los cuales proporcionarán un ahorro en la orden de un platillo en especial; este cupón será entregado a aquellos visitantes que realicen la pesca de trucha en el parque y que quieran degustarla dentro del restaurante temático; cabe mencionar que esta promoción será en un tiempo limitado.

Proporcionar *especialidades publicitarias*, por ejemplo después de la visita del comensal en el restaurante temático, se podrá obsequiar artículos útiles grabados con el nombre del anunciante como: plumas, calendarios, llaveros, bolsas para compras.



#### 4.1.6.4 Publicidad.

El nombre que se propone para el restaurante temático es VERDE; ya que el tema se dirige al ecosistema de bosque y a su vez se relaciona con toda la naturaleza que rodea el lugar. Por otra parte importante es que se tiene que buscar un nombre corto fácil de pronunciar y recordar para los clientes potenciales.

Slogan: **“DISFRUTA EL SABOR AL NATURAL”**

Logotipo:



Verde  
Restaurante



El diseño y color de las letras hace referencia a la vegetación que abunda en el bosque por lo que siempre mantiene verde.

Los peces se refieren a las truchas principal atractivo del parque y a su vez la especialidad del restaurante.

Por último, los pinos representan el principal árbol que habita en el bosque. Logrando así el diseño del logotipo.

Imagen 27: Logotipo.

Diseñador Gráfico Juan Carlos Mejía Allende.

#### 4.1.7 Análisis del guion de entrevista semiestructurada para los ejidatarios.

Asimismo se integra a este análisis del guion de entrevista semiestructurada sobre el punto de vista de los ejidatarios, respecto al restaurante temático. (Anexo 2)

Para la realización del estudio se diseñó un guion de entrevista, donde se tuvo la colaboración de siete integrantes del comisionado ejidal del Parque Bosque de las Truchas; quienes mostraron interés en cuanto a la implementación de la propuesta de un Restaurante Temático dentro del parque; cabe destacar que los entrevistados desconocen el concepto de restaurante temático, por lo que se tuvo la necesidad de dar

una breve explicación sobre este concepto, y a su vez la temática de bosque que tendrá dicho establecimiento, la cual es del agrado de los ejidatarios, ya que así no romperá con el espacio natural, además mencionan que todo lo que tenga que ver para la mejora del parque les interesa.

Los ejidatarios están de acuerdo con la propuesta de restaurante temático, puesto que mencionan que existe lugar disponible para la construcción del establecimiento; ya que el bosque cuenta con 40 hectáreas aproximadamente; sin embargo es necesario solicitar permiso al comisionado ejidal y a través de reuniones se determinará el lugar disponible.

Se pretende que el restaurante temático haga uso de instalaciones diseñadas con el fin de preservar y establecer el equilibrio de la naturaleza y satisfacer las necesidades humanas como es el caso de las ecotécnicas; la mayoría de los entrevistados desconocen el concepto, es por ello que se brindó una breve explicación acerca del concepto; claro está que después de conocer que son las ecotécnicas, fue más fácil identificar tipos de ellas, ya que desconocían el concepto. Los tipos de ecotécnicas que la mayoría de los entrevistados mencionó son: celdas solares, composta, ferrocemento, etcétera. Pero sobre todo mencionan que por medio de la utilización de este tipo de tecnologías ayudaran a reducir contaminantes, puesto que lo que se busca en el parque es lograr la conservación del medio ambiente y a su vez brindan un manejo racional de recursos naturales.

Para los ejidatarios el restaurante temático con ecotécnicas es una idea novedosa, la cual aseguran que para el visitante será algo nuevo y además de que buscan algo diferente a lo que están acostumbrados, y tal vez asistan visitantes no solo de las cercanías del Estado de Hidalgo sino de otros lugares; por otra parte les ayudaría a ser un poco más conscientes con el cuidado del medioambiente, dentro y fuera del parque.

Por medio de actividades ambientales dentro del restaurante temático se puede crear sensibilización y conciencia del visitante en cuanto al cuidado ambiental; las actividades serán dirigidas especialmente a los niños; por ejemplo talleres de reciclaje, visitas guiadas, aprendizaje en realización de composta, información sobre el concepto de ecotécnicas sobre todo en cuanto a su importancia en la conservación del ambiente con su uso; además de obtener experiencias gratas en su visita al restaurante. Cabe señalar que los entrevistados confundieron estas actividades con las actividades recreacionales

(tirolesa, pesca, paseos a caballo, y en cuatrimoto); pero fue aclarada dicha confusión. Asimismo, se reducirá el impacto negativo del visitante en las instalaciones del restaurante y del parque, pero no dejando de recalcar que es importante cuidar el bosque, a través de folletos del lugar y las prohibiciones que existen será de gran utilidad para la conservación del bosque, aseguran los entrevistados.

Finalmente se les cuestionó si les gustaría participar en el desarrollo del proyecto, para lo cual respondieron entusiasmados, e interesados en participar demostrando una reacción favorable al proyecto y mencionan que será de gran ayuda para el bosque, ya que se reducirán contaminantes y aumentara el nivel de consciencia del visitante y ejidatario.

## **4.2 Estudio Técnico.**

En este estudio se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente, así como la disposición en planta de la maquinaria necesaria, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación. De igual manera, el estudio permite cuantificar las necesidades de mano de obra, conocer las materias primas y las inversiones, costos e insumos que demandará el proceso (Sapag y Sapag, 2003; 21).

### **4.2.1 Localización.**

Para la localización óptima del restaurante se debe pasar por dos etapas las mismas partiendo primero por la macrolocalización que permitirá las diferentes soluciones posibles y determinando la región óptima y la microlocalización que determina la ubicación definitiva de nuestro negocio, complementando la región que nos indica la macro localización.

#### **4.2.1.1 Macrolocalización.**

“El estudio de la macrolocalización es la ubicación geográfica general, es decir donde se ubicará el proyecto para el desarrollo adecuado de las actividades de la organización, que corresponde a la especificación del país, la provincia y de la ciudad.” (Illapa, 2008; 95).

La macrolocalización se da en términos geográficos de la localización del proyecto a realizarse estará ubicado en la Estado de Hidalgo, en el Municipio de Huasca de Ocampo.



Imagen 28: Macrolocalización, mapa del Estado de Hidalgo. Fuente: Página web [www.kalipedia.com/kalipediamedia/geografia/media/200805/12/geomexico/](http://www.kalipedia.com/kalipediamedia/geografia/media/200805/12/geomexico/)

#### 4.2.1.2 Microlocalización.

“El estudio de microlocalización corresponde al sitio donde se va a instalar la oficina o la empresa misma, esto es, el sector y el nombre de las calles donde se va a ubicar”. (Illapa, 2008; 96).

El presente proyecto tiene como objetivo de microlocalización ubicarse en el Parque Bosque de las Truchas el cual se encuentra en el corredor turístico de la montaña, de la comunidad de San Miguel Regla del Municipio de Huaca de Ocampo; cabe señalar que el lugar en el cual se desarrollará el establecimiento es necesario que los ejidatarios convoquen una reunión para que decidan el espacio donde se construirá el restaurante temático.



Imagen 29: Microlocalización del Municipio de Huasca de Ocampo. Fuente: pagina web <http://www.bosquesanmiguelregla.com/mapabosque.htm>

#### 4.2.2 Determinación del tamaño de la planta.

Para este apartado el tamaño del proyecto óptimo para dar el servicio de alimentación tenemos en cuenta que según la capacidad estará dada para 48 personas con duración de 2 horas de estadía en el establecimiento, al tener un horario de atención desde las 9:00 hasta las 18:00 por gustos y preferencias de los clientes, decimos que se atenderá a 96 personas por día en su capacidad del 100%, en cuanto a capacidad media esta será de 48 personas.

## Capacidad total de comensales

### Mesas

Nº DE MESAS	Nº DE COMENSALES EN CADA MESA	TIEMPO DE ESTADÍA	CAPACIDAD MÁXIMA EN HORARIO	CAPACIDAD MEDIA
12	4 personas	2hrs	48 personas	24 personas

Figura 4.3: Capacidad total de comensales. Elaboración propia.

### Actividad de talleres

CONCEPTO	Nº DE PERSONAS	TIEMPO	CAPACIDAD CARGA TOTAL	CAPACIDAD MEDIA
Taller infantil de reciclaje	15 niños	30 minutos	30 personas	15 personas

Figura 4.4: Capacidad total en taller infantil. Elaboración propia.

## 4.2.3 Ingeniería del servicio.

“El estudio de la ingeniería debe abarcar cada uno de los aspectos relativos al proceso del servicio mismo a ofrecerse, equipos a emplearse, energía a utilizarse, mantenimiento, reposición, arrendamiento, cálculo de las inversiones requeridas, etc., para facilitar las estimaciones necesarias de los costos del servicio”.(Illapa, 2008; 100).

En la ingeniería del proyecto y el servicio se debe tener en cuenta algunos factores como la instalación de la maquinaria, la instalación de los muebles para la optimización de su colocación y ubicación para poder distribuir el servicio y de qué forma funcionará el servicio.

### 4.2.3.1 Definición del servicio.

“Desde el punto de vista económico, al servicio se lo define como a cualquier tarea o actividad para la cual haya una demanda y, por lo tanto, por un precio. Los servicios son llamados también bienes intangibles, porque ellos no son mercancías que pueden ser

compradas, almacenadas, y luego revendidas, sino acciones que realizan personas y que deben ser consumidas en el momento y lugar de su producción, aunque muchas actividades de servicios implican el consumo simultáneo de otros bienes tangibles”. (Ilapa, 2008; 101).

Este proyecto se encuentra en el sector de servicio alimenticio, es decir servir a los futuros comensales alimentos en un lugar tranquilo y confortable brindando alimentos ricos que se han elaborado con toda la seguridad del caso y lo más importante que serán elaborados con calidad e higiene.

#### **4.2.3.1.1 Descripción del servicio.**

Con el proyecto a realizar se propone la construcción de un restaurante temático enfocando la decoración a un área boscosa en donde se utilicen ecotécnicas así como materiales innovadores, que creen un ambiente que rompa con el espacio ciudadano cotidiano. En dicho sitio, se pretende que el comensal tenga acceso a servicios como:

- Platillos típicos: los cuales se servirán acorde a la temática del lugar, utilizando alimentos y decoración que den la idea de este tipo de ecosistema; es decir, que en los platillos se encuentren mini decoraciones al momento de llegar al comensal, por otro lado también ofrecer el platillo típico de la región que es la trucha.
- Talleres acerca del cuidado del ambiente: dirigidos especialmente a niños que se encuentren en el restaurante. En este espacio, se realizarán actividades de reciclaje, en donde los niños aprenderán diferentes formas de reutilización de materiales tales como botellas de P.E.T., cartón, bolsas de plástico, siendo, la mayoría de estos, materiales que desecha el restaurante. Dichos talleres se llevarán a cabo los fines de semana, por las tardes (hora de comida de 10:00 a 4:00 pm).
- La ambientación del ecosistema de bosque. En donde se envolverá al comensal en un ambiente completamente diferente al que está acostumbrado. Se utilizarán

materiales tales como plantas artificiales, mesas de madera, pasillos en forma de pequeños senderos, en donde se colocarán fotografías que intenten hacer conciencia sobre los cambios climáticos y pérdida de ecosistemas, así como de su flora y fauna. En cuanto a otros aspectos, el piso será de madera, se tendrán televisores en el centro en donde se podrán apreciar documentales sobre el cuidado ambiental, vida salvaje, entre otros, de música de fondo se colocarán audios que hagan referencia al ambiente.

- El uso de ecotécnicas, con esto se pretende ser una empresa socialmente responsable, en donde se utilicen tecnologías amigables con el ambiente, con las cuales se aprovechen los recursos naturales.
- Transmisión de documentales para crear en el comensal una sensibilización y a su vez lograr una consciencia. Mientras el comensal degusta de sus alimentos, se transmitirán videos de los ecosistemas que existen el México durante todo el día, en fines de semana.
- Galería, en donde a través de un pasillo, se colocarán fotografías que creen una conciencia sobre el cuidado ambiental debido a los cambios climáticos y como se han modificado los diferentes ecosistemas consecuencia de la intervención del ser humano.
- Área de juegos infantiles: orientado a niños de 2 a 12 años. Abierto todos los días de 9:00 a 18:00 horas.
- Taller infantil de reciclaje: dirigido especialmente a los niños se realizan actividades con materiales de pet, cartón, bolsas de plástico.

#### **4.2.3.1.2 Horario de servicio para el restaurante temático.**

El restaurante brindará atención al cliente los días martes a domingo, durante los cuales el horario de atención se realizará de 09:00 a las 18:00 hrs. Teniendo como días de descanso los días lunes, esto aplicará a todos los colaboradores del restaurante.



#### 4.2.3.1.3 Horario de actividades y taller.

TIPO	HORARIO	DÍAS DE PRESENTACIÓN
Taller infantil de reciclaje	10:00 a 16.00 hrs	Sábado y domingo
Documentales	9:00 a 12:00 y 14:00 a 17:00 hrs	Martes a domingo
Galería de fotografías	Todo el día	Todos los días
Área de juegos infantiles	Todo el día	Todos los días

Figura 4.5: Horario de actividades y taller. Elaboración propia.

#### 4.2.4 Descripción del proceso del servicio y manufactura.

La descripción de los procesos a emplearse en una organización es un conjunto de acciones interrelacionadas o interdependientes que conforman la función de administración involucra diferentes actividades tendientes a la consecución de un fin a través de del uso óptimo de recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos. Los procesos en el restaurante temático, se deben vincular perfectamente, para la comunicación tanto para clientes y proveedores. Estos procesos indican paso a paso como se brindará el servicio y cómo se va trabajar.

A continuación se muestran tres diagramas de flujo, con los cuales se muestra el proceso del servicio a brindar tanto en el área del salón-comedor, como en el de la cocina, las cuales formarían las áreas principales del restaurante propuesto.

##### 4.2.4.1 Diagrama de Flujo del procedimiento para la preparación de platillos en la cocina.

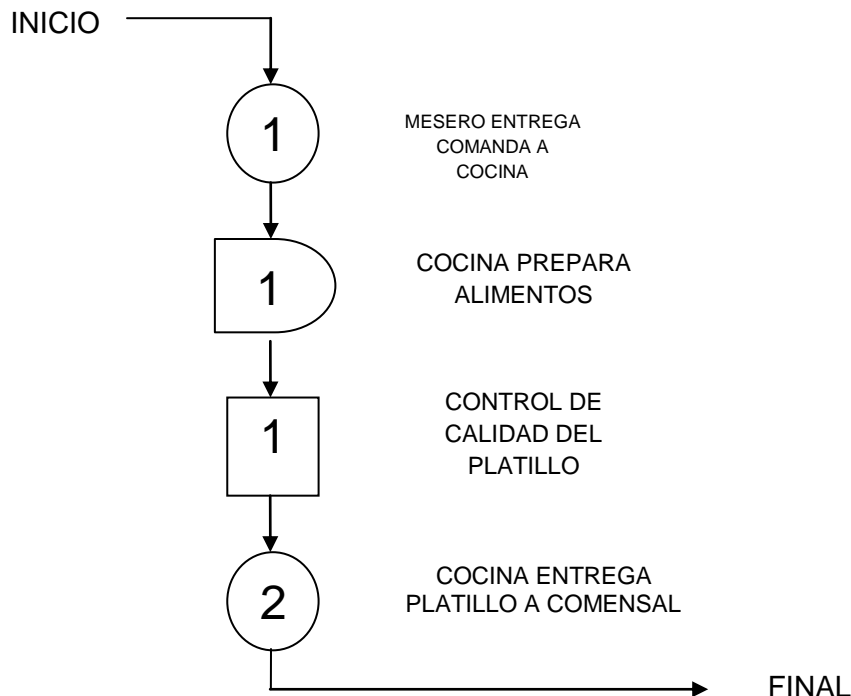


Diagrama de Flujo1:  
Procedimiento para la  
preparación de  
platillos en la cocina.  
Elaboración propia.

#### 4.2.4.2 Diagrama de Flujo del procedimiento para el servicio de alimentos al comensal.

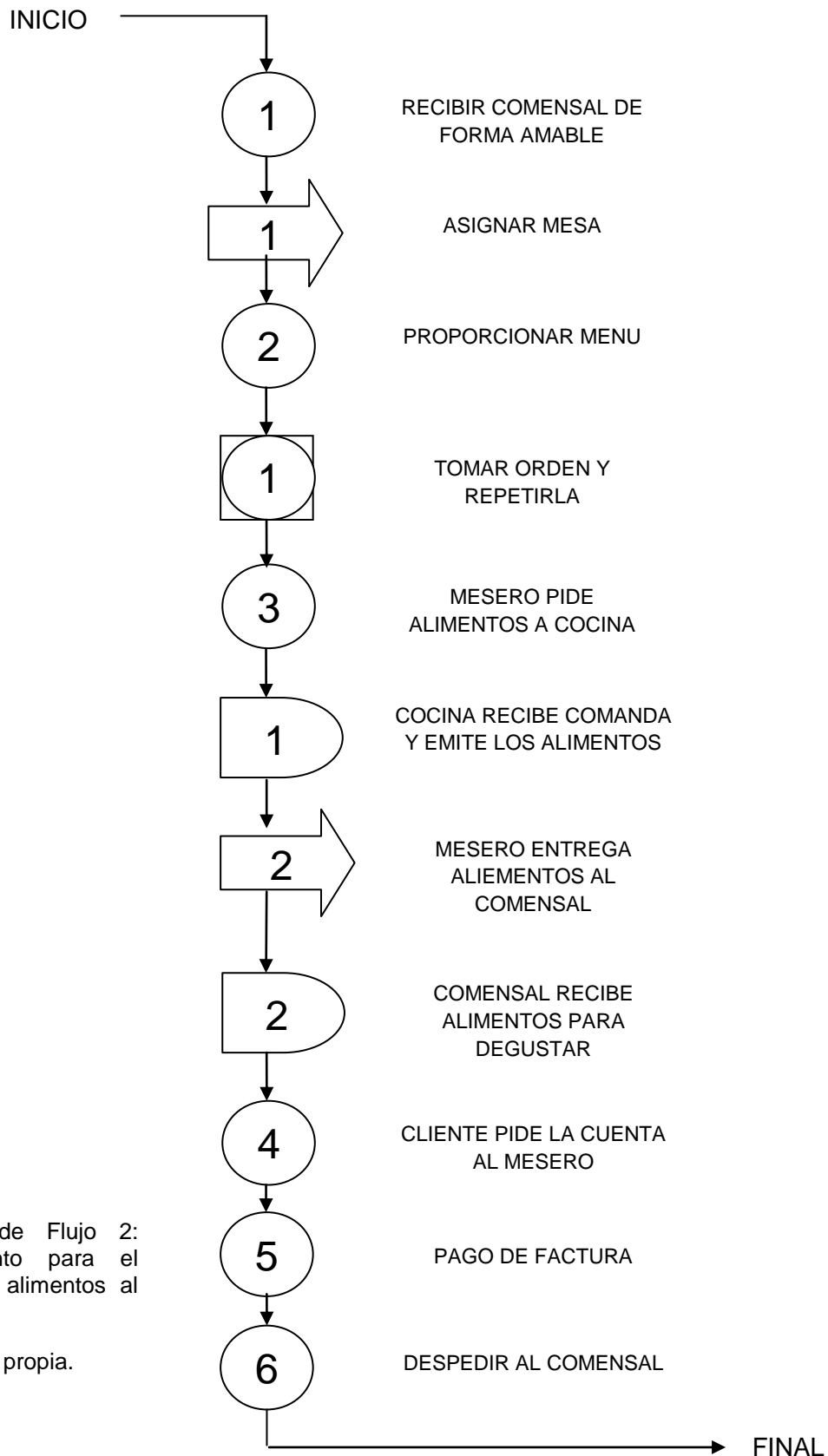


Diagrama de Flujo 2:  
Procedimiento para el  
servicio de alimentos al  
comensal.

Elaboración propia.

#### 4.2.4.3 Diagrama de Flujo del procedimiento para el servicio de Taller Infantil.

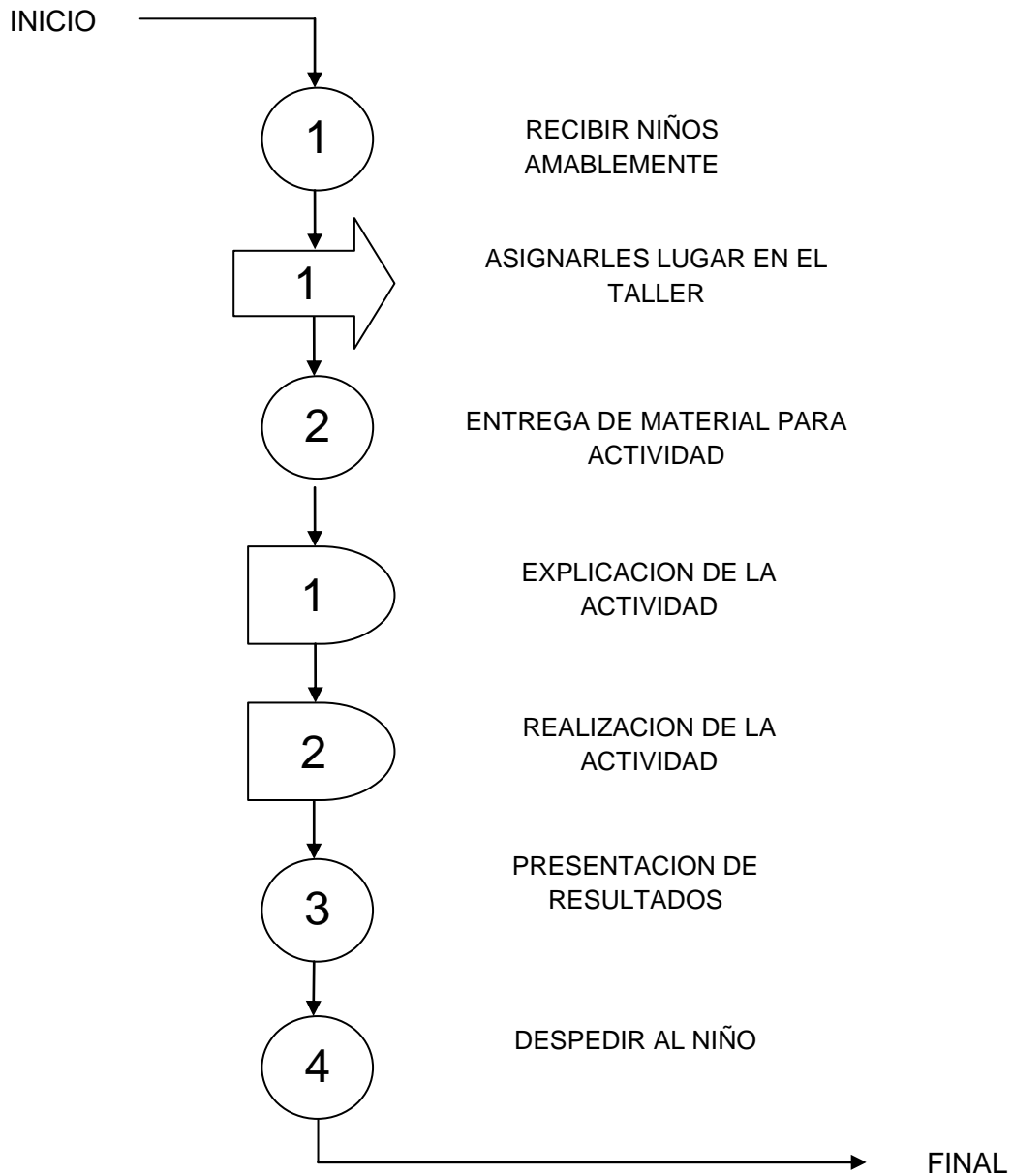


Diagrama de Flujo 3: Procedimiento para el servicio de Taller Infantil. Elaboración propia.

## 4.2.6 Selección de maquinaria y equipo.

A continuación se presenta la maquinaria y equipo necesarios para el funcionamiento del restaurante en cuanto a su operación, dichos instrumentos se encuentran divididos de acuerdo al área de producción o atención al cliente, es decir: salón comedor, cocina.

### 4.2.6.1. Equipo e instalaciones y estimación de costos.

Cabe destacar que los costos fueron recabados de diferentes sucursales dedicadas a la comercialización de mobiliario y equipo para restaurante; las empresas consultadas fueron: Almacenes Anforama S.A de C.V, Cooking Depot, Moblibar y Grupo Reimse.

- Salón-comedor

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
12	Mesas cuadradas de madera (4 personas)	\$ 500.00	\$ 6,000.00
55	Sillas sencillas de madera	\$ 330.00	\$ 18,150.00
1	Estación de servicio	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
2	Tijeras porta charolas	\$ 480.00	\$ 960.00
<b>Cristalería</b>			
60	Vasos para refresco o jugo	\$ 4.90	\$ 294.00
60	Vasos para agua	\$ 4.90	\$ 294.00
13	hielera	\$ 25.00	\$ 325.00
13	pinzas para hielo	\$ 15.80	\$ 205.40
<b>Loza</b>			
	platos:		
60	extendido	\$ 21.70	\$ 1,302.00
60	hondo (sopero)	\$ 17.90	\$ 1,074.00
60	de terno	\$ 15.90	\$ 954.00
60	base	\$ 16.50	\$ 990.00
60	entremés	\$ 14.71	\$ 882.60
60	pescado	\$ 16.81	\$ 1,008.60
60	tazas	\$ 11.90	\$ 714.00
60	tazones	\$ 15.90	\$ 954.00
60	platos	\$ 56.90	\$ 3,414.00
14	jarras	\$ 85.00	\$ 1,190.00
14	azucarera	\$ 60.00	\$ 840.00
14	salero	\$ 9.00	\$ 126.00

14	servilletero	\$	10.00	\$	140.00
<b>Plaque</b>					
tenedor:					
60	para postre	\$	6.90	\$	414.00
60	para ensalada	\$	15.50	\$	930.00
60	para carne	\$	16.50	\$	990.00
60	para mariscos	\$	16.30	\$	978.00
cuchara:					
60	para sopa	\$	6.90	\$	414.00
60	para postre	\$	5.90	\$	354.00
60	para café	\$	3.50	\$	210.00
cuchillo:					
60	para carne	\$	14.90	\$	894.00
60	para pescado	\$	14.90	\$	894.00
3	charola ovalada para comedor	\$	60.00	\$	180.00
<b>Mantelería</b>					
13	manteles	\$	80.00	\$	1,040.00
10	limpión	\$	10.00	\$	100.00
2	Pantalla plana televisor		\$4,000	\$	8,000.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$</b>	<b>57,715.60</b>

Figura 4.6: Equipo e instalación, Salón comedor. Elaboración propia.

- Cocina

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Horno	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00
1	Refrigerador	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00
1	congelador	\$ 3,680.00	\$ 3,680.00
1	Batidora	\$ 2,088.00	\$ 2,088.00
1	Horno de Microondas	\$ 1,170.00	\$ 1,170.00
3	Sartén	\$ 159.00	\$ 477.00
1	Juego de cacerolas 7 pza.	\$ 650.00	\$ 650.00
5	espátula	\$ 47.00	\$ 235.00
5	cucharon	\$ 25.00	\$ 125.00
15	cucharas	\$ 47.00	\$ 705.00
3	coladeras	\$ 29.00	\$ 87.00
2	anaqueles	\$ 455.00	\$ 910.00
1	mesa de trabajo acero inoxidable	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00
1	Juego de Tablas para cortes 5pzas	\$ 695.00	\$ 695.00

1	Juego de Cuchillos 5 pza.	\$	1,050.00	\$	1,050.00
2	pela papas	\$	39.00	\$	78.00
1	salamandra	\$	7,590.00	\$	7,590.00
2	olla exprés	\$	760.00	\$	1,520.00
2	licuadora	\$	720.00	\$	1,440.00
3	olla	\$	230.00	\$	690.00
5	pinzas	\$	20.00	\$	100.00
5	limpión	\$	10.00	\$	50.00
1	tarja	\$	75.00	\$	75.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$</b>	<b>40,715.00</b>

Figura 4.7: Equipo e instalación, Cocina. Elaboración propia.

- Ecotécnicas

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Cisterna de ferrocemento	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00
3	Sanitarios secos	\$ 9,000.00	\$ 27,000.00
	Pintura Natural		\$ -
	Composta		\$ -
2	Estufas ecológicas	\$ 7,000.00	\$ 14,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 48,000.00</b>

Figura 4.8: Equipo e instalación, Ecotécnicas. Elaboración propia.

- Requerimiento sanitario:

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Espejos	\$ 450.00	\$ 1,350.00
5	Cestos de basura	\$ 50.00	\$ 250.00
3	Porta toallas	\$ 100.00	\$ 300.00
3	Porta jabón	\$ 88.00	\$ 264.00
3	Porta jabón	\$ 120.00	\$ 360.00
3	Grifería	\$ 230.00	\$ 690.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3,214.00</b>

Figura 4.9: Equipo e instalación, Requerimiento sanitario. Elaboración propia.

- Oficina:

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Escritorios	\$ 1,290.00	\$ 2,580.00

4	Sillas	\$	499.00	\$	1,996.00
2	Computadoras	\$	6,000.00	\$	12,000.00
1	Teléfono	\$	450.00	\$	450.00
2	Portapapeles	\$	79.00	\$	158.00
1	Paquete de lápiz 24pza.	\$	20.50	\$	20.50
1	Paquete de bolígrafo 50pza	\$	30.00	\$	30.00
2	Diurex	\$	16.00	\$	32.00
1	Paquete de clips 100pzas	\$	8.50	\$	8.50
1	Paquete grapas 5000pzas	\$	13.50	\$	13.50
2	Engrapadoras	\$	23.00	\$	46.00
1	Impresora multifuncional	\$	5,500.00	\$	5,500.00
2	Paquetes de hojas T/C	\$	45.00	\$	90.00
4	Bocinas	\$	550.00	\$	2,200.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$</b>	<b>25,124.50</b>

Figura 4.10: Equipo e instalación, Oficina. Elaboración propia.

- Almacén:

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Anaqueles	\$ 450.00	\$ 1,350.00
1	Refrigerador	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00
1	Paquete de notas de entrega	\$ 100.00	\$ 100.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10,450.00</b>

Figura 4.11: Equipo e instalación, Almacén. Elaboración propia.

- Área colaboradores:

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
6	Lokers	\$ 150.00	\$ 900.00
1	Espejo	\$ 450.00	\$ 450.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,350.00</b>

Figura 4.12: Equipo e instalación, Área colaboradores. Elaboración propia.

- Área taller y juegos:

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Mesas rectangular de madera (10 personas)	\$ 550.00	\$ 550.00
1	Mesas rectangular de madera (6 personas)	\$ 500.00	\$ 500.00
16	Sillas	\$ 330.00	\$ 5,280.00
1	Juegos infantiles	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 14,830.00</b>

Figura 4.13: Equipo e instalación, Área Taller y juegos. Elaboración propia.

#### 4.2.7 Inversión inicial.

INVERSION	TOTAL
<b>Mano de obra (Construcción)</b>	\$ 700,000.00
<b>Cocina</b>	\$ 40,715.00
<b>Ecotecnias</b>	\$ 48,000.00
<b>Complemento sanitario</b>	\$ 3,214.00
<b>Oficina</b>	\$ 25,124.50
<b>Almacén</b>	\$ 10,450.00
<b>Área colaboradores</b>	\$ 1,350.00
<b>Área taller y juegos</b>	\$ 14,830.00
<b>Salón comedor</b>	\$ 57,715.60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 901,399.10</b>

Figura 4.14: Inversión inicial. Elaboración propia.

#### 4.2.8 Distribución de la Planta.

El diseño y la distribución se refieren a la planta y a su distribución física dentro del local buscando siempre la optimización del espacio.

##### 4.2.8.1 Decoración.

La decoración de interiores del restaurante Verde, estará acorde a la temática del bosque con flora y fauna representativas de dicho ecosistema, ya sea natural o artificial, siempre y cuando aprovechando lo que ofrece el bosque. También se colocaran señalamientos de salida de emergencia, sanitarios de damas y caballeros, así como indicaciones de incendio, o temblor.



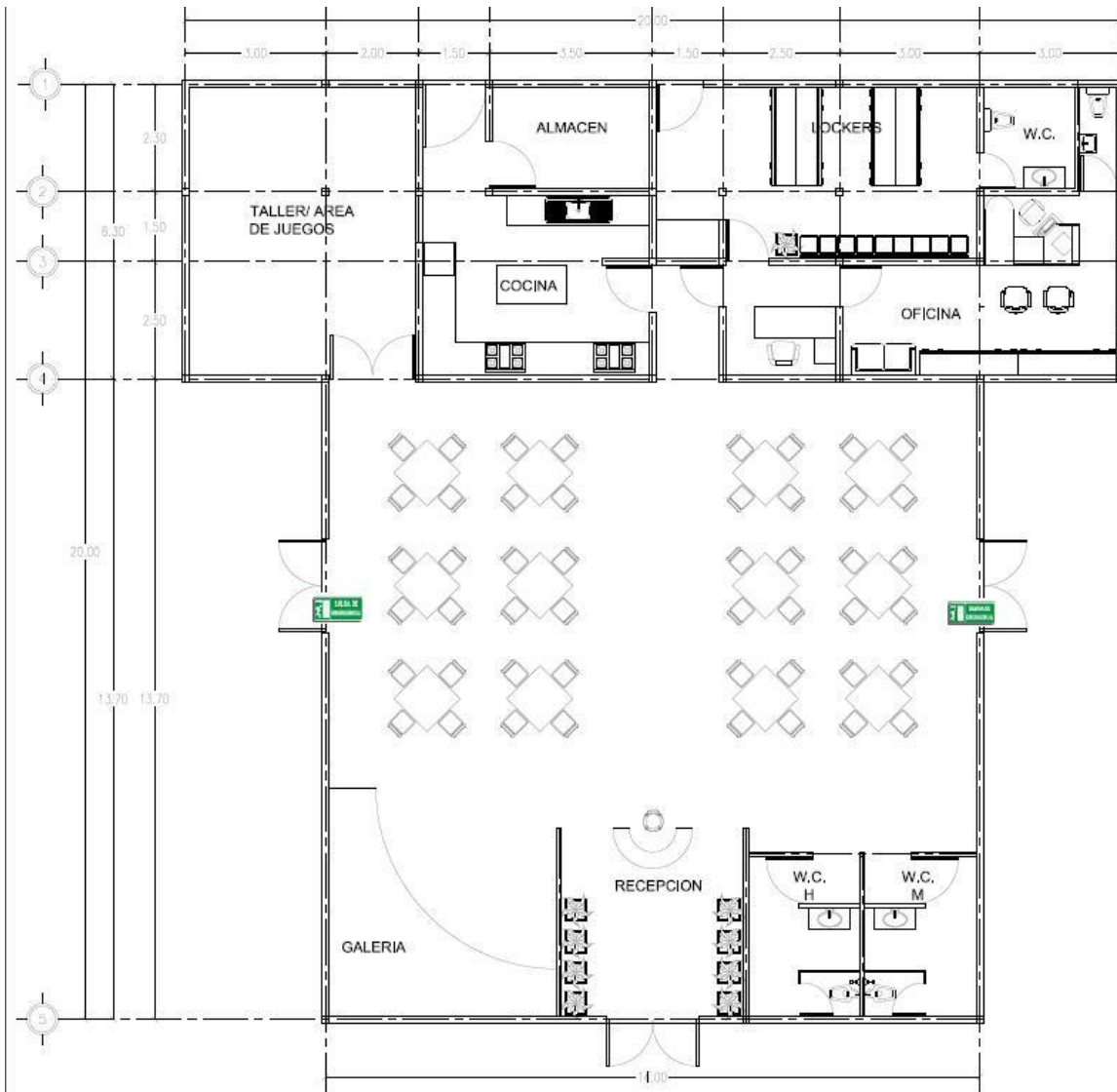


Imagen 30: Distribución de la planta. Arq. Roberto Alcantara.

#### 4.2.9 Fijación de precios.

Para este apartado es necesario desglosar algunos de los platillos que se ofrecerán dentro de la carta del restaurante “Verde”; para ello se han elegido cuatro platillos tipo del menú del restaurante, los cuales son: Arroz, Trucha a la mexicana, Pastes y agua de Jamaica, así se determinara el precio de venta tomando en cuenta que son costos variables.

NOMBRE DEL PLATILLO: ARROZ				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MANEJO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
Arroz	1 Kg	Kilo	\$12.00	\$12.00
Aceite	1 L	Litro	\$30.00	\$15.00
Jitomate	5 pzas.	Kilo	\$19.00	\$9.50
Cebolla	¼ pza.	Kilo	\$7.00	\$2.00
Zanahoria	3 pzas.	Kilo	\$9.00	\$3.50
Chícharo	250 Kg	Kilo	\$13.00	\$3.25
Ajo	1 diente	Kilo	\$6.00	\$1.00
Sal	2 piscas	Kilo	\$5.00	\$1.20
			Total	\$101.00
			Total porciones (15)	\$3.00

**IMAGEN:**



Figura 4.15: Receta Estándar Arroz. Elaboración propia.

NOMBRE DEL PLATILLO: PASTES PACHUQUEÑOS				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MANEJO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
Harina	1kg	Kilo	\$13.00	\$13.00
Manteca	100grs	Kilo	\$15.00	\$3.00
Polvo para hornear	3 cdas.	Kilo	\$25.00	\$.180
Leche	1 ½ l.	Litro	\$16.00	\$24.00
Huevo	1pza.	Kilo	\$19.00	\$9.50
Papa blanca	½ kg	Kilo	\$9.00	\$4.50
Filete de res	½ kg	Kilo	\$45.00	\$22.50
Chile serrano al gusto	----	Kilo	\$14.00	---
Perejil picado	2 cdas.	Kilo	\$12.50	\$.120
Poros	2pzas.	kilo	\$7.00	\$3.00
Sal al gusto	----	---	---	---
Total			\$175.50	\$80.00
Total porciones (50)				\$1.60

**IMAGEN:**




Figura 4.16: Receta Estándar Pastes. Elaboración propia.

NOMBRE DEL PLATILLO: TRUCHA A LA MEXICANA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MANEJO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
Trucha	4pzas.	Kilo	\$75.00	\$75.00
Calabaza	2pzas.	Kilo	\$13.00	\$1.50
Elote	1 tza.	Kilo	\$1.20 pza	\$1.20
Cebolla	1 pza.	Kilo	\$7.00	\$2.00
Jitomate	5 pzas.	Kilo	\$19.00	\$9.50
Cilantro	4cda	Kilo	\$10.00	\$.60
Chile jalpeño	1pza.	Kilo	\$11.00	\$.50
Pimienta gorda	3 pzas	Kilo	\$10.00	\$.40
Consomé	1 tza.	Kilo	\$10.00	\$5.00
Sal al gusto	----	---	---	---
Total			\$156.20	\$95.50
Total porciones (4)				\$24.00

**IMAGEN:**



Figura 4.17: Receta Estándar Trucha a la mexicana. Elaboración propia.

NOMBRE DEL PLATILLO: AGUA DE JAMAICA				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MANEJO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
Agua	4l.	Litro	\$6.00	\$24.00
Jamaica	50grs	Kilo	\$60.00	\$8.00
Azúcar	1 tzas	Kilo	\$20.00	\$5.00
Total			\$86.00	\$37.00
Total porciones (4)				\$9.00

**IMAGEN:**




Figura 4.18: Receta Estándar Agua de Jamaica. Elaboración propia.

Costos fijos mensuales	
Sueldos	\$9,050.00
Publicidad	\$2,000.00
Agua	\$2,000.00
Electricidad	\$2,000.00
Gas	\$1,000.00
Teléfono	\$1,000.00
Art. de limpieza	\$980.00
<b>Total</b>	<b>\$18,030.00</b>

Figura 4.19: Costos fijos mensuales. Elaboración propia.

Para determinar el costo total del platillo es necesario tomar en cuenta el costo variable mas el costo fijo entre la producción esperada al mes.

**1. Costo total del producto:  $Cv + (Cf / \text{producción esperada}) = \text{costo total}$**

Arroz

$$3.00 + (18,030 / 8,640) = \$5.08$$

Trucha a la mexicana:

$$24.00 + (18,030 / 8,640) = \$26.08$$

Pastes pachuqueños

$$1.60 + (18,030 / 8,640) = \$4.00$$

Agua de Jamaica

$$9.00 + (18,030 / 8,640) = \$11.08$$

**2. Margen de utilidad deseada 100%**

En cuanto al precio de venta al que se ofrecerá el producto se toma como referencia el costo total por el costo total de la ganancia deseada en este caso es 100%; esto dará como resultado el precio de venta el cual será ofrecido al comensal.

**3. Precio de venta que se ofrecerá a los comensales en el canal de distribución  $Pv = ct + (ct \times \% \text{ ganancia deseada})$**

Arroz

$$5.08 + (5.08 \times 100\%) = \$10.16$$

Trucha a la mexicana

$$26.08 + (26.08 \times 100\%) = \$52.00$$

Pastes pachuqueños

$$4.00 + (4.00 \times 100\%) = \$8.00$$

Agua de Jamaica

$$9.00 + (9.00 \times 100\%) = \$18.00$$

### **4.3 Estudio Administrativo.**

Este capítulo se enfoca a la estructura organizativa de la empresa (proyecto), es fundamental mencionar el rumbo que llevará la empresa para poder cumplir con metas a corto, mediano y largo plazo. Además, se indica el organigrama y descripción del perfil de los colaboradores a reclutar.

#### **4.3.1 Planeación Estratégica.**

Para llevar a cabo este apartado es necesario tener en cuenta la Planeación estratégica que está integrada por misión, visión aspectos fundamentales del proyecto.

##### **4.3.1.1 Misión:**

Somos una empresa dedicada al servicio de alimentos y bebidas, cuyo objetivo principal es la satisfacción del cliente, por medio de una excelente atención y platillos exquisitos; además estamos enfocados a despertar en el comensal una conciencia ecológica a través de nuestros servicios e instalaciones.

##### **4.3.1.2 Visión:**

Alcanzar el primer lugar en el mercado como el mejor restaurante temático enfocado al ecosistema de selva dentro de la zona, brindando un excelente servicio y calidad de nuestros productos, y así lograr consolidación en la preferencia de nuestros comensales.

#### **4.3.1.3 Valores:**

- *Respeto:* valor esencial dentro de la empresa, ya que entre los colaboradores habrá un trato de sencillez, tolerancia y reconocimiento; así mismo se brindará de forma amable al comensal.
- *Liderazgo:* Habilidad necesaria para orientar la acción de los grupos humanos, en una dirección determinada inspirando valores de acción y anticipando escenarios de desarrollo, integrando las opiniones de los demás.
- *Compromiso:* los colaboradores, estarán comprometidos con su desempeño, ya que de ellos depende el triunfo de la empresa.
- *Lealtad:* Mantener y desarrollar personas íntegras, leales, comprometidas y proactivas que trabajen en equipo para alcanzar logros excepcionales.
- *Entusiasmo:* Crear un ambiente tranquilo, cálido, motivado, para que el colaborador pueda desarrollarse favorablemente.
- *Responsabilidad:* estar siempre atentos a los compromisos que tiene cada uno para poder crecer más como empresa.
- *Honestidad:* actuar con honradez, responsabilidad y constancia.
- *Trabajo en equipo:* los colaboradores mostraran que son capaces de enfrentar cualquier conflicto, tomando en cuenta la opinión de los demás; para sí obtener resultados favorables.
- *Espíritu de servicio:* importante actitud que debe tener el colaborador, es la pauta para brindar al comensal confianza dentro de la empresa.

#### **4.3.1.4 Objetivos:**

1. Generar la participación, compromiso y motivación en los colaboradores, para así lograr un grado de satisfacción en los comensales.
2. Incrementar las ventas.
3. Lograr sensibilizar y a su vez concientizar a los comensales en cuanto al cuidado del medio ambiente.
4. Ofrecer una amplia gama de platillos temáticos.
5. Obtener una mayor rentabilidad.

6. Obtener la certificación del distintivo H. Reconocimiento a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas, por cumplir con los estándares de higiene.
7. Obtener la certificación del distintivo M. Sistema de Gestión para el mejoramiento de la calidad.
8. Generar la participación, compromiso y motivación en los colaboradores, para así lograr un grado de satisfacción en los comensales.
9. Incrementar las ventas.
10. Lograr sensibilizar y a su vez concientizar a los comensales en cuanto al cuidado del medio ambiente, a través de los talleres infantiles y documentales.

#### **4.3.1.5 Políticas internas para el restaurante temático “Verde”.**

##### **4.3.1.5.1 Políticas internas para el área administrativa:**

- Estructurar el área organizacional y funcional de la empresa con todas y cada una de las áreas.
- Distribuir equitativamente las unidades administrativas según el procedimiento general de la empresa.
- Presentar un organigrama funcional según las necesidades de la empresa.
- Realizar evaluaciones periódicas, a todos los procesos de la organización.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones de formación.
- Generar un ambiente de cordialidad y motivación con sus colaboradores a través de la calidad de vida.

##### **4.3.1.5.2 Políticas internas para el área servicio:**

- Entregar inmediatamente cada uno de los platillos para así satisfacer a los clientes en cuestión de tiempo y calidad de producto.



- Chequeo del horario de entrada y salida de cada uno de los colaboradores, y del comportamiento que tienen dentro de la empresa.
- Verificar que los productos estén en buen estado.
- Controlar la caducidad de los productos.
- Controlar las existencias.
- Atender al comensal es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de satisfacerlos.
  
- Realizar todo trabajo con excelencia.
  
- Preservar el entorno ambiental.

#### **4.3.1.5.3 Políticas internas para el comensal:**

- No entrar con alimentos ni bebidas.
- No se permiten las mascotas.
- Sí necesita de nuestro servicio, háganoslo saber.
- Dentro del restaurante no correr.
- Hacer caso a los lineamientos de seguridad en caso de emergencia.
- No fumar.
- Respetar las áreas verdes.
- No tirar basura.
- Preservar el entorno ambiental.

#### 4.3.1.6 Metas.

<b>METAS: PLAZO</b>	Corto	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Generar la participación, compromiso y motivación en los colaboradores, para sí lograr un grado de satisfacción en los comensales.</li> <li>*Incrementar las ventas.</li> <li>*Lograr sensibilizar y a su vez concientizar a los comensales en cuanto al cuidado del medio ambiente.</li> </ul>
	Mediano	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Ofrecer una amplia gama de patillos temáticos</li> <li>*Obtener mayor rentabilidad</li> </ul>
	Largo	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Obtener la certificación de empresa socialmente responsable</li> <li>*Obtener la certificación del distintivo H reconocimiento a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas, por cumplir con los estándares de higiene.</li> </ul>

Figura 4.20: Metas. Elaboración propia.

#### 4.3.1.7 Análisis FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Localización del parque.</li> <li>*El parque Bosque de las Truchas se preocupa por el cuidado ambiental.</li> <li>*Criadero de truchas.</li> <li>*La administración está a cargo de 72 ejidatarios.</li> <li>*Actividades recreativas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Mayor rentabilidad</li> <li>*Creación de un restaurante temático.</li> <li>*Mayor afluencia de visitantes de la republica mexicana.</li> <li>*Empleos para la comunidad local.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Falta de personal.</li> <li>*Personal no competente.</li> <li>*Carencia de valores.</li> <li>*No cumplir con planeación estratégica organizacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Competencia directa.</li> <li>*Nuevas tecnologías y servicios e ideas.</li> <li>*Carencia de mercado potencial.</li> </ul>

Figura 4.21: Análisis FODA: Elaboración propia.

#### 4.3.1.8 Estrategias.

Para dar a conocer el restaurante temático “Verde”, es necesario llevar acabo estrategias las cuales le darán el logro de los objetivos.

- El servicio a ofrecer de igual manera debe ser dado según los requerimientos de nuestros clientes.
- Conservar los precios para ser más competitivos para tener un buen posicionamiento en el mercado.
- Contratar los servicios de publicidad para dar a conocer el restaurante y los servicios que ofrecen.
- La publicidad de nuestro proyecto debe tener convenio con las diferentes agencias de viajes, y escuelas públicas.

#### 4.3.2 Lineamientos de seguridad.

<b>INCENDIO</b> Que hacer para prevenir y atender los incendios
<p><b><i>Medidas preventivas:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• No sobrecargues las líneas eléctricas.</li><li>• Evita conectar más de un aparato eléctrico en cada toma de corriente</li><li>• No arrojes cerillo ni cigarros encendidos a los cestos de basura.</li><li>• Evita fumar en áreas restringidas.</li><li>• Notifica la presencia de fugas de gas o derrames de líquidos inflamables.</li><li>• Identifica las salidas de emergencia, así como los teléfonos de servicio médicos y bomberos más cercanos.</li></ul>
<p><b><i>Acciones durante el incendio:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Trata de conservar la calma y avisa de inmediato a los bomberos y servicio de emergencia.</li><li>• Proporciona los datos precisos sobre el incendio (origen o causa, ubicación, características de la zona afectada).</li><li>• Si el incendio es de poca magnitud y sabes usar el extintor, intenta apagarlo.</li><li>• Al atacar el fuego, fíjate que el aire no dirija las llamas hacia ti.</li><li>• No des la espalda al fuego, hasta estar seguro de que haya sido completamente sofocado.</li><li>• Si es posible, cierra las válvulas de gas y baja el interruptor de la luz.</li><li>• Cierra puertas y ventanas al alejarte del área donde se localiza el fuego.</li><li>• Cúbrete la boca y la nariz con una tela húmeda, si el humo es excesivo.</li><li>• Desplázate a gatas para evitar la intoxicación por inhalación de humo.</li><li>• - Desaloja el inmueble por las rutas de evacuación previamente establecidas.</li><li>• No uses los elevadores.</li></ul>

- No pierdas tiempo en buscar objetos personales.

#### ***Acciones si quedas atrapado:***

- Mantén la calma, localiza una pared y avanza a lo largo de ella.
- Aléjate lo más posible del fuego.
- No abras puertas ni ventanas.
- Ubícate en un sitio que consideres menos inseguro. Si puedes pide auxilio, precisando el lugar en donde te encuentras.

#### ***Acciones a seguir si las ropas de alguna persona se queman:***

- No permitas que se salga corriendo.
- Haz que se acueste en el suelo y se cubra con las manos la cara y el cuello.
- Hazla rodar lentamente sobre el suelo, envuélvela con una tela o seco grueso para extinguir las llamas.
- Colócala EN Un sitio ventilado y fuera de peligro. Solicita ayuda a los servicios médicos de emergencia.

#### ***Medidas después del incendio:***

- Aléjate del lugar del siniestro para no entorpecer las labores de los grupos especializados en atención de emergencias.
- No regreses al inmueble, hasta recibir indicaciones.

#### ***Como utilizar un extintor:***

- Desmóntalo de su base, sujétalo de la manija y mantelo en posición vertical.
- Transpórtalo en posición vertical.
- Colócalo en el piso a una distancia prudente del incendio.
- Jala el perno de seguridad.
- Dirige la manguera a la base del fuego, aprieta la manija y haz un movimiento de vaivén para barrer el fuego.
- Acuesta el extintor cuando esté vacío.
- Cerciórate que el fuego esté completamente apagado.

## **SISMO**

### **Que hacer en caso de sismo**

#### ***Antes de un sismo:***

- En tu domicilio, escuela o trabajo elabora un plan de emergencia, a fin de identificar las zonas e seguridad, las salidas de emergencia y las rutas de evacuación.
- Sujeta en forma adecuada cuadros, libreros, repisas, archiveros, mesas, etc. Esto evitará que con facilidad se caigan.
- Localiza la ubicación de extintores, hidrantes, botiquines, interruptores de corriente eléctrica, así como las llaves de agua y gas.
- Identifica los servicios de emergencia más cercanos a tu escuela, trabajo y domicilio y elabora un directorio que siempre tengas a la mano.
- Procura concentrar en un lugar accesible una lámpara de mano, un radio de

baterías, documentos importantes, un cambio de ropa, agua y un botiquín.

***Durante el Sismo:***

- Sigue las instrucciones de personal responsable ante la emergencia.
- Dirígete a las zonas de repliegue o al sitio identificado como el más seguro.
- Procura mantener la calma, si puedes hacerlo tranquiliza a las personas que lo requieran.
- Apaga cigarros o cualquier objeto que pueda provocar un incendio.
- Retírate de ventanas, lámparas, cancelas de vidrio, equipo o maquinaria que pudiera caer.
- Aléjate de objetos calientes.
- No utilices elevadores.
- En caso necesario protégete en el marco de una puerta, junto a una columna o debajo de un escritorio.
- Si te encuentras en el exterior, dirígete a la zona de seguridad preestablecida. Aléjate de ventanas cables de luz y alta tensión.
- Si te encuentras manejando, frena lentamente, prende las luces de emergencia y estacionate en un sitio seguro (nunca debajo de puentes, pasos a desnivel o cables de alta tensión).

***Después de un Sismo:***

- Cierra las llaves de agua y gas. Si percibes olor a gas, desconecta el interruptor de emergencia eléctrica.
- No enciendas cerillos ni equipo que origine flama o aquellos artículos eléctricos que puedan producir chispa.

Sigue las instrucciones de los grupos especializados en emergencias y procura cooperar con las disposiciones emitidas. Si se considera que es más seguro evacuar el edificio; habrá que hacerlo. Si es posible, ayuda a las personas lesionadas, no trates de moverlas, a menos que estén en peligro.

**Que hacer en caso de derrame de líquidos inflamables, fugas de gas y corto circuito**

***Acciones a efectuar ante un derrame de líquidos inflamables:***

- Avisa a la brevedad posible, al responsable o al personal capacitado de la dependencia.
- Sigue las instrucciones que éste te dé.
- No enciendas cerillos ni cigarros.
- No operes interruptores eléctricos, ni golpees metales, así evitarás que se produzca una chispa.
- Procura alejarte del sitio del derrame.
- En caso de ser necesario, realiza la evacuación del lugar.

***Acciones a efectuar ante una fuga de gas:***

- Avisa, a la brevedad posible, a las personas que se encuentren en el área.
- Apaga cerillo, cigarros y flamas.
- No operes interruptores eléctricos ni golpees metales, así evitarás que se produzca una chispa.

- Trata de cerrar la válvula de la red de conducción del gas o la del tanque.

***Acciones a efectuar una vez controlada la fuga:***

- Ventila el sitio en donde se produjo la fuga.
- No enciendas cigarrillos, cerillo ni nada que produzca u origine chispa.

***Acciones para prevenir un corto circuito:***

- No sobrecargues las líneas eléctricas.
- No conectes más de un aparato eléctrico en cada toma de corriente.
- Cerciórate de que los cables de luz y de los aparatos eléctricos y extensiones estén bien protegidos.

***Acciones a efectuar durante un corto circuito:***

- Trata de desconectar el interruptor para eliminar el corto circuito.
- Aléjate del lugar donde se originó el corto circuito.
- Avisa a la brevedad posible al responsable o al personal capacitado de la dependencia.

Figura 4.22: Lineamientos de seguridad. Fuente: Protección civil 2011.

### 4.3.3 Marco legal de la organización.

#### 4.3.3.1 Constitución de la empresa.

<b>SOCIEDAD COOPERATIVA S.C</b>	
<b>Ley que regula</b>	Código mercantil
<b>Sociedad Cooperativa</b>	Es aquella integrada por personas de la sociedad de clase trabajadores que aportan a la sociedad únicamente su trabajo.
<b>Características</b>	<p>a) Esta sociedad necesita forzosamente un número de socios NO MENOR DE 10.</p> <p>b) Un capital variable y principalmente debe funcionar sobre principios de igualdad dentro del régimen de derechos y obligaciones de sus miembros.</p> <p>c) No persigue fines lucrativos y busca el mejoramiento social y económico de sus trabajadores.</p> <p>d) La igualdad comienza en la forma de repartir entre los asociados la proporción del tiempo trabajado o bien al monto de las operaciones realizadas. Según se trate de cooperativa de producción o de cooperativa de consumo.</p>
<b>Proceso de constitución</b>	<p>a) Denominación y domicilio de la sociedad.</p> <p>b) Objeto y expresión de sus actividades.</p> <p>c) Régimen de responsabilidad ya sea limitada o suplementada.</p> <p>d) Requisitos para la admisión, exclusión o separación voluntaria de los socios.</p> <p>e) Formas de constituir y aumentar el capital social.</p> <p>f) Reglas para la disolución y liquidación</p>
<b>Nombre</b>	Restaurante Verde
<b>Capital social</b>	Sera de \$1,342,929 de los cuales serán aportados por los 74 ejidatarios que constituyen la administración del Parque Bosque de las Truchas.
<b>Número de socios</b>	74 quienes son los miembros de la administración del Parque.
<b>Documentos que acreditan al socio</b>	Reconocimiento ante los socios
<b>Responsabilidad de los socios</b>	<p>RESPONSABILIDAD LIMITADA. RESPONSABILIDAD SUPLEMENTADA.</p> <p>El régimen de responsabilidad es aquel que para efectos de cubrir los compromisos sociales de esta sociedad se extiende más allá del monto de aportaciones de los socios hasta un límite determinado de antemano.</p> <p>Esta responsabilidad es un concepto intermedio entre la responsabilidad ilimitada y la limitada.</p>

<b>Órganos sociales y vigilancia</b>	La dirección y administración estará a cargo de los siguientes consejos: 1) Asamblea General. 2) Consejo Administrativo. 3) Consejo de Vigilancia. 4) Comisiones que establece la ley. 5) Demás que designe el Asamblea General.
--------------------------------------	---

Figura 4.23: Constitución de la empresa. Fuente: Gestipolis.com

Principales datos que deberá contener una escritura constitutiva de una sociedad mercantil.

- Se reconoce un voto por socio, independientemente de sus aportaciones. Donde se especificara los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que integran la sociedad.
- El objeto o giro de la sociedad: RESTAURANTERO.
- Su razón o denominación social: RESTAURANTE VERDE S.C. de productores.
- Su duración será indefinida.
- Domicilio de la sociedad.
- La cantidad que cada socio aporta como capital es variable especificando el importe en efectivo y en especie.
- Forma de constituir o incrementar el capital social, expresión del valor de los certificados de aportación, forma de pago y devolución de su valor así como la valuación de bienes y derechos en caso de que se aporten.
- Requisitos y procedimiento para la admisión, exclusión y separación voluntaria de los socios.
- Forma de constituir los fondos sociales, su monto, su objeto y reglas para su aplicación.
- Inscripción a la sociedad mercantil: descargar el software denominado SOLCEDI y generar el requerimiento de Certificado de Firma Electrónica Avanzada. Tratándose de personas morales: copia certificada y fotocopia simple del documento constitutivo debidamente protocolizado.



### **4.3.5 Licencias y permisos.**

Para la correcta operación de un restaurante se requiere por lo menos contar con lo siguiente:

1. Permiso de funcionamiento de la Secretaria de Salud.
2. Tramite de la Constitución de Sociedad Cooperativa.
3. Permiso municipal patente.
4. Tramites de seguros y pólizas de trabajo.
5. Tramites del seguro del local.
6. Certificado de Uso de Suelo.
7. Licencia de Construcción por obra nueva, modificaciones o demoliciones.
8. Visto bueno de Seguridad y operación
9. Declaración de apertura (sin venta de vinos y licores)
10. Pago de cuota al IMSS
11. Alineamiento y número oficial y constancia de seguridad estructural.
12. Estudio de impacto ambiental
13. Ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP).
14. Licencia de anuncio.
15. Impuesto sobre nomina (en caso de empleados).

### **4.3.4 Organigrama de la empresa.**

El restaurante “Verde” contara con una asamblea general la cual indica el régimen fiscal de la Sociedad Cooperativa; esta estará integrada por los 74 ejidatarios quienes tomara las decisiones entorno a las necesidades de la empresa y los avances obtenidos por la misma. El gerente será quien vele por el buen funcionamiento del restaurante además deberá guiar a los colaboradores en sus labores, ejecutar los planes de acuerdo a los objetivos de la empresa y supervisar las labores ejecutadas.

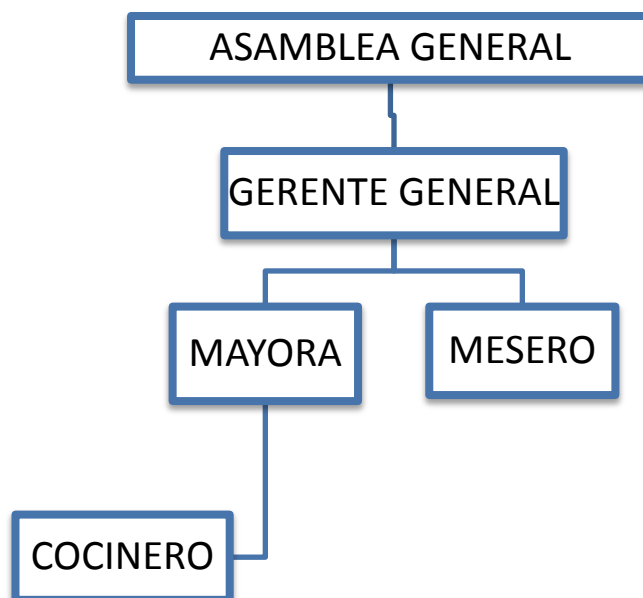


Figura 4.24 Organigrama. Elaboración propia.

#### 4.3.4.1 Perfil y descripción de puestos.

Nº DE PERSONAL	PUESTO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PERFIL
1	GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo excelente de relaciones públicas.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Manejo de los recursos económicos de la empresa.</li> <li>• Cumplir con los objetivos de la empresa y llevarla al éxito</li> </ul>	Experiencia: 5 años *Escaridad: licenciatura en administración *Edad: 25 años en adelante *Estado civil: soltero o casado *Sexo: indistinto *Conocimientos generales: Capacidad de trabajar bajo presión *Disponibilidad de horario

1	MAYORA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiza los recursos humanos y materiales de la cocina.</li> <li>• Prepara los platillos internacionales más comunes y los de la especialidad del restaurante.</li> <li>• Prepara menús dietéticamente balanceados.</li> <li>• Elabora estadísticas de rendimiento e alimentos y bebidas.</li> <li>• Establece los costos potenciales y las porciones estándares de los alimentos.</li> <li>• Registra y controla los inventarios mensuales.</li> <li>• Coordina las labores de todo el personal a su cargo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Experiencia: 5 años en adelante</li> <li>*Escolaridad: preparatoria</li> <li>*Edad: de 25 en adelante</li> <li>* Estado civil: soltero o casado</li> <li>* Sexo: indistinto</li> <li>*Características personales:</li> <li>* Puntual</li> <li>* Responsable</li> <li>*Buena presentación</li> <li>*Trabajo bajo presión</li> <li>* pulcro</li> <li>*Conocimientos generales: sobre cocina, repostería y organización de eventos</li> <li>* Disponibilidad de horario</li> </ul>
1	COCINERO DE COCINA FRIA O COCINA CALIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En general prepara los alimentos fríos/ calientes con la colaboración de sus ayudantes.</li> <li>• Verifica la existencia suficiente de los ingredientes necesarios y elabora la requisición para almacén.</li> <li>• Hace sugerencias al jefe de cocina en lo referente al menú o a los alimentos.</li> <li>• Vigila que los alimentos se sirvan en las porciones y presentaciones establecidas y el tiempo adecuado.</li> <li>• Verifica la calidad de la mercancía recibida del almacén.</li> <li>• Cuida que todo quede en orden al cerrar la cocina.</li> <li>• Supervisa que el equipo y material de la cocina estén limpios y en buenas condiciones.</li> <li>• Supervisa y autoriza las requisiciones de almacén.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Experiencia: de 2 a 3 años</li> <li>*Escolaridad: Técnico en alimentos y bebidas.</li> <li>*Edad: 20 años en adelante</li> <li>*Estado civil: soltero/ casado</li> <li>*Sexo: indistinto</li> <li>*Características personales:</li> <li>*Puntual</li> <li>* Responsable</li> <li>* Buena presentación</li> <li>* Trabajo bajo presión</li> <li>* Pulcro</li> <li>*Conocimientos generales: sobre cocina y repostería</li> <li>*Disponibilidad de horario</li> </ul>
3	MESERO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado del comedor y de las mesas.</li> <li>• Brindar una buena atención y servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Experiencia: 1 a 2 años</li> <li>* Escolaridad: secundaria</li> <li>* Edad: 20 años en adelante</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Estado civil: casado/soltero</li> <li>* Sexo: indistinto</li> <li>*Característica personales:</li> <li>* Capaz de soportar desgaste físico</li> <li>* Puntual</li> <li>*Responsable</li> <li>* Buena presentación</li> <li>* Trabajo bajo presión</li> <li>*pulcro</li> <li>*Disponibilidad de horario</li> </ul>
--	---

Figura 4.25: Perfil y descripción de puestos. Elaboración propia

**4.3.4.2 Administración de sueldos y salarios.**

A continuación se presenta un cuadro con los sueldos mensuales de los colaboradores del restaurante “Verde”.

<b>PUESTO</b>	<b>NUM. DE COLABORADORES</b>	<b>SUELDO MENSUAL (POR PERSONAL)</b>	<b>SUELDO MENSUAL (POR Nº DE PERSONAS)</b>
<b>Gerente</b>	1	\$3,500	\$3,500
<b>Mayora</b>	1	\$2,200	\$2,200
<b>Mesero</b>	3	\$750	\$2,250
<b>Cocinero de cocina fría o cocina caliente</b>	1	\$1,100	\$1,100
<b>TOTAL</b>		<b>\$7550</b>	<b>\$9050</b>

Figura 4.26. Sueldos y salarios. Elaboración propia

De acuerdo al Artículo 82 de la Ley Federal del Trabajo, el salario es la retribución que debe pagar el patrón al trabajador por su trabajo.

### **4.3.5 Prestaciones.**

Según la Ley Federal del Trabajo en el Artículo 11. El régimen obligatorio comprende los seguros de:

- I. Riesgos de trabajo;
- II. Enfermedades y maternidad;
- III. Invalidez y vida;
- IV. Retiro, cesantía en edad avanzada y vejez, y
- V. Guarderías y prestaciones sociales.

Las prestaciones involucran obligatoriedad para patrones y empleados, por lo que no pueden ser renunciables o cambiadas y marcan el mínimo que deberá de cubrir la labor realizada.

Las prestaciones son normativas y señaladas en la Ley Federal del Trabajo, donde se estipula su seguimiento por parte de las autoridades del trabajo.

- Las jornadas de trabajo se refieren al número de horas a laborar por día.
- Los descansos señalan los periodos de interrupción durante el día y los días de descanso obligatorios.
- Las vacaciones señalan los días de desarrollo de actividades de esparcimiento familiar.
- La Prima Vacacional se refiere al apoyo extraordinario que se otorga al trabajador durante los días de vacaciones.
- El aguinaldo se refiere a la prestación de recibir días de apoyo frente a los gastos anuales del trabajador.
- Las capacitaciones se refieren a las jornadas de formación didáctica de los trabajadores que les permitan ser más eficientes en su labor cotidiana.

#### 4.4 Estudio Financiero.

Este estudio encierra el termino cuantitativo y financiero del plan de negocio, en este se apoya la determinación del plan de negocio ya que resulta de suma importancia que cada uno de estos elementos cuantifique la inversión necesaria para emprender el negocios como son la inversión requerida, capital de trabajo y gastos preoperativos y la integración de la información financiera resumida en los estados financieros proyectados: Balance General y Estados de Pérdidas y Ganancias.

Para obtener la evaluación financiera, se tomo como herramienta principal el Sistema de Apoyo para la Evaluación Financiera de Proyectos (SAAFI), que fue creado por: Luis Ignacio Sandoval Hernández. (Copia IE2010-004 Autorizada para uso de la Incubadora de Empresas de INCUBASK-UAEM).

##### 4.4.1 Ventas.

Las ventas anuales estimadas para el restaurante estarán al 100% Lo anterior se refiere a la capacidad de carga que tendrá el restaurante tomando en cuenta los horarios de servicio, para así tener una capacidad mensual de 8,640 comensales y anualmente una capacidad de 103, 680 en cuanto clientes y consumo.

A continuación se muestra el desglose de volumen de ventas por unidades y el precio de venta.

PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO	ZONA 1 A
PRODUCTO 1	COMENSALES	8, 640

Figura 4.27: Volumen de ventas en unidades primer mes. Fuente: SAAFI, 2011.

PRODUCTO	Descripción	ZONA 1
PRODUCTO 1	COMENSALES	\$100.00

Figura 4.28: Precios de venta por producto primer mes. Fuente: SAAFI, 2011.

Año	Monto	Año	Unidades
1	\$10,368,000	1	103,680
2	\$11,291,480	2	103,680
3	\$12,297,214	3	103,680
4	\$13,392,530	4	103,680
5	\$14,585,405	5	103,680
6	\$15,884,530	6	103,680
7	\$17,299,369	7	103,680
8	\$18,840,227	8	103,680
9	\$20,518,330	9	103,680
10	\$22,345,902	10	103,680

Figura 4.29: Ventas anuales estimadas. Fuente: SAAFI, 2011.

En cuanto al incremento en las ventas por unidades no existirá ya que se mantendrán al 100% de la capacidad de carga del restaurante; y al incremento de precio de venta este tendrá 4% en cuanto al porcentaje de la inflación anual.

#### 4.4.2 Costos y gastos.

A continuación se desglosa a grandes rasgos los costos fijos que necesita el restaurante Verde para su operación.

- La mano de obra directa se refiere a los colaboradores encargados de la transformación de la materia prima, a su vez se muestra el sueldo a pagar junto con la prestación social.

Nombre del puesto	No. de puestos	Sueldo	Prest. Social	Sueldo	Total nómina	Total	Total
			33%	mensual	mensual	Sueldos	Prest. Sosc.
MAYORA	1	\$2,200	\$715	\$2,915	\$2,915	\$2,200	\$715
MESERO	3	\$750	\$244	\$994	\$2,981	\$2,250	\$731
COCINERO	2	\$1,100	\$358	\$1,458	\$2,915	\$2,200	\$715
	6				\$8,811	\$6,650	\$2,161

Figura 4.30: Mano de Obra directa. Fuente: SAAFI, 2011.

- Gastos indirectos fijos: en este aspecto se involucran los gastos de agua, electricidad, y materiales de limpieza, mensuales.

Área de producción	
Gastos fijos mensuales	
Concepto	Monto
Energía eléctrica	\$ 2,000.00
Agua	\$ 2,000.00
Materiales y artículos de limpieza	\$ 980.00
Subtotal gastos fijos	\$ 4,980.00

Figura 4.31: Gastos indirectos fijos. Fuente: SAAFI, 2011.

- Gastos administrativos:

Gastos fijos mensuales	
Concepto	Monto
Sueldos	\$ 4,550.00
Renta (m <sup>2</sup> )	\$ 4,550.00
Luz	\$ 2,000.00
Teléfono	\$ 1,000.00
Gas	\$ 1,000.00
Publicidad	\$ 2,000.00
Total	\$ 15,100.00

Figura 4.32: Gastos administrativos. Fuente: SAAFI, 2011.

Desglose de rubros de sueldos, dentro del Restaurante Verde el cargo superior estará encargado el gerente general.

Nombre del puesto	No. de puestos	Sueldo	Prest. Social	Sueldo	Total nómina	Total	Total
			30%	mensual	mensual	Sueldos	Prest. Sosc.
GERENTE GENERAL	1	\$3,500	\$1,050	\$4,550	\$4,550	\$3,500	\$1,050
	1				\$4,550	\$3,500	\$1,050

Figura 4.33: Desglose de sueldos. Fuente: SAAFI, 2011.



#### 4.4.3 Inversión Inicial.

Por tanto la Inversión que es el monto de recursos utilizados en el proyecto; en este caso la totalidad de los activos utilizados en la empresa, se desglosan a continuación:

Concepto	Inversión inicial (primer mes)
Mobiliario y equipo	\$ 76,290
Ecotecnias	\$ 48,000
Otros activos	\$ 777,110
<b>Total inversión inicial</b>	<b>\$ 901,399</b>

Figura 4.34: Inversión inicial. Fuente: SAAFI, 2011.

Cabe mencionar que en el apartado de otros activos se encuentra el total del salón comedor, mano de obra, cocina, área de taller y juegos, y complemento sanitario.

Ahora bien, existirá una Inversión en el capital de trabajo este es de:

<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$441,530</b>
---------------------------	------------------

Aunque el capital de trabajo es también una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental con respecto a la inversión fija y diferida, y tal diferencia radica en su naturaleza circulante. Esto implica que mientras la inversión fija y diferida pueden recuperarse por vía fiscal, mediante la depreciación y amortización, la inversión en capital de trabajo no puede recuperarse por este medio, ya que se supone que, dada su naturaleza, la empresa puede recuperarlo en muy corto plazo.

Teniendo en cuenta el porcentaje de depreciación, para cada uno de los activos fijos.

Porcentaje de depreciación	
<b>0%</b>	Terreno
<b>5%</b>	Edificio
<b>25%</b>	Equipo de transporte
<b>10%</b>	Mobiliario y equipo
<b>10%</b>	ECOTECNIAS
<b>30%</b>	Equipo de computo
<b>10%</b>	Otros activos

Figura 4.35: Porcentaje de de depreciación. Fuente: SAAFI, 2011.

Dado así como resultado la estructura de capital que se refiere a la proporción de financiamiento por deuda de la compañía, es decir es la combinación de diversas fuentes de financiamiento utilizadas en la empresa y en la medida que cambie la participación de cada una de estas en total de recursos utilizados por la empresa.

Monto de la Inversión Inicial fija	<b>\$901,399</b>
Monto de la Inversión en capital de trabajo	<b>\$441,530</b>
<b>Monto de la Inversión inicial total</b>	<b>\$1,342,929</b>

Figura 4.36: Monto de Inversión Inicial total. Fuente: SAAFI, 2011.

La aportación social es de \$1, 342,929 en este caso es al 100%, ya que el financiamiento dependerá de los ejidatarios del parque, pero no se descarta la posibilidad de obtener un financiamiento para cubrir dicha cantidad.

A través de FINANCIERA RURAL, se puede conseguir financiamiento; ya que ha desarrollado “el programa de Financiamiento al Sector Turístico Rural, para estimular su desarrollo; cuyo objetivo es fomentar el desarrollo y fortalecimiento de la industria turística nacional vinculada al medio rural, a través del financiamiento de proyectos rentables que generen empleos y fomenten el desarrollo en zonas rurales” (Página web <http://www.financierarural.gob.mx>).

Los requisitos que se necesitan para poder financiar son bajo los siguientes conceptos:

Instrumentación:

- a) Gastos de operación (capital de trabajo): a través de Crédito Simple y en Cuenta Corriente.
- b) Construcción de inmuebles nuevos y/o ampliación de inmuebles, así como inversión (modernización/remodelación), mediante Crédito Simple y Crédito Refaccionario.

Plazos: La formalización de los financiamientos se establecerá de acuerdo al destino de los mismos:

- a) Gastos de operación: La operación se documentará a través de Crédito Simple o en Cuenta Corriente. En estos casos, el plazo de disposición será de hasta dos años.

b) Inversión, construcción de inmuebles nuevos y/o ampliación: Cuando la operación se documente a través de Crédito Refaccionario el plazo máximo será el establecido en el producto de Crédito Refaccionario y cuando la operación se documente con el Crédito Simple.

Para el proyecto a realizar se solicitará un 20% de financiamiento a Financiera Rural que será a largo plazo; mientras el 80% será aportación de los ejidatarios; con ello se proporcionará asesoría y capacitación, en beneficio de los productores rurales.

Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP o WACC)										
			Porcentaje por fuente de Financiamiento	Costo antes de Impuestos	Inflación Año base de Proyección	Costo despues de Impuestos	WACC Nominal	WACC Real		
						30.0%				
<b>ALTERNATIVA A (BASE)</b>										
Capital	0.0%		80%	4.91%	4.91%	4.91%	3.93%			
Créditos Bancarios Corto Plazo	0.0%		0%	0.00%	4.91%	1.47%	0.00%			
Créditos Bancarios Largo Plazo	20.0%		20%	21.94%	4.91%	16.83%	3.37%			
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>				<b>7.29%</b>			<b>2.27%</b>
<b>ALTERNATIVA B</b>										
Capital	2.0%	incremento 2%	80%	7.01%	4.91%	7.01%	5.60%			
Créditos Bancarios Corto Plazo	2.0%	incremento 2%	0%	2.02%	4.91%	2.89%	0.00%			
Créditos Bancarios Largo Plazo	22.0%	incremento 2%	20%	24.36%	4.91%	18.52%	3.70%			
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>				<b>9.31%</b>			<b>4.20%</b>
<b>ALTERNATIVA C</b>										
Capital	4.0%	incremento 4%	80%	9.10%	4.91%	9.10%	7.28%			
Créditos Bancarios Corto Plazo	4.0%	incremento 4%	0%	4.07%	4.91%	4.32%	0.00%			
Créditos Bancarios Largo Plazo	24.0%	incremento 4%	20%	26.82%	4.91%	20.25%	4.05%			
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>				<b>11.33%</b>			<b>6.12%</b>

Figura 4.37: Cálculo del costo de capital promedio ponderado. Fuente: SAAFI, 2011.

Por lo que en cuanto a lo que se refiere al costo de capital promedio ponderado (CCPP), esto es la estructura de capital es la mezcla de financiamiento a largo plazo que usa en el proyecto. Una combinación de financiamiento le permite a la empresa maximizar su valor de mercado y esa combinación se conoce como estructura óptima de capital.

En este caso el valor de costo capital promedio ponderado nominal es de 7.29%, teniendo el costo de capital y el costo de deuda, y para un capital promedio ponderado real tiene un porcentaje de 2.27%, teniendo en cuenta la inflación factor por el cual se rige el valor del CCPP.

#### 4.4.4 Estados financieros proforma.

Restaurante "Verde"  
Estado de resultados proforma  
01 al 31 Diciembre de 2011  
(Cifras en pesos)

<b>Estado de Resultados:</b>		<b>AÑO 1 Acumulado</b>
<b>EMPRESA</b>		
	<b>Ventas</b>	<b>\$10,368,000</b>
(-)	<b>Costo de ventas</b>	<b>\$5,294,535</b>
	Materia prima	\$5,184,000
	Mano de obra directa	\$105,735
	Depreciación de equipo	\$4,800
(=)	<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$5,073,465</b>
(-)	<b>Gastos de Operación</b>	<b>\$380,900</b>
	Gastos de Administración	\$235,800
	<i>Gastos sin sueldos y salarios</i>	<i>\$181,200</i>
	<i>Sueldos y salarios</i>	<i>\$54,600</i>
	Gastos de distribución y venta	\$59,760
	<i>Gastos sin sueldos y salarios</i>	<i>\$59,760</i>
	Depreciación	\$85,340
(=)	<b>Utilidad de Operación (EBIT)</b>	<b>\$4,692,565</b>
(-)	Gastos financieros corto plazo	\$0
(-)	Gastos financieros largo plazo	\$15,668
(=)	<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$4,676,898</b>
30%	ISR	\$1,403,069
	<b>Utilidad (pérdida neta)</b>	<b>\$3,273,828</b>
	Margen de utilidad neta	31.58%

Figura 4.38: Estado de Resultados. Fuente: SAAFI, 2011.

El presente estado de resultados, se formularon de conformidad con los criterios de contabilidad para este proyecto, es así que se encuentran reflejados los ingresos y egresos derivados de las operaciones efectuadas para el proyecto durante los periodos

mencionados; los cuales se realizaron y valoraron con apego a las practicas y a las disposiciones administrativas aplicables.

Es por ello que se ha obtenido una utilidad bruta de \$5, 073,465 teniendo en cuenta las ventas y costos de ventas en un periodo determinado; a su vez es necesario mencionar la utilidad de operaciones con \$4, 692,565 que involucra los rubros para el funcionamiento y desempeño de la empresa.

Es así que dichos gastos de operación también generan impuestos los cuales se convierten en una utilidad dando como resultado un \$4, 676, 898 dicha utilidad es importante para la operación de la empresa.

Para finalizar, la utilidad neta da como resultado un \$3, 273,828 tenido un margen de utilidad neta 31.58% para así considerar que este porcentaje es rentable para el proyecto de estudio.

Por tanto; la utilidad del ejercicio representa el 31.58% de las ventas netas, y de cada peso 31.58¢ se convierten en utilidad neta y por cada peso se incrementan las ventas netas.

Restaurante "Verde"  
Balance general proforma  
01 al 31 Diciembre de 2011  
(Cifras en pesos)

<b>Balance General</b>	<b>AÑO 1 Acumulado</b>
<b>EMPRESA</b>	
<b>Activo circulante</b>	
Caja y bancos	\$3,978,442
Clientes	\$0
Inventarios.	\$0
<b>Total activo circulante</b>	<b>\$3,978,442</b>
<b>Activo Fijo</b>	
Terreno	\$0
Edificio	\$0
Dep. Acum, Edificio	\$0
Equipo de transporte	\$0
Dep.Acum. de equipo de transporte	\$0
Mobiliario y equipo	\$76,290
Dep.Acum. de mobiliario y equipo	-\$7,629
ECOTECNIAS	\$48,000
Dep.Acum. de maquinaria y equipo	-\$4,800
Equipo de computo	\$0
Dep.Acum. de equipo de computo	\$0
Otros activos	\$777,110
Dep.Acum. otros activos	-\$77,711
<b>Total activo fijo</b>	<b>\$811,259</b>
<b>Activo total</b>	<b>\$4,789,702</b>
<b>Pasivo Circulante</b>	
Proveedores	\$0
Créditos bancarios	\$0
<b>Total pasivo circulante</b>	<b>\$0</b>
<b>Pasivo largo plazo</b>	<b>\$0</b>
<b>Pasivo total</b>	<b>\$0</b>
<b>Capital Contable</b>	
Capital social	\$1,515,873
Resultados de ejercicios anteriores	\$3,000,095
Resultado del ejercicio	\$273,733
<b>Total Capital Contable</b>	<b>\$4,789,702</b>
<b>Pasivo + Capital</b>	<b>\$4,789,702</b>

Figura 4.39: Balance General Proforma. Fuente: SAAFI, 2011.

El presente balance general, se formulo de conformidad con los requerimientos del proyecto: el saldo histórico de las aportaciones del 01 al 31 de Diciembre de 2011 es de \$ 4, 789,702 de pesos; considerando los gastos de la empresa tanto internos y externos.

Por cada peso del activo circulante 3.97¢ esta en caja y bancos.

Por cada peso de activo fijo el 76.29¢ esta en mobiliario y equipo, el 48.00¢ en ecotécnicas y se han depreciado 77.71¢ de otros activos.

En cuanto a pasivo circulante y fijo no hay que obligaciones por pagar a externos.

Por cada peso del capital 1.515¢ están en capital social.

Restaurante “Verde”  
Flujo de efectivo proforma  
01 al 31 Diciembre de 2011  
(Cifras en pesos)

Flujo de Efectivo	AÑO 0	AÑO 1 Acumulado
<b>EMPRESA XYZ</b>		
Utilidad neta	\$270,599	\$3,273,828
+ depreciación y amortización	-\$7,512	-\$90,140
<b>Generación bruta de efectivo</b>	<b>\$278,111</b>	<b>\$3,363,968</b>
<b>Usos Operativos</b>		
Financiamiento a cuentas por cobrar	\$0	\$0
Financiamiento a inventarios	\$0	\$0
<b>Total usos operativos</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Fuentes Operativas</b>		
Financiamiento (amort.) proveedores	\$0	\$0
<b>Total fuentes operativas</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Generación Neta Operativa</b>	<b>\$278,111</b>	<b>\$3,363,968</b>
<b>Fuentes de Instituciones de Crédito</b>		
Recursos por financiamiento corto plazo	\$0	\$0
Recursos por financiamiento largo plazo	\$268,586	\$268,586
Amortización de créditos bancarios corto plazo	\$0	\$0
Amortización de créditos bancarios largo plazo	-\$44,764	-\$268,586
<b>Financiamiento neto con costo</b>	<b>\$223,822</b>	<b>\$0</b>
<b>Usos no operativos</b>		
Venta ( <b>inversión</b> ) en activos fijos	-\$901,399	-\$901,399
Venta (inversión) en activos diferidos	\$0	\$0
Pago de dividendos	\$0	\$0
<b>Total de usos no operativos</b>	<b>-\$901,399</b>	<b>-\$901,399</b>
<b>Fuentes no operativas</b>		
Aportaciones (retiros) de capital	\$1,074,343	\$1,074,343
<b>Total fuentes no operativas</b>	<b>\$1,074,343</b>	<b>\$1,074,343</b>
<b>Generación de flujo no operativa</b>	<b>\$396,766</b>	<b>\$172,944</b>
<b>Generación Neta de Flujo de Efectivo</b>	<b>\$674,877</b>	<b>\$3,536,912</b>

Figura 4.40: Flujo de efectivo Proforma. Fuente: SAAFI, 2011.

En este estado de flujo de efectivo representa las entradas y salidas de efectivo en pesos nominales, que se tendrán para operar durante un año, tomando en cuenta que el estado de flujo de efectivo es por el periodo de 01 al 29 de febrero de 2012; en este caso la generación neta de flujo de efectivo es de \$3, 536,912, por lo que obtendrá una capacidad optimista para recuperar el ingreso inicial.

#### **4.4.5 Razones Financieras.**

La liquidez, mide la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones; en este caso genera \$3, 978, 442 del capital contable.

La rentabilidad, expresa como una tasa de rendimiento anual la cual revela las unidades monetarias obtenidas por las desembolsadas inicialmente.

Rentabilidad.

Rentabilidad sobre ventas.

$$((\text{Utilidad neta} / \text{ventas netas}) * 100) = 31.58\%$$

Con esta razón se obtiene la utilidad por cada peso de ventas de la empresa, es decir, que por cada peso de ventas netas se obtiene un 31.58% de utilidades.

Rentabilidad sobre operación.

$$((\text{Utilidad de operación} / \text{ventas netas}) * 100) = 45.26\%$$

Esta razón el 45.26% de las ventas se convierten en utilidad de operación, es decir que por cada \$1.00 de ventas que genera la empresa 0.4526% centavos se convierten en utilidad de operación.

Rentabilidad sobre activos

$$((\text{Utilidad neta} / \text{activo total}) * 100) = 68.35\%$$

En este caso, el resultado de 68.35% del activo se convierte en utilidad neta, es decir que por cada \$1.00 de activo total 0.6835 centavos se convierten en utilidad neta.



$((\text{Utilidad de operación/ activo total}) * 100) = 97.97\%$

Por otro lado, el resultado de 97.97% del activo total se convierte en utilidad de operaciones, es decir, que por cada \$1.00 de activo total 0.9797 centavos se convierten en utilidad de operaciones.

Rentabilidad sobre Capital.

$((\text{Utilidad Neta/Capital Contable}) * 100) = 75.29\%$

En esta razón, se puede observar que con una inversión propia se obtiene el 75.29% de rendimiento, es decir, que por cada peso el restaurante obtiene 0.7529 centavos de utilidad.

Con relación a los resultados de las razones financieras simples se tiene que el índice de liquidez de la empresa es favorable con la cantidad de Capital Contable. Con una razón de endeudamiento no existen indicadores, pero cabe mencionar que el total de la inversión ha sido financiada con recursos de terceros. En cuanto a la rentabilidad sobre ventas el restaurante en promedio genera el 31.58% de utilidad por cada peso de ventas de la empresa, rentabilidad sobre activos el resultado en promedio es de 68.35%, es decir por cada \$1.00 de activos el 68.35% se convierten en utilidad y de la rentabilidad sobre el capital, se tiene que por cada \$1.00 de capital que tiene la empresa el 75.29% en promedio se convierte en utilidad. Por lo anterior, resulta viable el establecimiento de un restaurante temático en el Parque Bosque de las Truchas, Huasca de Ocampo, Hidalgo.

#### 4.4.6 Valor Presente Neto.

Alternativa A (Base)			
Periodo	Tasa de descuento		7.29%
Año	FNE	F. de Desc.	FEND
0	-\$1,342,929	1.0000	-\$1,342,929
1	\$3,374,935	0.9320	\$3,145,575
2	\$3,685,387	0.8687	\$3,201,492
3	\$4,024,042	0.8097	\$3,258,115
4	\$4,393,438	0.7546	\$3,315,454
5	\$4,796,339	0.7034	\$3,373,518
6	\$5,235,756	0.6556	\$3,432,315
7	\$5,714,970	0.6110	\$3,491,856
8	\$6,237,557	0.5695	\$3,552,152
9	\$6,807,411	0.5308	\$3,613,214
10	\$7,428,775	0.4947	\$3,675,052
		<b>VPN</b>	<b>\$ 32,715,816</b>

Figura 4.41: Valor Presente Neto, Alternativa A. Fuente: SAAFI, 2011.

Alternativa B			
Periodo	Tasa de descuento		9.31%
Año	FNE	F. de Desc.	FEND
0	-\$1,342,929	1.0000	-\$1,342,929
1	\$3,374,935	0.9148	\$3,087,521
2	\$3,685,387	0.8369	\$3,084,410
3	\$4,024,042	0.7657	\$3,081,030
4	\$4,393,438	0.7005	\$3,077,389
5	\$4,796,339	0.6408	\$3,073,493
6	\$5,235,756	0.5862	\$3,069,348
7	\$5,714,970	0.5363	\$3,064,963
8	\$6,237,557	0.4906	\$3,060,344
9	\$6,807,411	0.4488	\$3,055,499
10	\$7,428,775	0.4106	\$3,050,436
		<b>VPN</b>	<b>\$ 29,361,504</b>

Figura 4.42: Valor Presente Neto, Alternativa B. Fuente: SAAFI, 2011.

Alternativa C			
Periodo	Tasa de descuento		11.33%
Año	FNE	F. de Desc.	FEND
0	-\$1,342,929	1.0000	-\$1,342,929
1	\$3,374,935	0.8982	\$3,031,403
2	\$3,685,387	0.8068	\$2,973,306
3	\$4,024,042	0.7247	\$2,916,066
4	\$4,393,438	0.6509	\$2,859,680
5	\$4,796,339	0.5846	\$2,804,149
6	\$5,235,756	0.5251	\$2,749,469
7	\$5,714,970	0.4717	\$2,695,639
8	\$6,237,557	0.4237	\$2,642,655
9	\$6,807,411	0.3805	\$2,590,515
10	\$7,428,775	0.3418	\$2,539,216
		<b>VPN</b>	<b>\$ 26,459,169</b>

Figura 4.43: Valor Presente Neto, Alternativa C. Fuente: SAAFI, 2011.

Es una medida del beneficio que rinde un proyecto de inversión a través de toda su vida útil; es un monto de dinero equivalente a la suma de flujos de efectivo neto que generara el proyecto. En este caso, como el resultado es positivo, para el proyecto ya que maximizara la inversión en \$ 32, 715,816 con una tasa de descuento del 7.29% para dentro los primero 10 años. Por lo que el proyecto debe ejecutarse.

#### 4.4.7 Tasa Interna del Rendimiento.

AÑO	FEN	Tasa (VPN Positivo)	
		Factor	VPN
0	-\$1,342,929	1.0000	-\$1,342,929
1	\$3,374,935	0.7937	\$2,678,520
2	\$3,685,387	0.6299	\$2,321,358
3	\$4,024,042	0.4999	\$2,011,643
4	\$4,393,438	0.3968	\$1,743,100
5	\$4,796,339	0.3149	\$1,510,279
6	\$5,235,756	0.2499	\$1,308,447
7	\$5,714,970	0.1983	\$1,133,496
8	\$6,237,557	0.1574	\$981,861
9	\$6,807,411	0.1249	\$850,447
10	\$7,428,775	0.0992	\$736,566
		<b>VPN (+)</b>	<b>\$13,932,788</b>
		<b>TIR Excel</b>	<b>260.50%</b>

Figura 4.44: Tasa Interna de Rendimiento. Fuente: SAAFI, 2011.

La TIR refleja el rendimiento de los fondos invertidos a través de la sumatoria de los flujos de efectivo, en este caso la tasa que regresa la inversión para los 10 años próximos es de 260.50%; teniendo en cuenta que el valor presente neto da un total de \$13,932,788. Por lo que el proyecto es aceptado.

#### 4.4.8 Tasa Interna de Rendimiento Modificada (TIRM).

Esta tasa hace que el valor actual de las inversiones sea igual al valor actual de los flujos de efectivo del proyecto, cuando éstos se han reinvertido en el mercado financiero. En el siguiente cuadro se muestra que el valor de la TIRM es de 53.10%, ocupando una tasa de descuento de 7.29%, lo que iguala al FEN con la TIRM.

Año	FEN	+	-
0	-\$1,342,929		-\$1,342,929
1	\$3,374,935	\$3,374,935	
2	\$3,685,387	\$3,685,387	
3	\$4,024,042	\$4,024,042	
4	\$4,393,438	\$4,393,438	
5	\$4,796,339	\$4,796,339	
6	\$5,235,756	\$5,235,756	
7	\$5,714,970	\$5,714,970	
8	\$6,237,557	\$6,237,557	
9	\$6,807,411	\$6,807,411	
10	\$7,428,775	\$7,428,775	
Tasa Descuento		7.29%	
Tasa capitalización		15.00%	
TIR MODIFICADA		53.10%	

Figura 4.45: Tasa Interna de Rendimiento Modificada. Fuente: SAAFI, 2011.

#### 4.4.9 Tiempo o Periodo de Recuperación de la Inversión (TIRDI).

Alternativa A (Base)		
Vida Económica del Proyecto (VEP)	10	Años
Año	FEND	FENA
0	-\$1,342,929	-\$1,342,929
1	\$3,145,575	\$1,802,646
2	\$3,201,492	\$5,004,138
3	\$3,258,115	\$8,262,253
4	\$3,315,454	\$11,577,708
5	\$3,373,518	\$14,951,225
6	\$3,432,315	\$18,383,540
7	\$3,491,856	\$21,875,397
8	\$3,552,152	\$25,427,549
9	\$3,613,214	\$29,040,763
10	\$3,675,052	\$32,715,816
TRDI		0.43 Años

Figura 4.46: Tiempo o Periodo de Recuperación de la Inversión. Fuente: SAAFI, 2011.

Para este proyecto el tiempo que se necesita para poder recuperar el dinero que se invirtió inicialmente es de cinco meses para recuperar la inversión, tomando en cuenta

que el análisis se llevo a cabo para los 10 años próximos considerando los flujos de efectivo.

#### 4.4.10 Índice de Rentabilidad (IR).

<b>Alternativa A (Base)</b>	
<b>Valor presente FEN</b>	<b>Valor presente inversiones</b>
\$ 34,058,745	\$1,342,929
<b>IR \$25.36</b>	

Figura 4.47: Índice de Rentabilidad. Fuente: SAAFI, 2011.

El índice de rentabilidad mide la cantidad en que aumenta la inversión en relación con cada unidad monetaria invertida. En este caso el proyecto tendrá \$25.36 de índice de rentabilidad que comprende los ratios que relacionan ganancias de cierto período con alguna partida del Estado de Resultado.

#### 4.4.11 Punto de Equilibrio

<b>Punto de equilibrio (unidades)</b>		<b>9,829</b>
<b>Punto de equilibrio (pesos)</b>		<b>\$982,870</b>
VENTAS	\$10,368,000	100%
GASTOS FIJOS	\$491,435	4.7%
GASTOS VARIABLES	\$5,184,000	50.0%
UTILIDAD DE OPERACIÓN (EBIT)	\$4,692,565	45.3%

Figura 4.48: Punto de Equilibrio. Fuente: SAAFI, 2011.

<b>COMPROBACIÓN</b>			
<b>Producto</b>	<b>Ventas</b>	<b>C.V.</b>	<b>C.F.</b>
P1	\$982,870	\$491,435	
	<b>\$982,870</b>	<b>\$491,435</b>	<b>\$491,435</b>

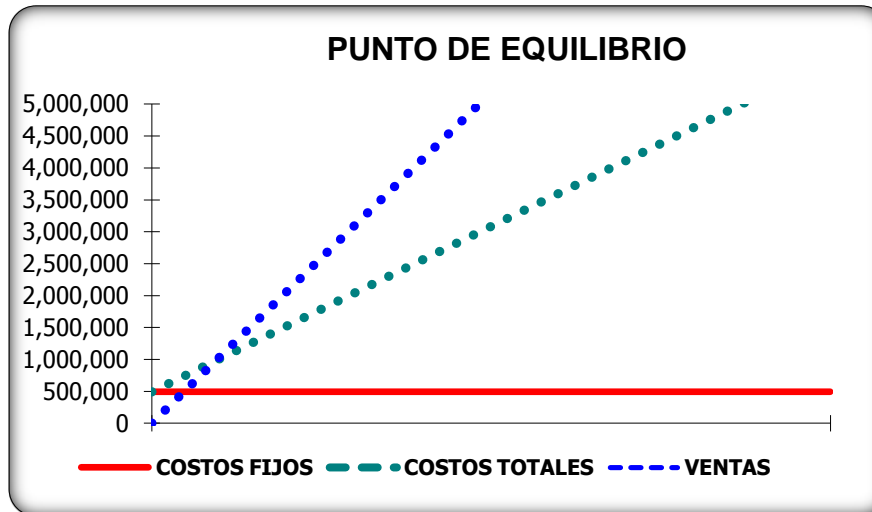


Imagen 31: Grafica Punto de equilibrio. Fuente: SAAFI, 2011.

El punto del equilibrio para el proyecto es \$982, 870 en pesos, generando una utilidad de operación de 45.3%, ya que estará operando al 100% de su capacidad, lo cual le permite cubrir los gastos necesarios para su funcionamiento.

#### 4.4 Estudio del impacto ambiental.

En cuanto a la situación ambiental de la región es muy rica en biodiversidad, a la vez que se encuentra en Huasca de Ocampo que se localiza en el Corredor Turístico de la Montaña, donde se puede hallar en poblado de San Miguel Regla y en él se puede visitar el Parque Bosque de las Truchas el cual cuenta con senderos y manantiales que hacen atractivo al lugar. La investigación no existe un estudio en el cual nos indiquen la calidad del aire, pero al tener alrededor numerosas hectáreas de bosque con una vegetación muy rica podemos deducir que el aire es muy bueno, esto ayuda a que la contaminación de la ciudad es poca y los niveles de calidad de vida son buenos para la implantación de un restaurante temático.

En cuanto al medio ambiente del poblado de Huasca de Ocampo, comprende el aire, agua, suelo y otros factores los cuales se verán afectados a medida que se opere en el parque un restaurante temático el cual puede producir contaminación.

### **4.5.1 Impactos del Proyecto.**

El proyecto en sí no solo debe ser evaluado de manera financiera, sino que debe ser evaluado de manera integral, es decir incluir la evaluación ambiental del mismo, la finalidad de esta evaluación ambiental es comprometer al proyecto con el medio ambiente, el compromiso es la prevención y “mitigación”<sup>59</sup> de los efectos significativos que producen tanto la maquinaria, los equipos y la operación del proyecto. (Illapa, 2008; 144).

El proyecto tiene como objetivo un desarrollo económico, pero esto no necesariamente significa deteriorar al medio ambiente, por lo contrario el desarrollo del proyecto debe ir conjuntamente de la mano con el responsable manejo de los recursos naturales.

#### **4.5.1.1 Impactos económicos.**

Los impactos económicos serán aquellos que recaerán sobre la población del municipio de huasca de Ocampo, como los empleos que se generaran a partir de la creación de verde restaurante.

A través de la creación del restaurante , se podrá tener un beneficio notable, porque, la población local y los visitantes podrán disfrutar de un nuevo concepto, que básicamente rompe los esquemas tradicionales de los restaurantes circunvecinos, se pretende una mayor conciencia por parte de los habitantes del municipio y los visitantes para con ello poder generar una mejor identidad cultural, reforzándola mediante la visita a este restaurante que contara con una amplia galería que ayudara a despertar el interés por el patrimonio nacional mexicano.

Podría llegar a generar un impacto en cuestión de transito por el exceso de vehículos.

#### **4.5.1.2 Impacto ambiental.**

Respecto al impacto que generara en el medio ambiente será la contaminación que este generara en el ambiente por el uso de gas, desechos de cocina, contaminación del agua

por los químicos utilizados en la limpieza del restaurante, se pretende reducirla a través del uso de las Ecotécnicas como sanitarios secos, separación de basura, uso de productos biodegradables, estufas ecológicas, composta.

Se invitara a las escuelas aledañas a poner exposiciones temporales acerca del medio ambiente, su cuidado, el planeta, la flora y fauna de México etcétera y se prestara el espacio de las galerías del restaurante, permitiéndonos dar a conocer su trabajo y a la vez nutriendo de conocimientos a los comensales que nos visiten.

#### **4.5.1.2.1 Aire.**

Cabe mencionar que la función principal del proyecto es la preparación de alimentos para el consumo, al preparar los mismos se genera emisiones de humo al preparar los platillos; esto contamina el ambiente por lo que será necesario que el brasero de la estufa ecológica debe incluir un tubo de dispersión de aire.

#### **4.5.1.2.2 Agua.**

El Parque Bosque de las Truchas donde será implantado el restaurante temático tiene todos los servicios básicos, parte de estos es el agua, que si esta apta para el consumo humano por ser potable y que cumple con todos los requerimientos para el consumo humano, ya que cuenta con manantiales. el restaurante tendrá un sistema de canalización para eliminar las aguas servidas, para no tener problemas, siendo esto una medida de seguridad para el restaurante.

Los productos químicos que se utilizaran para la limpieza de dicho establecimiento, maquinaria y equipo son detergentes, desinfectantes y desodorizantes permitidos para la conservación de la salud de los comensales y el medioambiente.

#### **4.5.1.2.3 Suelo.**

El proyecto en su funcionamiento genera la acumulación de desechos sólidos y basura, esto contamina el suelo y el ambiente, por lo que se colocará recolectores de desechos y a la vez tener en cuenta el horario de funcionalidad de los recolectores municipales para evitar la dispersión de la misma por las vías.



#### 4.5.1.2.4 Flora y Fauna.

La flora y fauna está en peligro constante de contaminación si no desalojamos correctamente las aguas servidas y la basura, esto puede infectar de enfermedades tanto a los animales, flores y esto causa enfermedades que son transportados por mosquitos producto de los desechos y otros animales que llevan enfermedades como las ratas y perros callejeros. El restaurante temático se enfocará de manera ética y con un compromiso con el medio ambiente para evitar al máximo la contaminación manejando de manera adecuada los recursos naturales y recomendando la protección y conservación del medio ambiente.

#### 4.5.2 Evaluación ambiental.

COMPONENTES AFECTANTES	COMPONENTES AFECTADOS	EFFECTOS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
Cocción y asado	Aire	Enfermedades pulmonares	Construir chimeneas, utilizar extractores industriales de aire y purificadores.
	Flora	Tala de arboles	Reforestación de arboles en las áreas aledañas por el habitat de especies y vegetación.
	Fauna	Mitigación de especies	
Visitas De Observación	Costumbres sociales	Aculturación de los habitantes	Interacción del restaurante con los comensales y empleados de sus costumbres
Desechos sólidos	Entorno	Acumulación de basura	Colocar en los sitios de mayor influencia recolectores municipales
	Personas	Infecciones y enfermedades	
	Flora	Contaminación	
	Fauna	Epidemias	
Higienización	Agua	Contaminación	Reciclar los

Suelo	Contaminación	desechos y un control del sistema de eliminación de aguas servidas.
-------	---------------	---

Figura 4.49: Evaluación ambiental. Elaboración propia.

El perjuicio ambiental producido por la implantación de un proyecto va desde la construcción hasta la operación del mismo por eso es necesario evaluar que tanto el proyecto afectaría el medio ambiente.

Cabe mencionar que con el Programa Nacional de Auditoría Ambiental, el restaurante temático, asegura proteger el ambiente y la población mediante el cumplimiento del plan de acción y la certificación de la empresa como empresa limpia y así convertirse en a largo plazo en una empresa socialmente responsable.

## **Conclusión y recomendaciones.**

Con base a la información documental y de campo obtenida es posible determinar y considerar que el restaurante temático es factible para el Parque Bosque de las Truchas; esto se pudo obtener por medio del análisis que implicó cada uno de los estudios que engloba el proceso de factibilidad.

El proyecto es viable en cuanto a los aspectos técnicos, económicos y financieros, por lo que, conviene asignar los recursos para su ejecución.

Existe un alto nivel de aceptación del servicio por parte del cliente potencial, así lo demuestra la investigación de mercado realizada, en la que se observa la disponibilidad de comprar y consumir este servicio.

Cabe mencionar que el restaurante temático, generará empleos directos e indirectos para la comunidad local; teniendo en cuenta que dicho establecimiento utilizará ecotécnicas; las cuales ayudarán a conservar, preservar el medio ambiente donde operará; asimismo el diseño girará acorde al ecosistema de bosque, así que entrará no romperá con la arquitectura del paisaje del lugar, ya que aprovechará cada uno de los recursos que brinda el Bosque; pero sobre todo contralará los impactos ambientales que el mismo establecimiento genere.

Es importante resaltar la finalidad del Restaurante Temático Verde busca lograr un nivel de conciencia ecológica en el colaborador que pueda transmitir al comensal por medio del espíritu de servicio, fomentando el cuidado, la preservación y conservación ambiental hacia el Parque Bosque de las Truchas y hacia el lugar donde se encuentren; tomando en cuenta las medidas correctas para la sensibilización del comensal, y así obtener un comportamiento más responsable con el medio ambiente.

Dado que el estudio realizado dio como resultado que es factible llevar a cabo el proyecto propuesto sería conveniente tomar en cuenta algunos puntos a mejorar con el propósito de optimizar los beneficios.

En caso que se desee llevar a cabo el proyecto se recomienda:

- Que la gerencia se comprometa con el proyecto para darle el apoyo necesario y no existan problemas desde el principio.
- Por medio de cursos y pláticas, informar a los miembros de la empresa los beneficios que tendría el Restaurante temático Verde, para que de esta forma se convenzan, lo apoyen y lo utilicen.
- Llevar a cabo los talleres infantiles de reciclaje para la conservación del medio ambiente; es por ello, que las personas encargadas de esta área, deben de interactuar con los niños, para que les motive e interesa aprender nuevas formas de ayudar a conservar el medio ambiente, y eso será por medio de la creatividad, y recreación.
- Se debe comprometerse al cuidado ambiental y a la utilización de los recursos naturales de manera responsable.
- Utilizar material que se encuentre en la zona (bosque) para la construcción y decoración del Restaurante temático Verde; aprovechar el bosque no explotarlo.
- Vigilar que los diferentes productos tengan un cuidado especial en la preparación, siempre teniendo en cuenta la calidad y la higiene, debido a que esto ayudará a tener una buena imagen en el mercado.
- Conviene hacer planes de promoción del proyecto para atraer más clientes. Premiar con algún producto la fidelidad de los comensales.
- Realizar un estudio periódico de la contaminación del medio ambiente.
- Investigar periódicamente los factores tecnológicos, para ofrecer nuevos productos, reduciendo la contaminación del medio ambiente.
- Utilizar los recursos naturales con responsabilidad para evitar la contaminación.

## Fuentes de consulta

- (1992). Diccionario Enciclopédico Larousse. México, sexta edición; 434.
- (1992). "Manual de puesto de restaurantes". Asociación de hoteles y moteles A. C. con la colaboración de la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, México, LIMUSA; 18.
- (2000) "Salvat Universal". Barcelona, España, tomo 17; 7791.
- (2000) "Salvat Universal". Barcelona, España, tomo 23; 10600.
- (2007). "Turismo, hotelería y restaurantes". Barcelona, Euroméxico, tomo III; 569, 591, 620-622.
- Acerenza, M. (1997). "Administración del turismo; conceptualización y organización", México, Trillas, Vol., 1; 46.
- Almacenes ANFORAMA S.A de c.v. (2008). [En línea] México, Disponible en: <http://www.almacenesanfora.com/webshop2/home/index.html>
- Baca, U. G. (2008). "Evaluación de Proyectos", México, Mc Graw Hill, Quinta edición.7-10, 14, 15, 17, 85, 91, 101, 103, 107, 160, 165,180, 216, 224, 227.
- Cabello, M. A. (2009). "Turismo y medioambiente: hacia un turismo sostenible". Universidad Alfonso X el sabio. [En línea] España. Disponible en: [http://www.uax.es/INFOTUR/TURISMO\\_Y\\_MEDIOAMBIENTE.htm](http://www.uax.es/INFOTUR/TURISMO_Y_MEDIOAMBIENTE.htm)
- Cajiga, C. J. (2010). "El concepto de Responsabilidad Social Empresarial", [En línea]. México. Disponible en: [http://www.cemefi.org/esr/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=9&id=25&Itemid=72](http://www.cemefi.org/esr/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=9&id=25&Itemid=72)

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, (2011). "Ley Federal del Trabajo", [En línea] México, Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/125.pdf>

Casasola, L. (1995). "Turismo y Ambiente", México, Trillas. 8,13. 57

Ceballos, L. H. (1998). "Ecoturismo. Naturaleza y Desarrollo Sostenible". Mexico, Diana. 4,66-67.

Chávez, P. J. (2005). "Ecoturismo TAP. Metodología para un Turismo Ambiental Planificado", México, Trillas. 16.

Comisión Nacional Forestal. (2008). "Transferencia de Tecnología y Divulgación sobre Técnicas para el Desarrollo Humano y Forestal Sustentable "Estufa Ahorradora de Leña". [En línea] México, Disponible en: <http://www.conafor.gob.mx/biblioteca/Construccion-sustentable-manual-Estufa-Ahorradora-de-Lena.pdf>

Comisión Nacional Forestal. (2008). "Transferencia de Tecnología y Divulgación sobre Técnicas para el Desarrollo Humano y Forestal Sustentable "Baño Seco". [En línea] México, Disponible en: [http://www.conafor.gob.mx/biblioteca/manual\\_bano\\_seco.pdf](http://www.conafor.gob.mx/biblioteca/manual_bano_seco.pdf)

Cooking Depot. (2009) [En línea] México, Disponible en: <http://www.cookingdepot.com.mx/>

Daniel, C. I. (2008). "El estudio de impacto ambiental: características y metodologías", Universidad del Centro Educativo Latinoamericano. [En línea] Argentina; 125. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/877/87702010.pdf>

Deffis, A. (1988). "La casa ecológica autosuficiente para climas templado y frío". México, Concepto; 10,26-39.

Díaz, I. A. (2007). "Ética y Responsabilidad Social de las empresas", [En línea]. España. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2010a/adi.htm>

Diccionario de la Real Academia Española. (2001). "Definición de empresa", (vigésima segunda edición), [En línea] España. Disponible en: [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=empresa](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=empresa)

Diccionario de la Real Academia Española. (2001). "Definición de impacto", (vigésima segunda edición), [En línea] España. Disponible en: [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=impacto](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=impacto)

Dirección de Concertación y Participación Ciudadana. (2006), "Guía de Ecotécnicas", Mexico; 10-20.

Douglas, E. et al, (2000). "Fundamentos de Administración Financiera", México, Pearson Educación; 45, 82, 83, 90.

Ecología en acción eco (2002). "¿Qué son las ecotécnicas o tecnologías amigables con el medio ambiente?" [En línea] México. Disponible en: <http://www.organi-k.org.mx/CMS/index.php?option=content&task=view&id=133&Itemid=131>

Ferrari, G., et al, (2009). "Principales tendencias en investigación en Turismo", España, Septem Ediciones, quinta edición; 160, 161, 166, 179.

Financiera Rural, (2011). "Financiamiento al Sector Turístico Rural", [En línea] México, Disponible en: [http://www.financierarural.gob.mx/Prog\\_prod\\_cred/Actividadesproductivasmediorural/Paginas/FinanciamientoalSectorTuristicoRural.aspx](http://www.financierarural.gob.mx/Prog_prod_cred/Actividadesproductivasmediorural/Paginas/FinanciamientoalSectorTuristicoRural.aspx)

Gestiopolis (2002). "ISO 14000". [En línea] México. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/iso14car.htm>

Gestiopolis (2002). "Sociedad cooperativa", [En línea] México, Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/45/socooperamex.htm>

González, et.al., (2008). "Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios" [En línea] México; 3. Disponible en: [http://antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/Estudio\\_Financiero.pdf](http://antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/Estudio_Financiero.pdf)

González, H. M. (2006). "Gestión ambiental de los impactos del turismo en espacios geográficos sensibles", Ecuador, Abya Yala. 185-186.

Grupo Reimse equipo y mobiliario para restaurantes. (2010). [En línea] México, Disponible en: <http://www.reimse.com/>

Guevara, M. (2008), "Estudio de factibilidad para el establecimiento de un restaurante de gastronomía yucateca en la ciudad de Texcoco". Universidad Autónoma del Estado de México; 47, 57-58, 62.

Herrera, A. y Velasco, J. (2009). "Estudio de factibilidad para la creación de un Spa para hombres de negocios en el municipio de Tepetzotlán", Universidad Autónoma del Estado de México; 34-35, 47.



Illapa S. L.P. (2008). "Estudio de factibilidad para la creación del restaurante la casa del pincho, en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi", Escuela Politécnica del Ejercito. 94-96, 100, 101, 133, 137, 138, 144, 150, 151. [En línea] Ecuador. Disponible en: <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/3062/T-ESPEL-0543.pdf?sequence=1>

Inpsicon. (2009). "Turismo responsable viajar con conciencia", [En línea] México. Disponible en: [http://www.inpsicon.com/elconsumidor/articulos/turismo%20responsable/turismo\\_responsable.pdf](http://www.inpsicon.com/elconsumidor/articulos/turismo%20responsable/turismo_responsable.pdf)

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de Hidalgo (2005). "Enciclopedia de los Municipios de México: Estado de Hidalgo". [En línea] México. Disponible en: <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/hidalgo/municipios/13024a.htm>

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de Hidalgo. (2005). "Glifo". [En línea] México. Disponible en: <http://www.inafed.gob.mx/work/templates/enciclo/hidalgo/municipios/13024a.htm>

Joanne, R. (2003). Theme and experience restaurant design: A theory. Washington State University; 4-5. [En línea] Washington. Disponible en: [http://research.wsulibs.wsu.edu/xmlui/bitstream/handle/2376/121/r\\_simpson\\_091203.pdf?sequence=1](http://research.wsulibs.wsu.edu/xmlui/bitstream/handle/2376/121/r_simpson_091203.pdf?sequence=1)

Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). "Fundamentos de Marketing", México, Pearson Educación, sexta edición; 230, 231, 233.

Lacruz, M. F. (2005). "La empresa ambientalmente responsable. Una visión de futuro. Instituto investigaciones económicas y sociales de la Universidad de los Andes, Venezuela", Núm. 21 enero-diciembre; [En línea] Venezuela; 39-41, 44,46. Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/19316/2/articulo2.pdf>

Libera, B. B. (2007), "Impacto, impacto social y evaluación del impacto" [En línea] La Habana, Cuba. Disponible en: [http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15\\_3\\_07/aci08307.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci08307.htm)

López, M., Aceres, J., et.al, (2008). "Estudio administrativo... un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión". [En línea] México; 2. Disponible en: <http://antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/estudioadmtivo.pdf>

Mapa Macrolocalización de Huasca de Ocampo Hidalgo (2005). [En línea] México. Disponible en: [www.kalipedia.com/kalipediamedia/geografia/media/200805/12/geomexico/](http://www.kalipedia.com/kalipediamedia/geografia/media/200805/12/geomexico/)

Martínez, M. C. y Pedraza, A. V. (2004). Aplicación de métodos de localización para una restaurant-bar temático en la isla de Tenerife. Puebla, Mexico. Universidad de las Américas Puebla. 6,7.

Masri, D.A.S. y Robles, P. M. L. (1997). "La industria Turística: hacia la sustentabilidad". Mexico, Diana; 6,8-10, 17, 57, 66.

Mcintosh, R. et al, (2005). "Turismo, planeación, administración y perspectivas", México, Lumisa Wiley; 397.

Mio planet.org. (2009). "Construcción de un sanitario ecológico". [En línea] México, disponible en: <http://mioplanet.org/la-ruta-de-la-caca-possible-soluci%C3%B3n-construcci%C3%B3n-de-un-ba%C3%B1o-seco>

Moblibar, muebles para restaurantes, cafeterías y bares. (2010). [En línea] México, Disponible en: <http://www.moblibar.com.mx/>

Morfín H. M. C. (2001). Administración de comedor y bar, Mexico, Trillas; 9.

Nieto, A. e Iglesias, F. (2000). *“La empresa informativa”*, España, Ariel Comunicación, segunda edición; 16.

Ortega, C. A. (2006). “Proyecto de investigación”, México, CECSA, cuarta edición; 41, 43, 48, 91,101, 102, 103, 131, 199, 206.

Parque Bosque de las Truchas (2010). ”Mapa Microlocalización”. [En línea] México. Disponible en: <http://www.bosquesanmiguelregla.com/mapabosque.htm>

Pérez, H. M. (1999). “La guía del Ecoturismo. Cómo conservar la naturaleza a través del turismo”, México, Mundi-Prensa; 87, 92, 96.

Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA). (2010). “Subprocuraduría de Auditoría Ambiental”. [En línea] México. Disponible en: [http://www.profepa.gob.mx/innovaportal/v/3750/1/mx/subprocuraduria\\_de\\_auditoria\\_ambiental.html](http://www.profepa.gob.mx/innovaportal/v/3750/1/mx/subprocuraduria_de_auditoria_ambiental.html)

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, (2006). “Turismo Sustentable”, [En línea] Panamá. Disponible en: [http://www.pnuma.org/industria/turismo\\_sustentable.php](http://www.pnuma.org/industria/turismo_sustentable.php)

Programa Organización Productiva para Mujeres Indígenas, (2008). “Ecotécnicas. Material de difusión para campesinos indígenas” [En línea] México. Disponible en: [http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=704&Itemid=1](http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=704&Itemid=1)

Protección civil, (2011). Lineamientos de Seguridad. [En línea] México, Disponible en: <http://www.proteccioncivil.df.gob.mx/mpreventivas.html>

Revista Hosteltur (2007). “La responsabilidad de la empresa turística pasa del ámbito medioambiental al social” [En línea] España. Disponible en: [http://www.hosteltur.com/40550\\_responsabilidad-empresa-turistica-pasa-ambito-medioambiental-al-social.html](http://www.hosteltur.com/40550_responsabilidad-empresa-turistica-pasa-ambito-medioambiental-al-social.html)

Revista técnico ambiental teorema ambiental. (2011). “Energías limpias potencial desaprovechado” “potencial de las energías renovables”; Año 16, Revista Bimestral Abril / Mayo 2011, 25-27. [En línea] México. Disponible en: <http://www.teorema.com.mx/>

Sandoval H. L. I. (2010). “Sistema de Apoyo para la Evaluación Financiera de Proyectos” (SAAFI), Copia IE2010-004 Autorizada para uso de la Incubadora de Empresas de INCUBASK-UAEM.

Sandoval, S. et al, (2006). “Ecoturismo: Operación, Técnica y Gestión Ambiental”, México, Trillas; 15, 16, 17, 21, 23, 28.

Sapag, N. y Sapag, R. (2003). “Preparación y evaluación de proyectos”, Universidad de Chile, McGraw Hill, cuarta edición; 17-31.

Secretaria de Turismo (SECTUR). (2007). "ELEMENTOS para evaluar el impacto económico, social y ambiental del turismo de naturaleza en México", México, SECTUR; 19,21.

Secretaria de Turismo (SECTUR). (2010). "Programa Moderniza" [En línea] México. Disponible en: [www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_Programa\\_Moderniza](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Programa_Moderniza)

Serrano, B. R. C. y Morales M. M. (2009). "Turismo sustentable y desarrollo local. En áreas silvícolas". [En línea] México. Disponible en: <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev8/e05.html>

Sociedad Educadora, (2004). "Empresa Socialmente Responsable", [En línea] México. Disponible en: [http://www.sociedadeducadora.org/html/programas/foro\\_reto\\_mt\\_empresa\\_04.html](http://www.sociedadeducadora.org/html/programas/foro_reto_mt_empresa_04.html)

Valenzuela, L.F (2007). "Medio ambiente, empresa socialmente responsable y racionalidad ambiental". *Internacional Journal of Good Conscience*. [En línea] Colombia; 2(1):105-122. Disponible en: [http://www.spentamexico.org/v2-n1/2\(1\)%20104-122.pdf](http://www.spentamexico.org/v2-n1/2(1)%20104-122.pdf)

Wanderley, L. R. (2008). "Responsabilidad Socio-Ambiental empresarial para el desarrollo humano local en el Noroeste de Brasil". [En línea] Brasil. Disponible en: [http://www.hegoa.ehu.es/congreso/bilbo/komu/2\\_D.Humano\\_Local/9\\_Rodrigo-Lima.pdf](http://www.hegoa.ehu.es/congreso/bilbo/komu/2_D.Humano_Local/9_Rodrigo-Lima.pdf)

Zamorano, C.F.M. (2002). "Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados, animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo", México, Trillas; 137, 138, 135.

## Anexo

### Diseño del cuestionario

A continuación se presenta el diseño del cuestionario, que se utilizó para recabar información acerca del estudio de mercado.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE  
MÉXICO

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

LICENCIATURA EN TURISMO

**OBJETIVO GENERAL:** Identificar el mercado potencial para conocer el perfil del visitante, sus gustos y preferencias; y los productos y servicios que se ofrecerán en la propuesta del Restaurante Temático en el Parque Bosque de las Truchas, San Miguel Regla. Los resultados son confidenciales y sólo se utilizarán en investigación de tesis de grado.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X, o conteste las preguntas según su criterio.

#### DATOS GENERALES:

##### A) Perfil del visitante

1.- Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

2.- Sexo:  1-M  2-F 3.- Estado Civil: 1.soltero  2.casado  3.viudo  4.divorciado

5.otro: \_\_\_\_\_

4.- Ocupación: \_\_\_\_\_

5.- Nivel de Escolaridad:

- 1.Básico  Primaria/Secundaria  
2. Medio superior, técnico   
3. Superior   
4. Maestría, doctorado

6. Edad:

7. Ingreso Mensual: 1. de \$1000 y \$2000  2. de \$2000 y \$3000  3. de \$3000 a \$4000  4. de \$4000 a \$5000   
5.más de \$6000

8. Número de integrantes de la familia: 2  3  4  5  6  más

9. ¿Cuál es el principal motivo para visitar el Parque Bosque de las Truchas?

1. Vacaciones  4. Por deporte   
2. Visitar a familiares / amigos  5. Por placer y diversión   
3. Salud  6. Otro: \_\_\_\_\_

10. ¿Qué medios de comunicación utilizó para obtener información acerca del bosque de las truchas?

1. Televisión / Radio  5. Agencias de viaje   
2. Revistas / Periódicos  6. Internet   
3. Libros / Enciclopedias  7. Guías turísticas   
4. Amigos / familiares  8. Otro: \_\_\_\_\_

11. Aproximadamente, ¿Cuánto es su gasto durante su visita al Parque Bosque de Las Truchas?
1. Menos de \$500  4. De \$1,501 a \$2,000
2. De \$501 a \$1,000  5. Otro: \_\_\_\_\_
3. De \$1,001 a \$1,500

**DATOS DE INTERÉS:**

- 12.- ¿Cuándo usted visita el Parque Bosque de las Truchas, normalmente quién lo acompaña?
1. Familia  2. Pareja  3. Amigos  4. Solo

- 13.- Si su respuesta es familia o amigos: ¿cuántos son los integrantes? 2  3  4  5  6  más

- 14.- ¿Cuándo usted visita el Parque Bosque de las Truchas, hace uso de los servicios de restaurante?
- Si  No

- 15.- ¿Utiliza las instalaciones del Parque para preparar sus alimentos?
- Si  No

- 16.- ¿Qué opina, respecto a la instalación de un restaurante temático cuyo tema central sea el bosque en el Parque Bosque de las Truchas?

Totalmente de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo  Totalmente en desacuerdo

(+2)  (+1)  (0)  (-1)  (-2)

- 17.- ¿Le gustaría contar con un servicio de un restaurante temático, cuya ambientación sea la del bosque?
- Totalmente de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo  Totalmente en desacuerdo
- (+2)  (+1)  (0)  (-1)  (-2)

**B) Elementos para el restaurante temático**

- 18.- Para usted ¿qué características debe tener un restaurante temático cuya ambientación esté enfocada a un bosque? (Puede contestar más de una opción)

1. Menú temático
2. Ambientación y decoración acorde al tema
3. Materiales distintivos del tema utilizados en el mobiliario y loza
4. Otro (especifique): \_\_\_\_\_

**C) Materiales para el restaurante temático**

- 19.- ¿Qué tipo de materiales de construcción le gustaría que tuviera el restaurante temático?
1. Madera
2. Piedra
3. Ladrillo
4. Instalaciones con tecnologías amigables al ambiente (baños secos, pisos ecológicos, cocinas solares)
5. Otro (especifique): \_\_\_\_\_

**D) Servicios dentro del restaurante temático**

- 20.- ¿Qué actividades le agradaría que tuviera el restaurante temático, para conocer algunas características del bosque y su importancia?

(Puede contestar más de una opción)

1. Talleres infantiles de reciclaje
2. Transmisión de documentales (respecto al medio ambiente)
3. Animación con botargas
4. Visitas guiadas por las hortalizas
5. Otro (especifique): \_\_\_\_\_

- 21.- ¿Está de acuerdo de que se lleven a cabo estas actividades dentro del restaurante?

Totalmente de acuerdo  De acuerdo  Indiferente  En desacuerdo  Totalmente en desacuerdo

(+2)  (+1)  (0)  (-1)  (-2)

22.- ¿Qué tipo de platillos le gustaría que se sirvieran en el restaurante temático?

(Puede contestar más de una opción)

- |                 |                          |                          |                                      |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| 1. Típicos      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 5. Con decoración del tema del lugar |
| 2. Vegetarianos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 6. De especialidades                 |
| 3. Orgánicos    | <input type="checkbox"/> |                          | 7. Otro (especifique): _____         |
| 4. Sofisticado  | <input type="checkbox"/> |                          |                                      |

23.- Enumere del 1 al 4 las características que usted busca en un platillo.

- |                 |                          |                          |                              |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
| 1. Originalidad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 4. Precio                    |
| 2. Tamaño       | <input type="checkbox"/> |                          | 5. Otro (especifique): _____ |
| 3. Decoración   | <input type="checkbox"/> |                          |                              |

24.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona, por el servicio brindado en el restaurante temático?

- |                |                          |                |                          |       |
|----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|-------|
| 1. \$50-\$100  | <input type="checkbox"/> | 3. \$151-      | <input type="checkbox"/> | \$200 |
| 2. \$101-\$150 | <input type="checkbox"/> | 4. \$250-\$300 | <input type="checkbox"/> |       |

Tiene una sugerencia con respecto al proyecto, háganosla saber:

---

*Muchas gracias por su atención prestada y por la valiosa información que ha brindado.*

Anexo: Cuestionario 01

### **Resultados:**

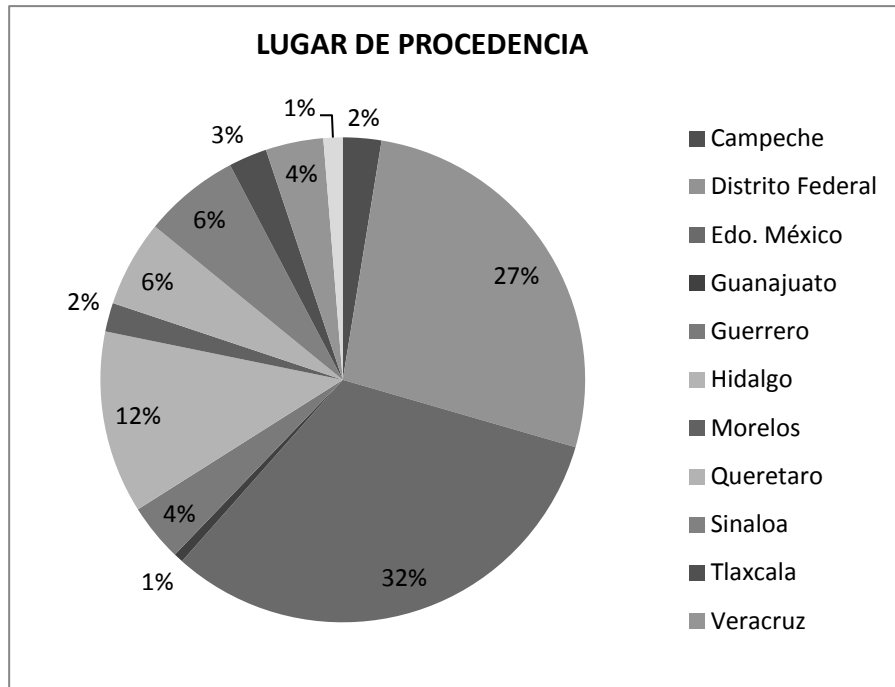
A continuación encontraremos el análisis realizado en base a los resultados obtenidos, los cuales sean graficado para visualizar los datos logrados en el orden que se encuentran según el diseño del cuestionario anteriormente mostrado.

DATOS GENERALES: A) PERFIL DEL VISITANTE.

LUGAR DE PROCEDENCIA	N° VISITANTES	%ENCUESTADOS
Campeche	4	2%
Distrito Federal	42	27%
Edo. México	50	32%
Guanajuato	1	1%
Guerrero	6	4%
Hidalgo	19	12%
Morelos	3	2%
Querétaro	9	6%
Sinaloa	10	6%
Tlaxcala	4	3%
Veracruz	6	4%

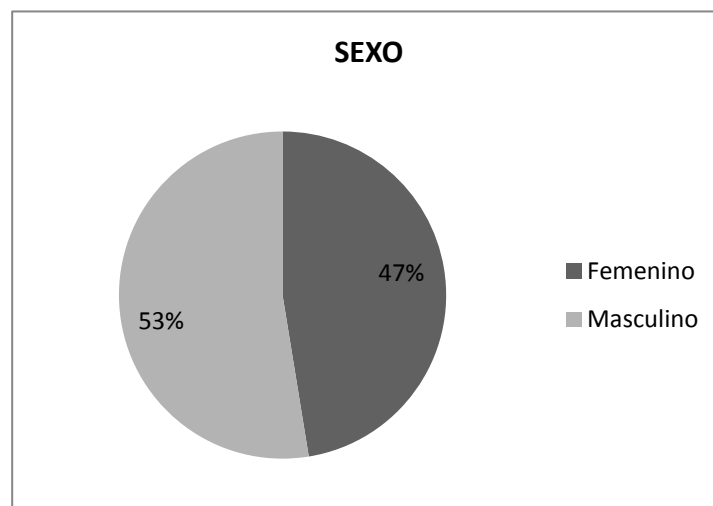


<b>Zacatecas</b>	2	1%
<b>Total</b>	156	100%



Gráfica 1

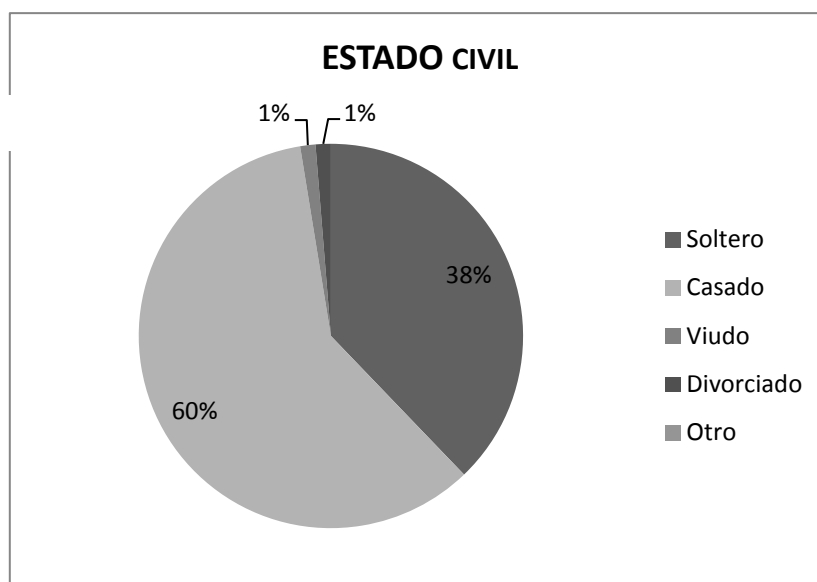
SEXO	N° VISITANTES	%ENCUESTADOS
<b>Femenino</b>	74	47%
<b>Masculino</b>	82	53%
<b>Total</b>	156	100%



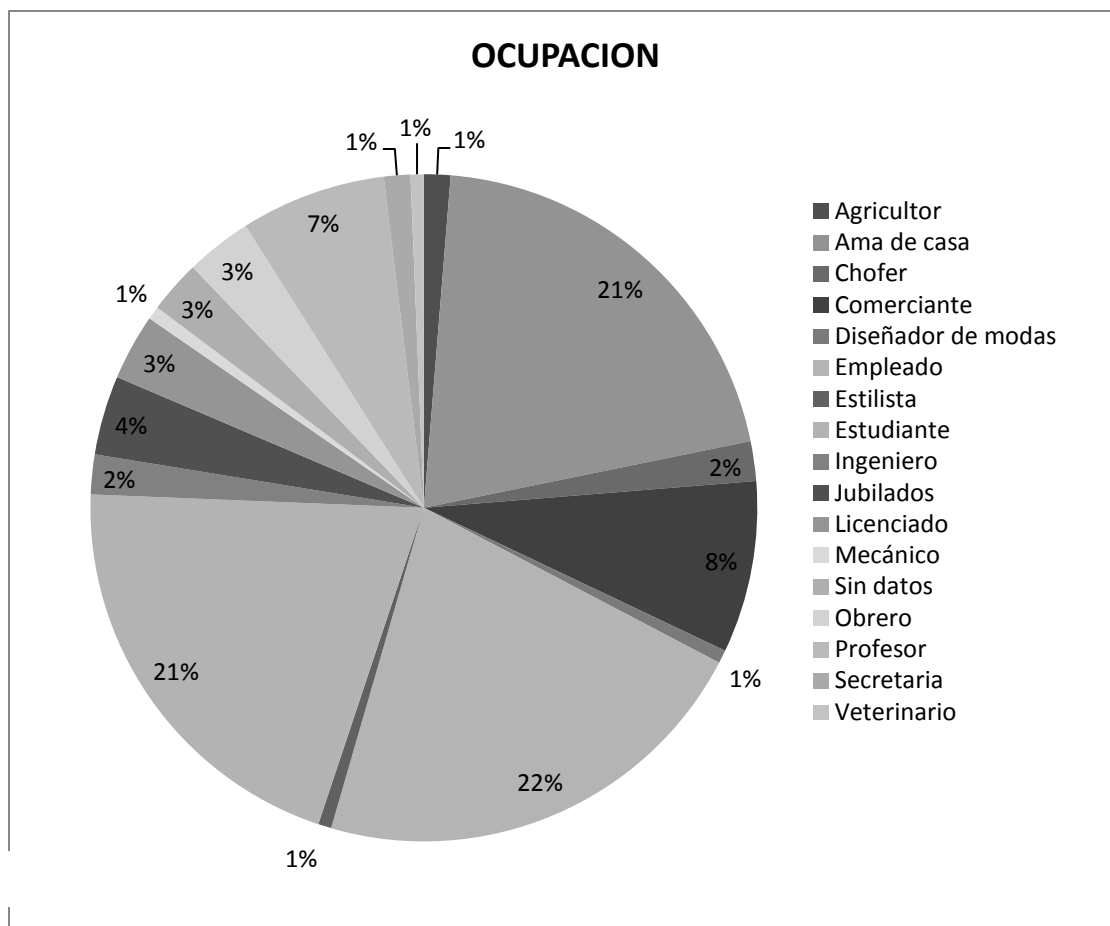
Gráfica 2

ESTADO CIVIL	N° VISITANTES	%ENCUESTADOS
Soltero	59	38%
Casado	93	60%
Viudo	2	1%
Divorciado	2	1%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Grafica 3

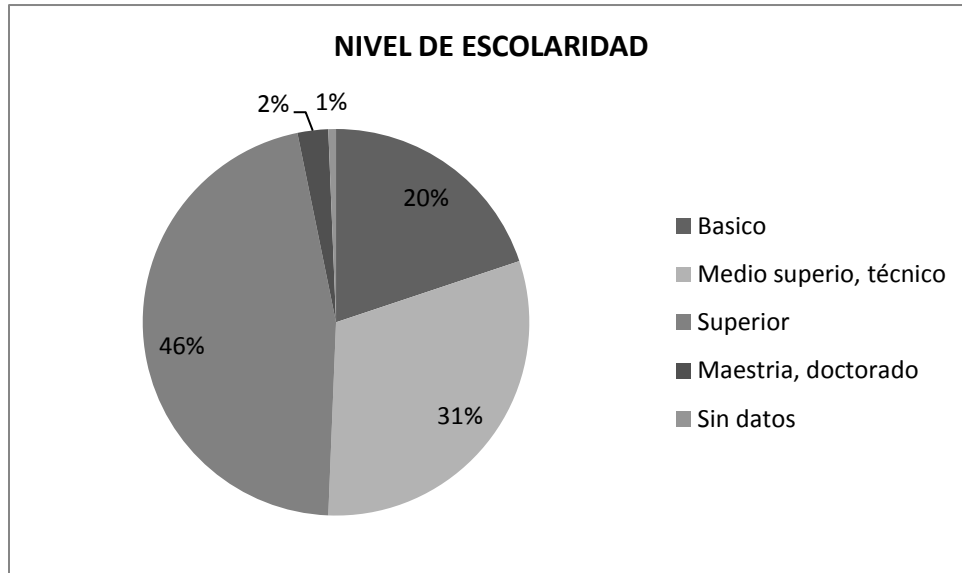


OCUPACION	N° VISITANTES	%ENCUESTADOS
Agricultor	2	1%
Ama de casa	32	21%
Chofer	3	2%
Comerciante	13	8%
Diseñador de modas	1	1%
Empleado	34	22%
Estilista	1	1%
Estudiante	32	21%
Ingeniero	3	2%
Jubilados	6	4%
Licenciado	5	3%
Mecánico	1	1%
Sin datos	4	3%
Obrero	5	3%
Profesor	11	7%
Secretaria	2	1%
Veterinario	1	1%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>



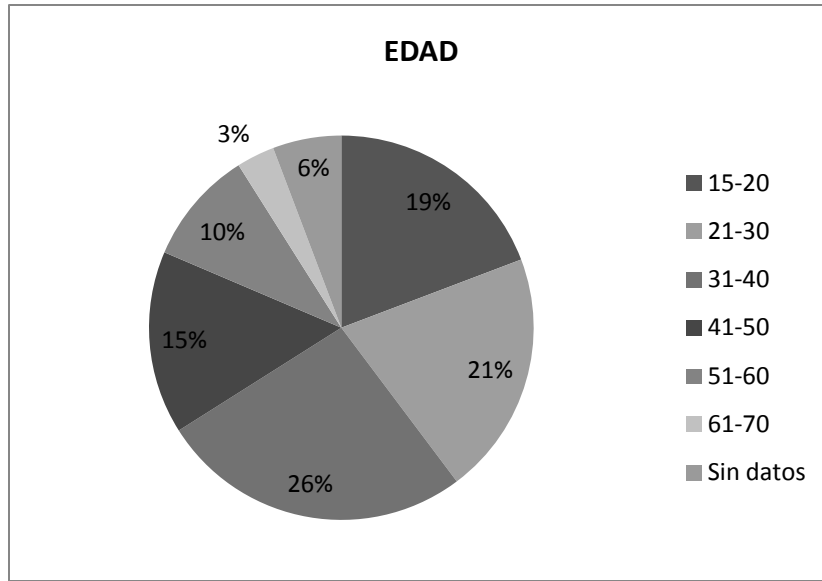
Grafica 4

NIVEL DE ESCOLARIDAD	Nº VISITANTES	%ENCUESTADOS
Básico	31	20%
Medio superior, técnico	48	31%
Superior	72	46%
Maestría, doctorado	4	2%
Sin datos	1	1%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>



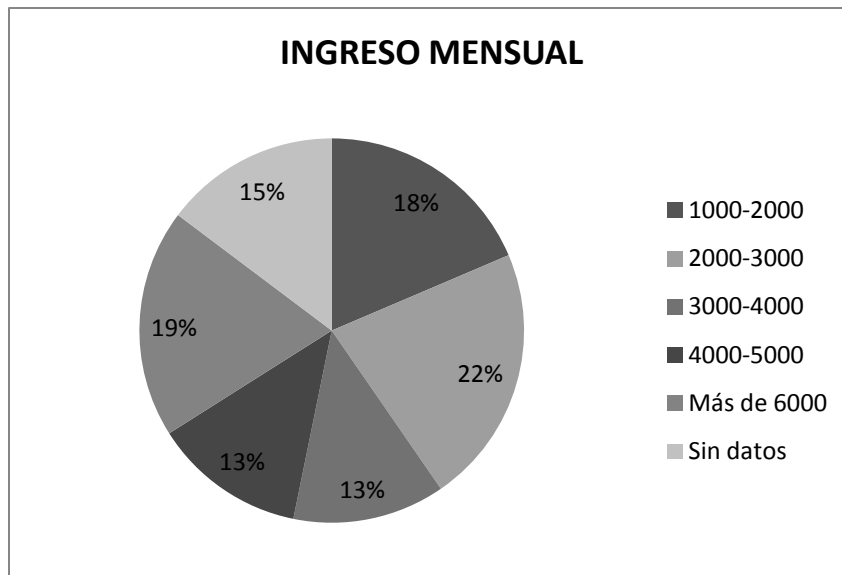
Grafica 5

EDAD	Nº VISITANTES	%ENCUESTADOS
15-20	30	19%
21-30	32	21%
31-40	41	26%
41-50	24	15%
51-60	15	10%
61-70	5	3%
<b>Sin datos</b>	<b>9</b>	<b>6%</b>
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>



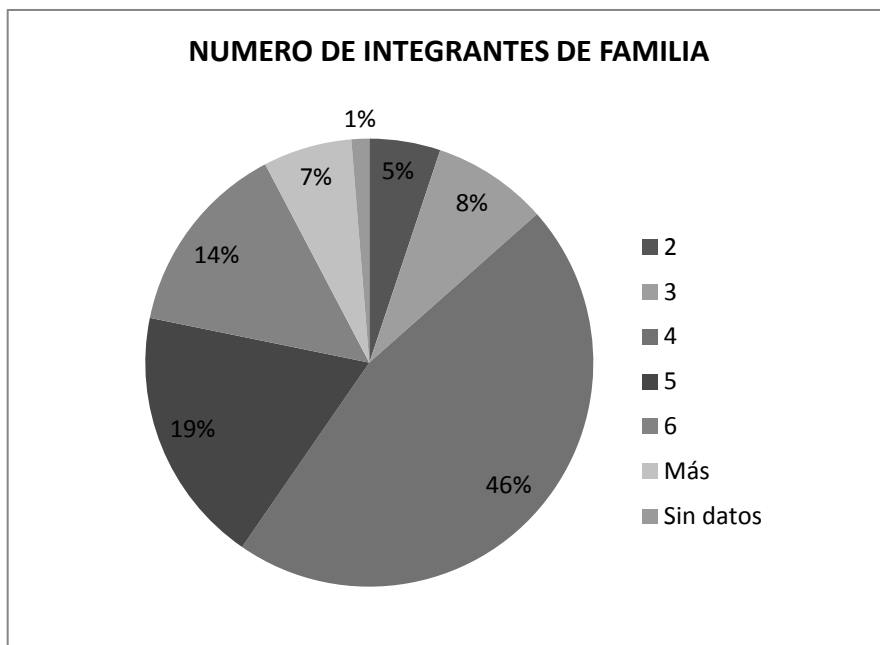
Grafica 6

INGRESO MENSUAL	NºVISITANTES	%ENCUESTADOS
1000-2000	29	18%
2000-3000	34	22%
3000-4000	20	13%
4000-5000	20	13%
Más de 6000	30	19%
Sin datos	23	15%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>



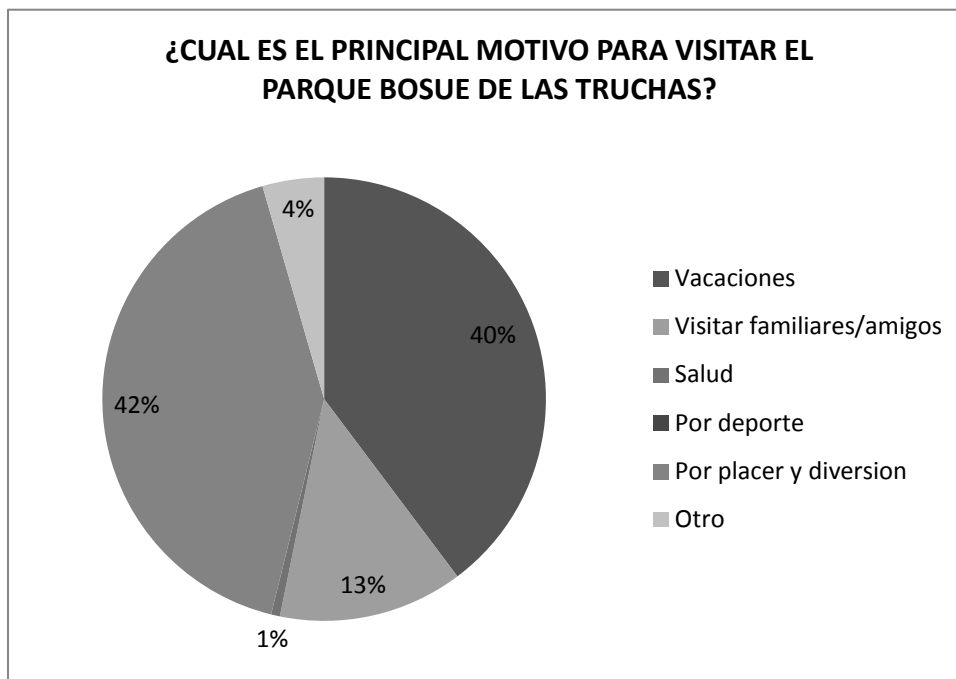
Grafica 7

Nº INTEGRANTES FAMILIA DE SU FAMILIA	Nº VISITANTES	%ENCUESTADOS
2	8	5%
3	13	8%
4	72	46%
5	29	19%
6	22	14%
Más	10	7%
Sin datos	2	1%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>



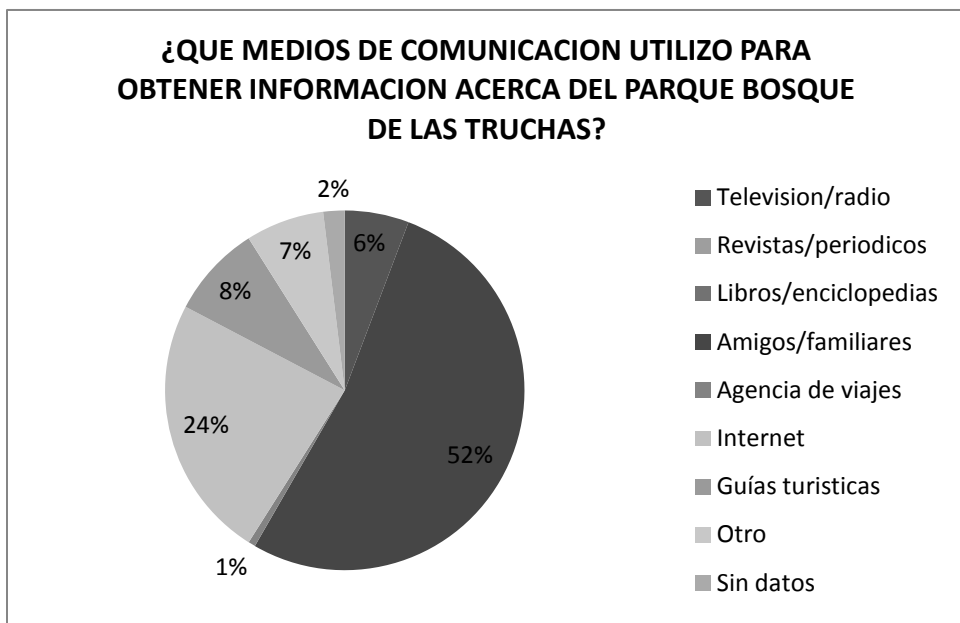
Grafica 8

¿CUÁL ES EL PRINCIPAL MOTIVO PARA VISITAR EL PARQUE BOSQUE DE LAS TRUCHAS?	Nº VISITANTES	%ENCUESTADOS
<b>Vacaciones</b>	62	40%
<b>Visitar familiares/amigos</b>	21	13%
<b>Salud</b>	1	1%
<b>Por deporte</b>	0	0%
<b>Por placer y diversion</b>	65	42%
<b>Otro</b>	7	4%
<b>Total</b>	156	100%



Grafica 9

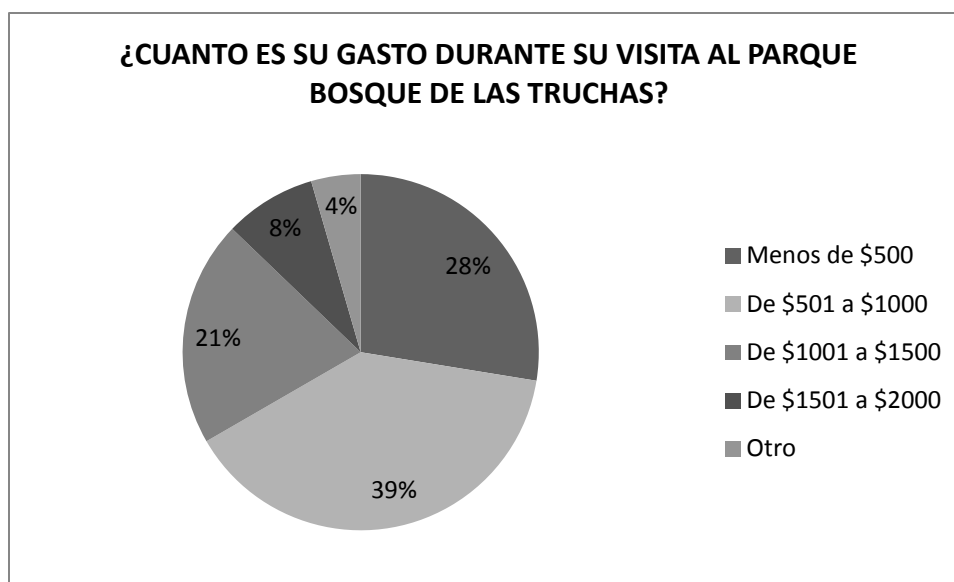
¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZÓ PARA OBTENER INFORMACION ACERCA DEL BOSQUE DE LAS TRUCHAS?	Nº VISITANTES	%ENCUESTADOS
Televisión/radio	9	6%
Revistas/periódicos	0	0%
Libros/enciclopedias	0	0%
Amigos/familiares	82	52%
Agencia de viajes	1	1%
Internet	37	24%
Guías turísticas	13	8%
Otro	11	7%
Sin datos	3	2%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>



Grafica 10



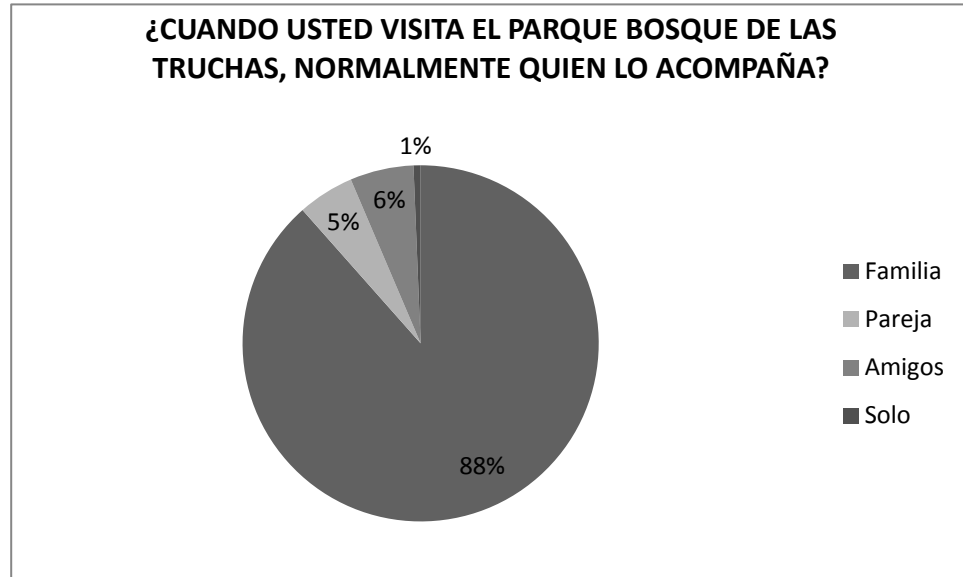
¿CUÁNTO ES SU GASTO DURANTE SU LA VISITA AL PARQUE BOSQUE DE LAS TRUCHAS?	Nº VISTANTES	%ENCUESTADOS
Menos de \$500	43	28%
De \$501 a \$1000	61	39%
De \$1001 a \$1500	32	21%
De \$1501 a \$2000	13	8%
Otro	7	4%
<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>



Grafica 11

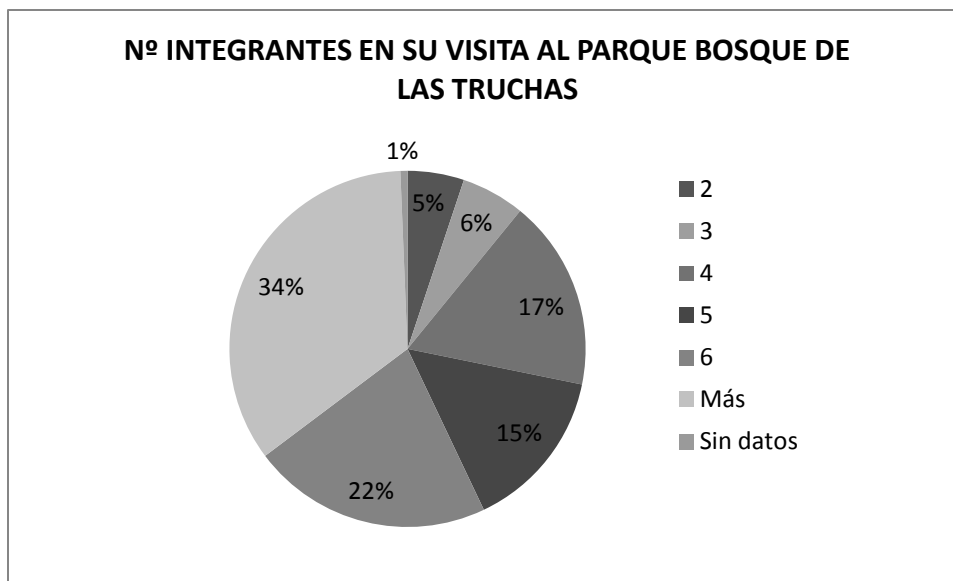
DATOS DE INTERES:

¿CUÁNDO USTED VISITA EL PRQUE BOSQUE DE LAS TRUCHAS, NORMALMENTE QUIEN LO ACOMPAÑA?	Nº VISITANTES	%ENCUESTADOS
Familia	138	88%
Pareja	8	5%
Amigos	9	6%
Solo	1	1%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>



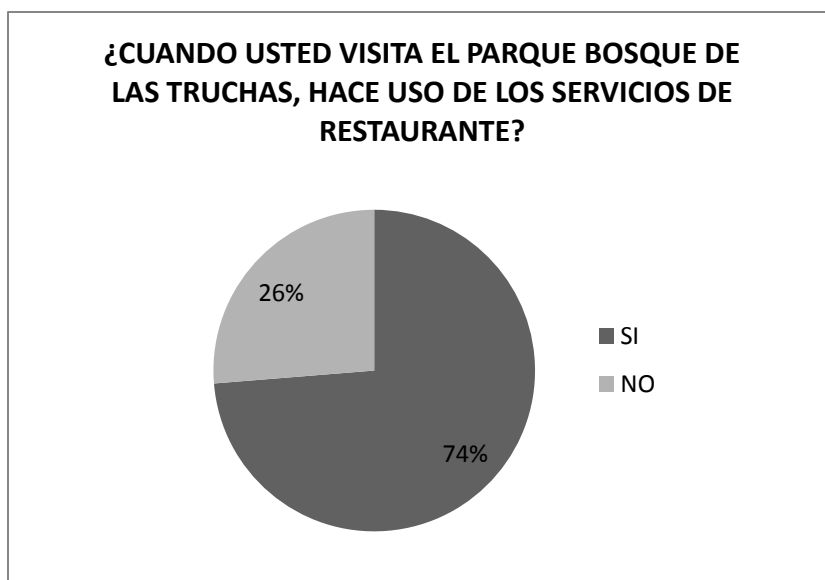
Grafica 12

<b>NºINTEGRANTES EN SU VISITA AL PARQUE BOSQUE DE LAS TRUCHAS</b>	<b>Nº VISITANTES</b>	<b>%ENCUESTADOS</b>
<b>2</b>	8	5%
<b>3</b>	9	6%
<b>4</b>	27	17%
<b>5</b>	23	15%
<b>6</b>	34	22%
<b>Más</b>	54	34%
<b>Sin datos</b>	1	1%
<b>Total</b>	156	100%



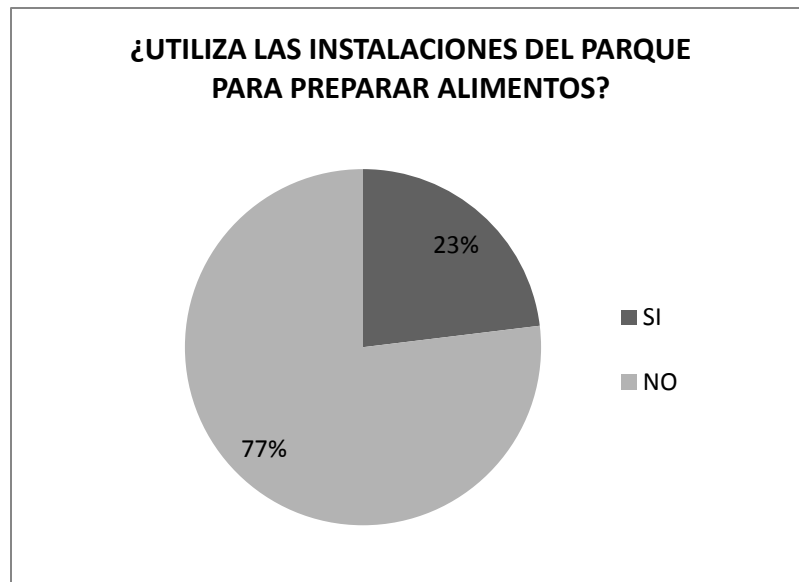
Grafica 13

¿HACE USO DE LOS SERVICIOS RESTAURANTE?	Nº VISITANTES	% ENCUESTAS
<b>SI</b>	115	74%
<b>NO</b>	41	26%
<b>Total</b>	156	100%



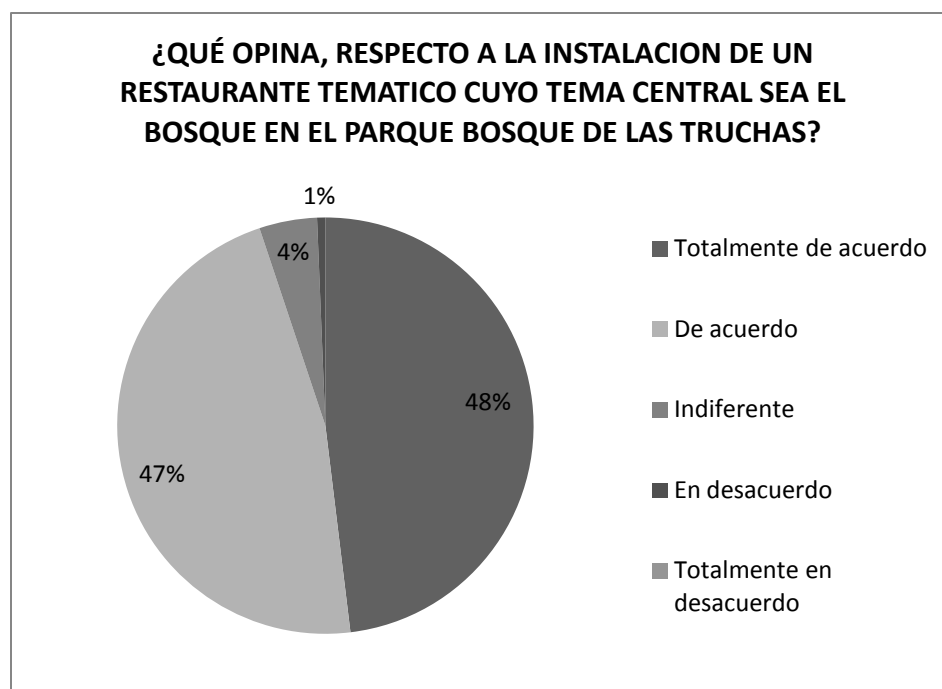
Grafica 14

<b>¿UTILIZA LAS INSTALACIONES DEL PARQUE PARA PREPARAR ALIMENTOS?</b>	<b>Nº VISITANTES</b>	<b>%ENCUESTADOS</b>
<b>SI</b>	36	23%
<b>NO</b>	120	77%
<b>Total</b>	156	100%



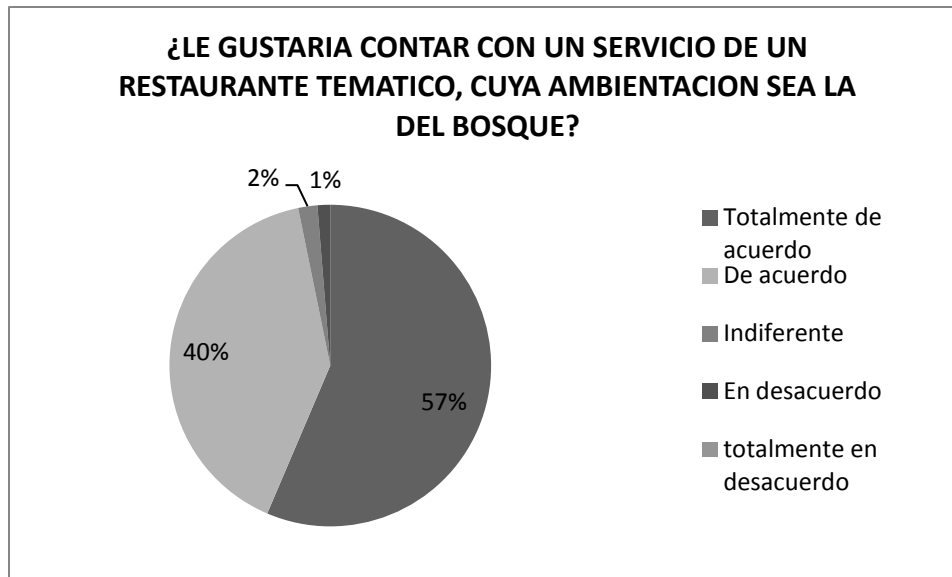
Grafica 15

<b>¿QUÉ OPINA, RESPECTO A LA INSTALACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO CUYO TEMA CENTRAL SEA EL BOSQUE DENTRO DEL PARQUE BOSQUE DE LAS TRUCHAS?</b>	<b>Nº VISITANTES</b>	<b>%ENCUESTADOS</b>
<b>Totalmente de acuerdo</b>	75	48%
<b>De acuerdo</b>	73	47%
<b>Indiferente</b>	7	4%
<b>En desacuerdo</b>	1	1%
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	0	0%
<b>Total</b>	156	100%



Grafica 16

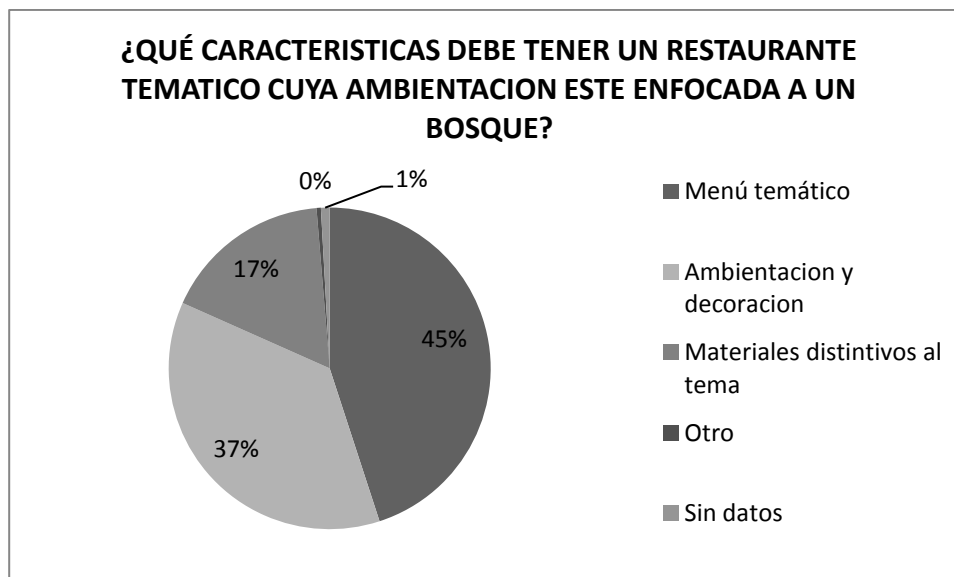
¿LE GUSTARÍA UN SERVICIO DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO, CUYA AMBIENTACIÓN SEA LA DEL BOSQUE?	Nº VISITANTES	%ENCUESTADOS
<b>Totalmente de acuerdo</b>	88	57%
<b>De acuerdo</b>	63	40%
<b>Indiferente</b>	3	2%
<b>En desacuerdo</b>	2	1%
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	0	0%
<b>Total</b>	156	100%



Grafica 17

#### A) ELEMENTOS PARA EL RESTAURANTE TEMÁTICO

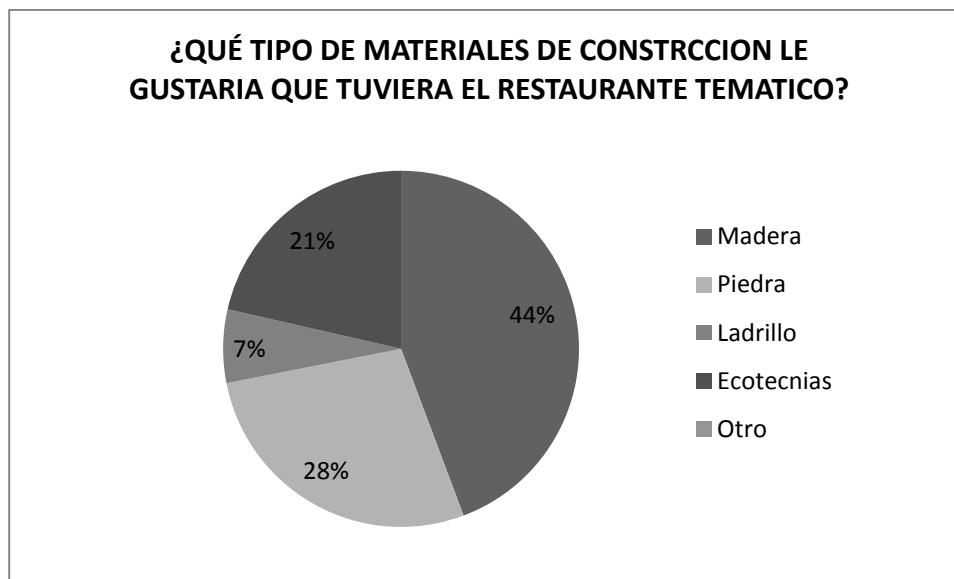
¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DEBE DE TENER UN RESTAURANTE TEMÁTICO CUYA AMBIENTACIÓN ESTE ENFOCADA A UN BOSQUE?	NºVISITANTES	%ENCUESTADOS
<b>Menú temático</b>	103	45%
<b>Ambientación y decoración</b>	84	37%
<b>Materiales distintivos al tema</b>	39	17%
<b>Otro</b>	1	
<b>Sin datos</b>	2	1%
<b>Total</b>	229	100%



Grafica 18

## B) MATERIALES PARA EL RESTAURANTE TEMÁTICO

¿QUÉ TIPO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN LE GUSTARÍA QUE TUVIERA EL RESTAURANTE TEMÁTICO?	NºVISITANTES	%ENCUESTADOS
Madera	93	44%
Piedra	58	28%
Ladrillo	14	7%
Ecotecnias	45	21%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

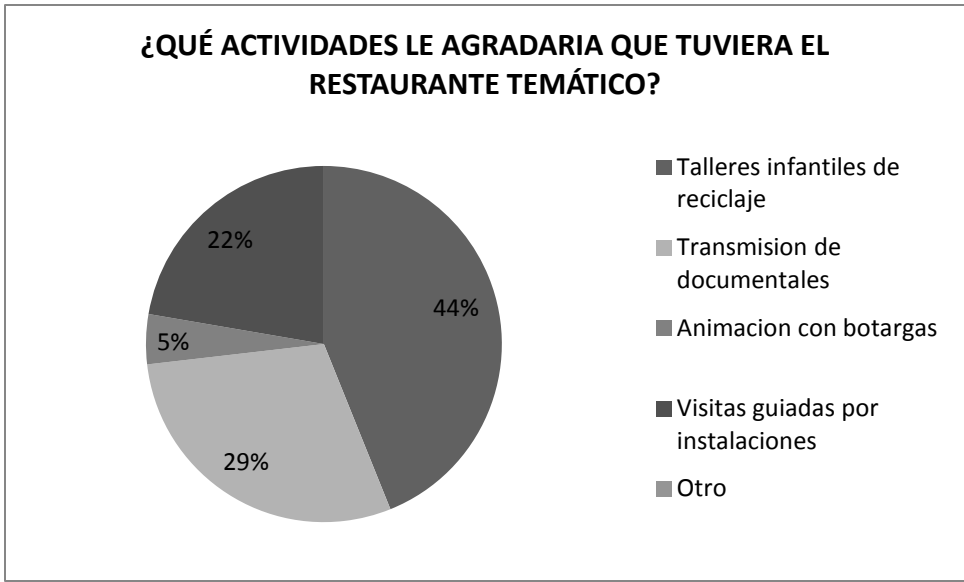


Grafica 19

### C) SERVICIOS DENTRO DEL RESTAURANTE TEMATICO

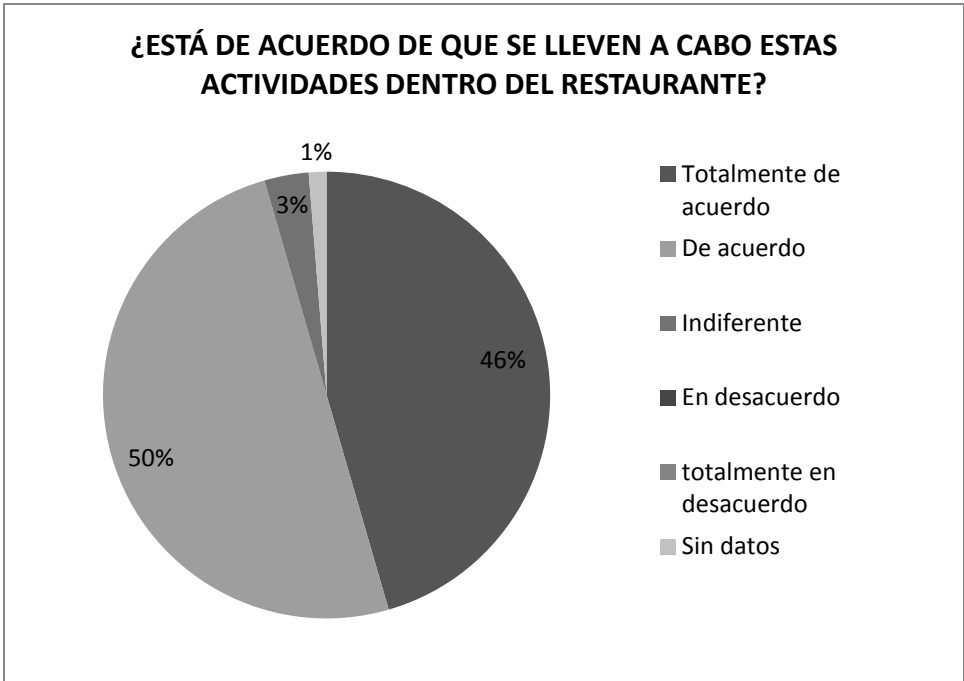
¿QUÉ ACTIVIDADES LE AGRADARÍA QUE TUVIERA EL RESTAURANTE TEMÁTICO, PARA CONOCER ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL BOSQUE Y SU IMPORTANCIA?	Nº VISITANTES	%ENCUESTADOS
Talleres infantiles de reciclaje	126	44%
Transmisión de documentales	84	29%
Animación con botargas	13	5%
Visitas guiadas por instalaciones	64	22%
Otro	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>287</b>	<b>100%</b>





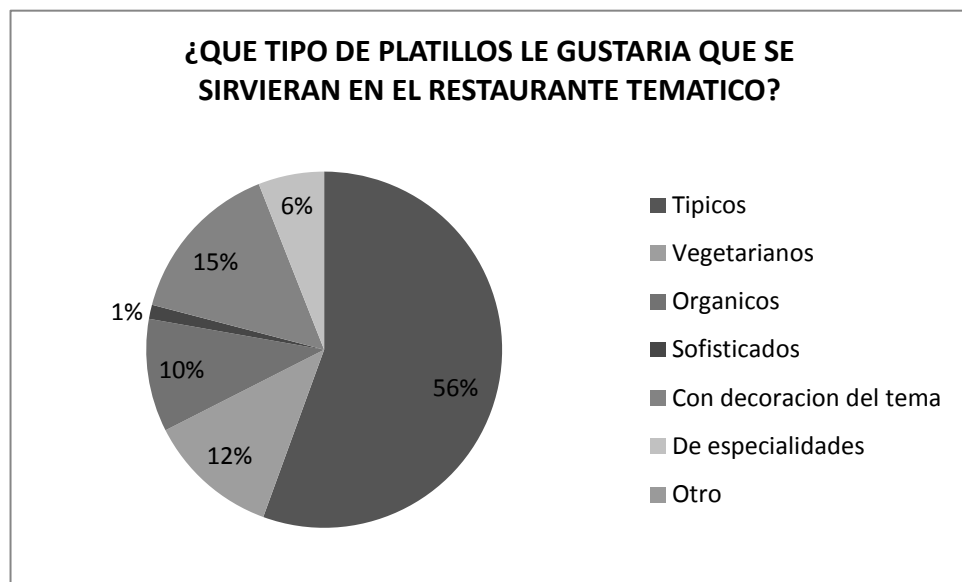
Grafica 20

¿ESTA DE ACUERDO DE QUE SE LLEVEN ACABO ESTAS ACTIVIDADES DENTRO DEL RESTAURANTE?	Nº VISITANTES	%ENCUESTADOS
<b>Totalmente de acuerdo</b>	71	46%
<b>De acuerdo</b>	78	50%
<b>Indiferente</b>	5	3%
<b>En desacuerdo</b>		
<b>totalmente en desacuerdo</b>		
<b>Sin datos</b>	2	1%
<b>Total</b>	156	100%



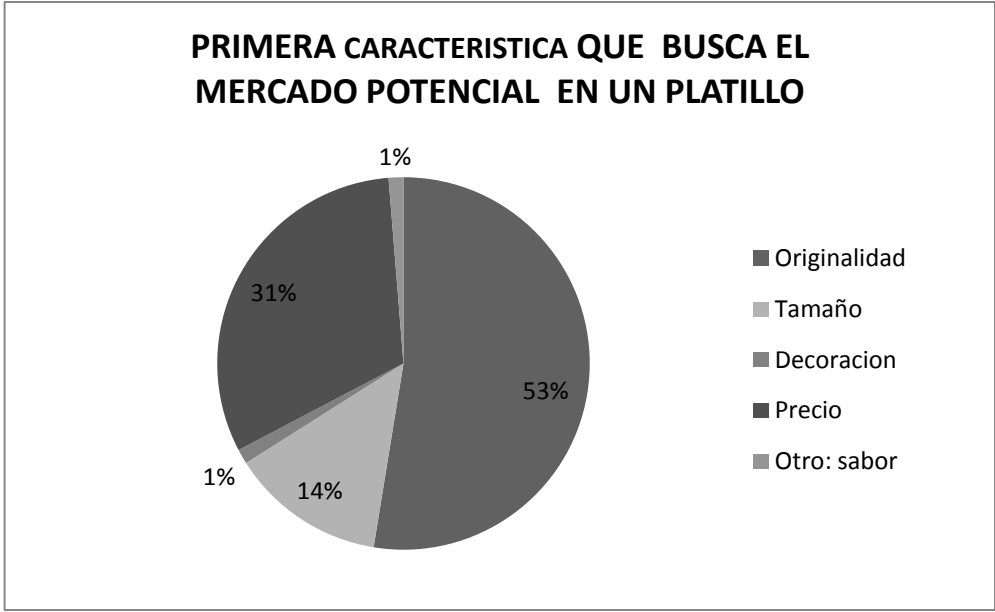
Grafica 21

¿QUÉ TIPO DE PLATILLOS LE GUSTARIA QUE SE SIRVIERAN EN EL RESTAURANTE TEMATAICO?	Nº VISITANTES	%ENCUESTADOS
Típicos	130	56%
Vegetarianos	28	12%
Orgánicos	24	10%
Sofisticados	3	1%
Con decoración del tema	35	15%
De especialidades	14	6%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>234</b>	<b>100%</b>



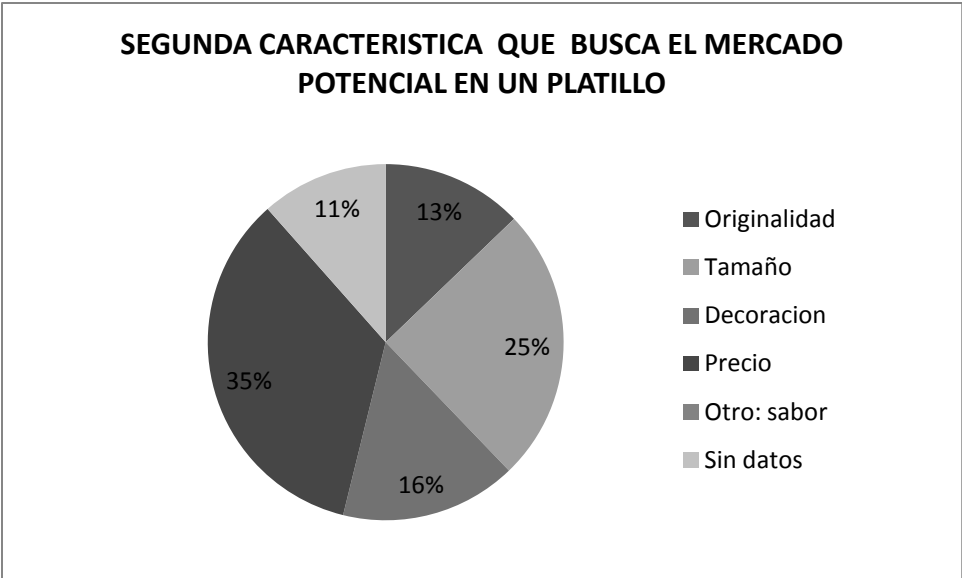
Grafica 22

CARACTERISTICAS QUE SE BUSCAN EN UN PLATILLO		
PRIMERA CARACTERISTICA QUE BUSCA EL MERCADO POTENCIAL EN UN PLATILLO	Nº ENCUESTADOS	%ENCUESTADOS
Originalidad	82	53%
Tamaño	21	14%
Decoración	2	1%
Precio	49	31%
Otro: sabor	2	
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>99%</b>



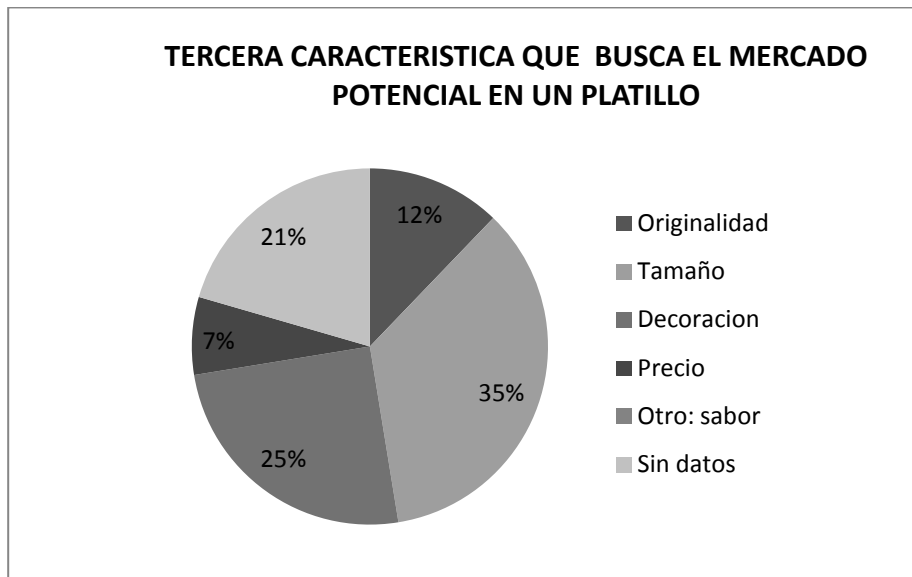
Grafica 23-A

CARACTERISTICAS QUE SE BUSCAN EN UN PLATILLO		
SEGUNDA CARACTERISTICA QUE BUSCA EL MERCADO POTENCIAL EN UN PLATILLO	N° ENCUESTADOS	%ENCUESTADOS
Originalidad	20	13%
Tamaño	39	25%
Decoración	25	16%
Precio	54	35%
Otro: sabor	0	0%
Sin datos	18	11%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>



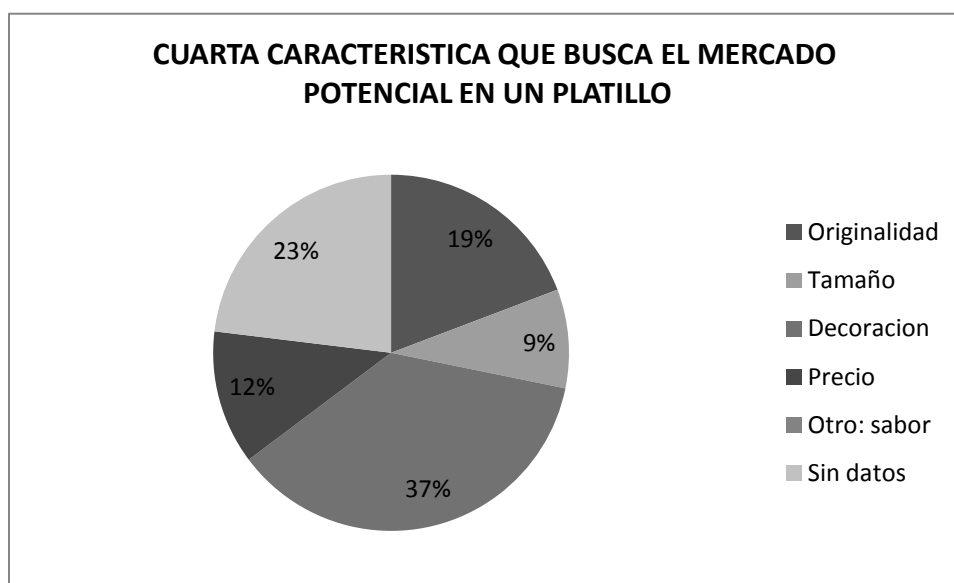
Grafica 23-B

<b>CARACTERÍSTICAS QUE SE BUSCAN EN UN PLATILLO</b>		
<b>TERCERA CARACTERÍSTICA QUE BUSCA EL MERCADO POTENCIAL EN UN PLATILLO</b>	<b>N° ENCUESTADOS</b>	<b>%ENCUESTADOS</b>
<b>Originalidad</b>	19	12%
<b>Tamaño</b>	55	35%
<b>Decoración</b>	39	25%
<b>Precio</b>	11	7%
<b>Otro: sabor</b>	0	0%
<b>Sin datos</b>	32	21%
<b>Total</b>	156	100%



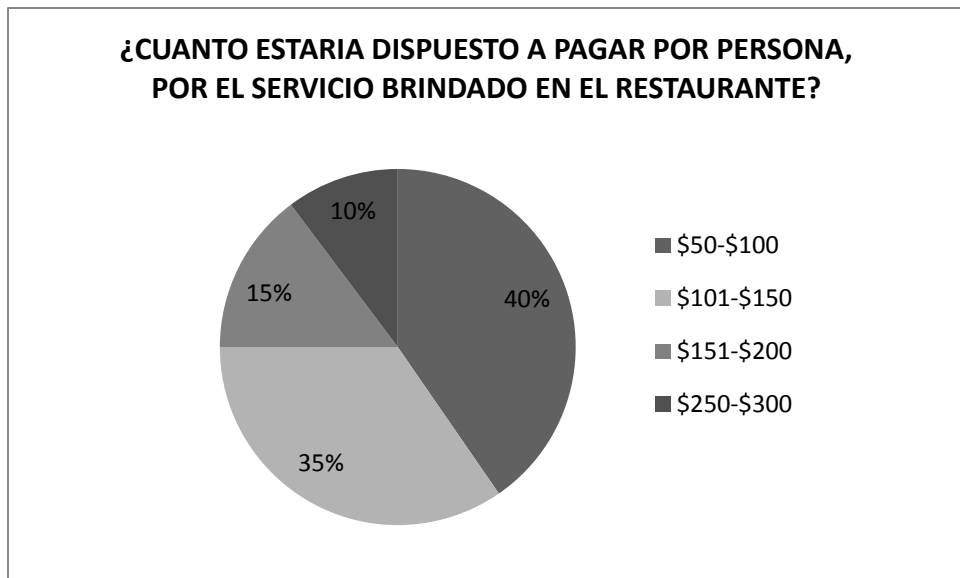
Grafica 23-C

<b>CARACTERÍSTICAS QUE SE BUSCAN EN UN PLATILLO</b>		
<b>CUARTA CARACTERÍSTICA QUE BUSCA EL MERCADO POTENCIAL EN UN PLATILLO</b>	<b>N° ENCUESTADOS</b>	<b>%ENCUESTADOS</b>
<b>Originalidad</b>	30	19%
<b>Tamaño</b>	14	9%
<b>Decoración</b>	57	37%
<b>Precio</b>	19	12%
<b>Otro: sabor</b>	0	0%
<b>Sin datos</b>	36	23%
<b>Total</b>	156	100%



Grafica 23-D

¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA POR EL SERVICIO BRINDADO EN EL RESTAURANTE TEMÉTICO?	N°ENCUESTADOS	%ENCUESTADOS
\$50-\$100	63	40%
\$101-\$150	54	35%
\$151-\$200	23	15%
\$250-\$300	16	10%
Total	156	100%



Grafica 24

## **DISEÑO DE LA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA:**

Objetivo General: Conocer el interés de los ejidatarios del Parque Bosque de las Truchas, San Miguel Regla, acerca de la construcción de un restaurante temático enfocado al ecosistema de bosque.

Datos sociodemográficos: Edad, género, ocupación, tiempo de residencia local, tiempo de pertenecer a la organización del Parque Bosque de las Truchas.

1. ¿Para usted que es el medio ambiente?
2. ¿Estaría interesado en implementar un restaurante temático, dentro del parque Bosque de las Truchas?
3. ¿Le agrada la temática del bosque para un restaurante?
4. ¿Existe un lugar disponible para la construcción de del restaurante temático?
5. ¿Qué son para usted las ecotécnicas?
6. ¿Cree que con la utilización de ecotécnicas dentro del restaurante temático, se reduzcan contaminantes hacia el bosque?
7. ¿Qué tipo de ecotécnicas conoce?
8. ¿Cree que los visitantes acepten un restaurante con ecotécnicas?
9. ¿Cómo se podrá aumentar el nivel de consciencia de la comunidad local y de los visitantes?
10. ¿Qué actividades ambientales podrán incluirse para realizarse dentro del restaurante temático?
11. ¿De qué manera se podrá reducir el impacto negativo del visitante en el Parque Bosque de las Truchas?
12. ¿Le gustaría participar en el proceso del desarrollo del proyecto?

Anexo 02: Guión entrevista