



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO



PLAN DE NEGOCIOS DEL PARQUE ECOTURÍSTICO “ECOBAMBÚ”, EN LA  
COMUNIDAD DE AGUA BENDITA, TENANCINGO

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADAS EN TURISMO

PRESENTAN:

ROSALÍA PALACIOS VILLAFUERTE

BEATRIZ MORALES GARCÍA

DIRECTORES DE TESIS:

M. en C. y T.E. IVETTE MICHELLE VALDESPÍN VALDÉS

C.P. PEDRO ARROYO SOTO

ASESORA:

M.A.N.I. MARCELA JUÁREZ LÓPEZ

Tenancingo, México, Marzo 2014



# Agradecimientos

A Dios por permitirme cumplir con un hermoso sueño, tanto mío como de mis padres, si estudiaran vivos se sentirían muy orgullosos de mí, sé que desde donde se encuentran compartirán mi alegría de verme realizada profesionalmente.

A mis hijas por su comprensión y por toda su paciencia, cuando por las actividades de la escuela no estaba en casa y tuvieron que ayudarme tanto.

A mi esposo por su apoyo, paciencia y comprensión, a la familia Muñiz López por su ayuda incondicional en estos últimos meses.

A mis maestros que día a día compartieron la aventura de iniciar esta Universidad y transmitirnos sus conocimientos.

A todos mis compañeros con los que viví momentos increíbles e inolvidables en nuestro diario vivir de la Licenciatura en Turismo, de los cuales tengo



recuerdos imborrables pero sobre todo a Fabiola, Vero y Lili, las cuales me apoyaron siempre, con las que forme un equipo incomparable.

A Bety mi gran compañera de aventura con la que condivi para la realización de esta tesis y con la que pase momentos de alegría, de tristezas y sacrificios, Te quiero mucho.

A mi amiga Mónica que compartió sus conocimientos conmigo.

A Michelle, al contador Pedro y a la maestra Marcela, por todo su apoyo para la realización de esta Tesis.

Al contador Ricardo por su ayuda incondicional.

A Gianelli que nos brindó sus conocimientos. Anfrés Díaz de León y Marcos Ramírez Guadarrama por sus diseños, mil gracias.

A todas y cada una de las personas que nos ayudaron para la realización de esta Tesis.



# *Dedicatoria*

*Esta Tesis se la dedico a mis hijas:*

*Stephanie y Ana Karen*

*Porque son mi razón de vivir, por las que me levanto día con día con ganas de seguir adelante como madre, como mujer y como profesionista.*

*Esperando ser un ejemplo de vida, para que siempre cumplan sus sueños y sobre todo terminen una carrera pues es la mejor herencia que les podemos dar su papá y yo.*

*Les dedico esta Tesis porque me impulsaron con sus palabras de aliento que me daban y porque me siento tan orgullosa de ser su madre pues son más de lo que yo soñaba, Dios me envió dos Ángeles el día que llegaron a mi vida.*



Universidad Autónoma del Estado de México  
UAEM

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO



Tenancingo, Estado de México; 07 de Marzo de 2014.

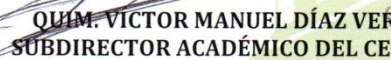
**BEATRIZ MORALES GARCÍA**  
**PASANTE DE LA LICENCIATURA DE TURISMO**  
**PRESENTE**

Por este conducto comunico a Usted, que con base en el Reglamento de Facultades y Escuelas Profesionales de la UAEM que en su Capítulo VIII artículo 120, 121 y 122, así como el Reglamento de Opciones de Evaluación Profesional de la UAEM Capítulo I artículo 6º, puede proceder a realizar la elaboración en formato electrónico del trabajo de tesis denominada **Plan de Negocios del Parque Ecoturístico "Ecobambú", en la Comunidad de Agua Bendita, Tenancingo** y continuar con los trámites y requisitos requeridos para efecto de poder sustentar su examen profesional y obtener el título de **LICENCIADA EN TURISMO**.

Sin otro particular, quedo a sus apreciables órdenes.

Atentamente

**PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO**  
**"2014, 70 Aniversario de la Autonomía ICLA-UAEM"**

  
**QUÍM. VÍCTOR MANUEL DÍAZ VERTIZ**  
**SUBDIRECTOR ACADÉMICO DEL CENTRO**  
**UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**



C. c. p. L. T. Gemma Irais Nava Pedroza .- Encargada del Departamento de Evaluación Profesional.  
C. c. p. Archivo  
VMDV/vfr.



Tenancingo, México a 07 de Marzo de 2014.

**QUIM. VÍCTOR MANUEL DÍAZ VÉRTIZ**  
**SUBDIRECTOR ACADÉMICO DEL CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**  
**PRESENTE:**

Por este conducto reciba un cordial y afectuoso saludo, al tiempo le informo a usted que las P.L.T. Rosalía Palacios Villafuerte con número de cuenta 7900783 y Beatriz Morales García con número de cuenta 9914900; han realizado las correcciones pertinentes en la tesis denominada Plan de Negocios del Parque Ecoturístico "Ecobambú", en la Comunidad de Agua Bendita, Tenancingo; donde los revisores C.P. Ricardo Reyes González y el Dr. Tirzo Castañeda Martínez han aprobado con comentarios.

Sin más por el momento me despido de Usted, no sin antes reiterarme a sus apreciables órdenes.

**ATENTAMENTE**

-----  
M. en C. y T.E. Ivette Michelle Valdespín Valdés





CAMT26112013

Tenancingo, Estado de México, a 26 de noviembre de 2013

**L. en G. Gabriela Alejandra Ambrosio Arzate**  
**Jefa del Departamento de Evaluación Profesional**  
**Centro Universitario UAEM Tenancingo**

**PRESENTE:**

Estimada Licenciada Ambrosio, en atención a la revisión de tesis que me fue asignada el día 12 de noviembre de 2013, intitulada Plan de Negocios del Parque Ecoturístico "Ecobambú", en la Comunidad de Agua Bendita, Tenancingo, escrita por las P. L. en T. Palacios Villafuerte Rosalía y Morales García Beatriz, le informo que el trabajo se aprueba con comentarios.

Sin más por el momento, reciba un cordial saludo.

**ATENTAMENTE**

.....  
Dr. Tirzo Castañeda Martínez  
Profesor Tiempo Completo  
Centro Universitario UAEM Tenancingo

c.c.p. Químico Víctor Manuel Díaz Vertiz, Subdirector Académico del Centro Universitario UAEM Tenancingo.





**Comentarios:**

- Se sugiere revisar la redacción de la hipótesis puesta que está escrita en forma de objetivo, además de valorar su pertinencia en un plan de negocios.
- En términos generales, el documento está escrito con una mezcla de tiempos, presente y futuro, dado que es un plan de negocios, no se puede asumir que el Parque Ecoturístico "Ecobambú" es una realidad.
- Es necesario revisar la redacción de algunos párrafos, sobre todo en introducción y metodología.
- Se debe fundamentar porque en metodología se hace referencia a la justificación, hipótesis y objetivos.
- En metodología considero no son pertinentes los métodos exploratorio y el descriptivo, en resultados no se refleja su utilidad y no se pueden asumir como diseño metodológico.
- En resultados, entiendo que el monto de inversión y ganancias es una proyección, pero en la realidad, ¿Es posible conseguir accionistas dispuestos a derogar cinco millones de pesos? ¿De verdad se puede recuperar tal inversión en un lapso de tres años?





UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO

Tenancingo, México a 26 de noviembre de 2013

L. EN G. GABRIELA ALEJANDRA AMBROSIO ARZATE  
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN PROFESIONAL  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO

**PRESENTE:**

Por este conducto me permito que es aprobado con comentarios el dictamen del trabajo escrito, y al mismo tiempo me permito exponer mi comentario crítico de la tesis con título **Plan de Negocios del Parque Ecoturístico "Ecobambú", en la Comunidad de Agua Bendita, Tenancingo**, precedido por las P. de Lic. Turismo **Moñales García Beatriz** con número de cuenta **9914900** y por **Palacios Villafuerte Rosalía** con número de cuenta **7900783** el comentario es el siguiente:

- La estructura se divide en partes, y en cada una de ellas el alumno suele poner la columna vertebral de su argumentación, inclusive a veces se da que haya una idea principal por parte de ellos y no sea tan claros los comentarios críticos de las definiciones citadas en el trabajo de tesis.
- Por otra parte no existen comentarios en relación a los tiempos claros de los actos de ejecución.
- Esencialmente el objetivo desaparece en diversos escenarios del plan de negocios.
- Considerando el objetivo desaparece en diversos escenarios del plan de negocios.
- Considerando que la tesis posee una idea principal tengo cuestionamientos sobre su visión global.

  
ATENTAMENTE

C.P. RICARDO REYES GONZALEZ  
PROFESOR DE ASIGNATURA  
CENTRO UNIVERSITARIO TENANCINGO

Ccp. Q. Víctor Manuel Díaz Vertíz, Subdirección Académica  
CCP. Archivo GAAA/DEP



## Índice

Resumen .....	1
Introducción .....	2
CAPÍTULO I: Protocolo de investigación .....	5
1.1 Planteamiento del Problema .....	6
1.2 Preguntas de Investigación .....	7
1.3 Hipótesis .....	7
1.4 Objetivos .....	7
1.4.1 Objetivo General .....	7
1.4.2 Objetivos Particulares .....	8
1.5 Justificación .....	9
1.6 Metodología .....	11
1.6.1 Método Exploratorio .....	11
1.6.2 Método Descriptivo .....	12
1.6.3 Método INCUBASK .....	13
1.6.4 Lineamientos de la Metodología INCUBASK: .....	15
CAPÍTULO II: Antecedentes .....	18
2.1 Los Proyectos Turísticos Alternativos en Comunidades Locales. ....	19
2.1.1 Antecedentes del Turismo Alternativo .....	20
2.2 Definición del Turismo Alternativo .....	22
2.3 El turismo de Naturaleza como Modalidad del Turismo Alternativo .....	25
2.4 Definición del Turismo de Naturaleza .....	26
2.5 Los Productos y Servicios Turísticos .....	39
2.6 Desarrollo Sustentable en Proyectos Turísticos .....	52
2.7 Los Parques Turísticos de Naturaleza en el Estado de México .....	58
2.8 La planificación de una Empresa Turística .....	61
CAPÍTULO III: <i>Plan de Negocios</i> .....	63
3.1 Resumen Ejecutivo .....	64
3.2 Descripción del Proyecto .....	67



3.2.1	Descripción del Negocio .....	67
3.2.1.1	Misión .....	69
3.2.1.2	Visión .....	69
3.2.1.3	Valores de la Empresa .....	69
3.2.1.4	Objetivos y Estrategias .....	70
3.2.1.5	BCG .....	72
3.2.2.2	Necesidades que atiende .....	74
3.2.2.3	Aplicación Comercial .....	74
3.2.2.4	Ventaja Competitiva.....	75
3.2.2.5	Análisis FODA .....	75
3.3	Estudio de Mercado .....	76
3.3.1	Segmentación y Descripción del Mercado Meta.....	76
3.3.2	Análisis de la Competencia.....	81
3.3.2.1	Identificación de los competidores Actuales .....	83
3.3.2.2	Identificación de los Competidores Potenciales.....	84
3.3.2.3	Determinación de los Factores Claves de Éxito de la Competencia..	87
3.3.4	Cuantificación de la Oferta.....	90
3.3.5	Contrastación de la Oferta y la Demanda .....	91
3.3.6	Plan de Mercadotecnia .....	92
3.4	Estudio Técnico.....	97
3.4.1	Especificaciones Técnicas del Servicio .....	97
3.4.2	Descripción del Proceso de Prestación de Servicio.....	102
3.4.3	Determinación de la Capacidad de prestación de Servicios.....	103
3.4.4	Descripción de Equipo e Instalaciones .....	103
3.4.5	Requerimiento de Materia Prima .....	105
3.4.6	Diseño, distribución y Ubicación del Parque.....	106
3.4.7	Diseño Arquitectónico de Cabañas.....	108
3.4.8	Diseño Arquitectónico de Canopy.....	110
3.4.9	Programa de Prestación de Servicios.....	111
3.5	Estudio Administrativo.....	112



3.5.1	Organigrama y Áreas Funcionales de la Empresa .....	112
3.5.2	Determinación de Sueldos y Números de Empleos a Generar.....	113
3.5.3	Marco legal de la Organización .....	116
3.5.3.1	Constitución Legal y Régimen Fiscal.....	116
3.5.3.2	Licencias y Permisos para Iniciar Operaciones .....	116
3.5.3.3	Protección de la Propiedad Intelectual .....	119
3.6.	Estudio Financiero.....	120
3.6.1	Inversión Inicial .....	120
3.6.2	La inversión total.....	122
3.6.3	Pronostico de Ingresos .....	123
3.6.4	Análisis de Costos .....	127
3.6.4.1	Mano de Obra.....	127
3.6.4.2	Materia Prima .....	129
3.6.5	Pronósticos de Gastos de Operación .....	130
3.6.5.1	Gastos de Servicios.....	130
3.6.5.2	Gastos de Administración .....	131
3.6.6	Estados Financieros .....	132
3.6.6.1	Estado de Resultados.....	132
3.6.6.2	Balance General .....	133
3.6.6.3	Estados Flujo de Efectivo .....	134
3.6.7	Puntos a Analizar.....	135
3.6.8	Análisis de las Razones Financieras de Liquidez .....	135
3.6.8.1	Capital de Trabajo Neto.....	135
3.6.8.2	Índice de Solvencia.....	135
3.6.8.3	Prueba del Ácido .....	136
3.6.9	Análisis de las Razones Financieras de Administración de Activos	136
3.6.9.1	Días Promedio de Cobro .....	136
3.6.9.2	Rotación de Activos Netos.....	136
3.6.10	Análisis de las Razones Financieras de Apalancamiento o de Endeudamiento.....	137
3.6.10.1	Razón de Endeudamiento .....	137



3.6.11	Análisis de las Razones Financieras de Rentabilidad .....	137
3.6.11.1	Razón de Margen de Utilidad Bruta.....	137
3.6.11.2	Razón de Rendimiento sobre Activos Totales (ROA).....	138
3.6.11.3	Punto de Equilibrio .....	138
3.6.11.4	Periodo de Recuperación de la Inversión.....	139
3.6.11.5	Valor Presente Neto .....	140
3.6.11.6	Tasa Interna de Rendimiento (TIR) .....	141
3.6.12	Conclusiones de Estudio Financiero.....	142
3.7	Beneficios del Proyecto.....	143
	Conclusiones.....	146
	Propuestas .....	149
	Referencias Bibliográficas .....	151
	Anexos .....	157

## Resumen

Diseñar un plan de negocios para determinar que el Parque Ecoturístico “Ecobambú” es técnicamente viable y financieramente rentable es el objetivo de la presente investigación; partiendo del aprovechamiento de los recursos naturales del lugar.

La hipótesis se basa en la creación de un plan de negocios que proporcione información detallada y adecuada para establecer la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” que ofertará servicios de turismo de naturaleza, en la comunidad de Agua Bendita, Tenancingo; debido a que existe una riqueza natural en dicha comunidad, por lo que se procedió a elaborar un plan de negocios que permita llevar a cabo éste proyecto, tomando como base la metodología INCUBASK, desarrollada por la Universidad Autónoma del Estado de México.

Como resultado del plan de negocios, se detectó la existencia de una demanda de mercado por turistas de naturaleza en el municipio; además de saber que el proyecto del Parque Ecoturístico “Ecobambú” como empresa es técnica y financieramente viable de acuerdo con los estudios realizados; cumpliendo satisfactoriamente con la hipótesis y el objetivo planteado en la investigación.



## Introducción

A nivel mundial, el Turismo se ha convertido en una de las industrias más importantes debido a los ingresos que genera, a la creación de empleos y al desarrollo sociocultural, la preocupación de las empresas turísticas por proporcionar satisfacción al turista va en aumento al igual que las variedades de una oferta como el turismo alternativo.

El turismo alternativo es una modalidad actual, diferente al turismo convencional o de masas, que surge por la necesidad de un visitante o turista específico, con la conciencia ecológica e interés por conocer áreas naturales, pero al mismo tiempo protegerlas de un deterioro ambiental; en la cual la mano del hombre interviene muy poco pues el atractivo principal es la naturaleza en sí misma, respetando a la comunidad local que a su vez se ve beneficiada debido a la generación de empleos.

Actualmente en el Estado de México la tendencia del turismo alternativo se ha desarrollado en relación a los recursos naturales y culturales, además los ecoturistas, definidos como aquellos turistas con inquietudes ecológicas (Deffis Caso, 2000); son uno de los mayores contribuyentes para la economía municipal y para generar en las comunidades el desarrollo social y económico; tal es el caso del municipio de Tenancingo, en especial de la comunidad de Agua Bendita en donde se cuenta con un recurso natural y sin embargo no se han implementado estrategias que logren un desarrollo significativo en el ámbito turístico.

Las comunidades con potencial para desarrollar un turismo alternativo deben ser responsablemente organizadas y planeadas para evitar un deterioro ambiental, una explotación irracional y sobre todo un abuso indiscriminado de los recursos naturales, además de generar y promover el interés de las comunidades para prestar este tipo de servicios que beneficia a los tres pilares principales de la





sustentabilidad: económico, social y ambiental, partiendo de la sustentabilidad, las actividades y servicios a ofertar en la empresa serán desarrolladas bajo estos lineamientos.

Conforme a la sustentabilidad y su desarrollo en las comunidades, se presenta el proyecto turístico de la comunidad de Agua Bendita, Tenancingo, que tiene como finalidad evitar el deterioro del ambiente natural y contribuir al bienestar de los habitantes de la comunidad con el funcionamiento de una empresa turística sustentable que además ofrezca un beneficio económico para los empresarios involucrados en el Parque Ecoturístico “Ecobambú”.

Este proyecto cuenta con tres capítulos desarrollados funcionalmente con el protocolo de investigación, los antecedentes y el plan de negocios, aterrizando en las conclusiones y propuestas que se generaron a partir del documento; finalmente se encuentran los anexos y las referencias consultadas.

En el Capítulo I se integra el protocolo de investigación, en donde se expone el planteamiento del problema en la comunidad de Agua Bendita, Tenancingo; de igual manera se mencionan los métodos en los que se basará la investigación como son: el método exploratorio, descriptivo y el método INCUBASK con el cual se desarrolló el plan de negocios.

En el Capítulo II se encuentran los antecedentes del turismo alternativo y de naturaleza en donde se enfatiza la parte conceptual y referencial, abordando en primera instancia los proyectos alternativos en las comunidades; continuando con la definición y las características de cada uno de los componentes del turismo de naturaleza.

En el Capítulo III se encuentra el plan de negocios, organizado con el resumen ejecutivo, la descripción del proyecto, estudio de mercado, estudio técnico, estudio



administrativo, estudio financiero y finalmente los impactos y beneficio social, ambiental, económico, cultural y educativo; todo esto bajo una responsabilidad social y perspectiva empresarial

Al mismo tiempo se incluye las referencias bibliográficas y los anexos derivados de los capítulos.



# **CAPÍTULO I:** *Protocolo de investigación*





*Yo también hablo de la vuelta a la Naturaleza;  
aunque esa vuelta no significa ir hacia atrás, sino hacia delante.*

*Nietzsche*

## **1.1 Planteamiento del Problema**

Los problemas ambientales son tan distintos en cada municipio o región; tal es el caso de Tenancingo, Estado de México en donde encontramos acumulación de basura en las calles y el uso indiscriminado de fertilizantes, plaguicidas, fungicidas, insecticidas, herbicidas y agroquímicos en tierras destinadas al cultivo florícola y como consecuencias se manifiestan en la pobreza ambiental de la zona y el desgaste que durante 30 años que ha sufrido la tierra, sino también en la salud de los ciudadanos cuyos problemas principales causados por los plaguicidas incluyen: daño al sistema nervioso, cáncer, daños reproductivos (defectos de nacimiento, esterilidad, abortos, intoxicaciones, alteraciones hormonales, y afectación del sistema inmunológico, entre otros). (Arizmendi, 2000, pág. 20).

En un contexto más específico, se presenta la comunidad de Agua Bendita, Tenancingo en donde el abuso irracional de los recursos naturales es una constante; ésta comunidad participa en la tala clandestina e inmoderada de árboles; la venta ilícita de la tierra de monte y la producción de carbón que deterioran el equilibrio ecológico; todo esto provocado por la pobreza ya que de acuerdo a las estadísticas del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2010), la comunidad de Agua Bendita, Tenancingo en la que se desarrollará el proyecto empresarial; sufre de condiciones de marginación nivel cinco; hablamos de la población más pobre de éste municipio; en donde el rezago se calcula con la pobreza alimentaria, pobreza de capacidades y pobreza de patrimonio; motivos por los cuales durante años han dañado el medio ambiente en esta comunidad para su propia supervivencia (CONEVAL,



2010), dichas circunstancias obligan a la creación de alternativas que aminoren los estragos de dichos acontecimientos y por otro lado satisfacer las necesidades de un turista que es responsable con su entorno; es por ello que se presenta el desarrollo de un plan de negocios que contribuya al cuidado del medio ambiente, con un concepto que parta de la convivencia y la recreación en un ambiente natural y que genere el interés por lo ecológico y el cuidado del medio.

## 1.2 Preguntas de Investigación

- ❶ ¿Existe para el municipio de Tenancingo clientes potenciales interesados en el turismo de naturaleza y alojamiento característico de este tipo de mercado
- ❷ ¿El Parque Ecoturístico Ecobambú es técnicamente viable para ser implementado en la comunidad de Agua Bendita?
- ❸ ¿El proyecto del Parque Ecoturístico Ecobambú es financieramente rentable para su desarrollo?

## 1.3 Hipótesis

La creación de un plan de negocios proporcionará las herramientas adecuadas para establecer la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” que ofertará servicios de turismo de naturaleza, en la comunidad de Agua Bendita, Tenancingo.

## 1.4 Objetivos

### 1.4.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios que nos permita determinar la viabilidad y rentabilidad de un parque con servicios turísticos de naturaleza.



## 1.4.2 Objetivos Particulares

- ❶ Identificar y definir las necesidades turísticas que pudiera cubrir un parque ecoturístico en el municipio de Tenancingo.
- ❷ Desarrollar un estudio de mercado para conocer la estructura y tamaño del mismo, por medio del análisis de los competidores; identificando también las necesidades y gustos de los clientes potenciales para así satisfacer el segmento de mercado que identificado.
- ❸ Desarrollar un estudio administrativo para conocer el funcionamiento interno por el cual se regirá la empresa, mediante la aplicación de las mejores estrategias, planes y programas para el óptimo desempeño del recurso humano y a la vez que opere dentro del marco legal y establecido.
- ❹ Desarrollar un estudio técnico para conocer las operaciones de la empresa, localización y el tamaño del proyecto, así también saber el uso de la tecnología e ingeniería con la cual operará y finalmente los recursos materiales que utilizará para su funcionamiento.
- ❺ Desarrollar un estudio financiero para saber cuál es el costo total de operación de la empresa por medio de indicadores obtenidos de los estudios de mercado, administrativo y técnico; así como determinar su rentabilidad.
- ❻ Identificar los beneficios e impactos generados por el proyecto turístico a nivel municipal.



## 1.5 Justificación

Los recursos naturales en el Estado de México son una oportunidad para desarrollar proyectos turísticos que beneficien el progreso social y económico de los habitantes del Estado; sin embargo estos proyectos se han desarrollado de manera paulatina e improvisada; como es el caso de Tenancingo, Estado de México; en donde no se ha generado una continuidad en los proyectos dirigidos al sector turístico y por tanto tampoco se cuenta con estrategias para un desarrollo y crecimiento; esto se ve reflejado en el Anuario Estadístico de turismo 2011, en donde se muestra numérica y gráficamente información que resulta de gran utilidad para la toma de decisiones, en materia de desarrollo, inversión y promoción del turismo (Secretaría de Turismo, Gobierno del Estado de México, 2011); sin embargo el municipio no cuenta con dicha información que es de utilidad para la generación de estrategias que permitan el desarrollo de la actividad turística.

Basta mencionar que el municipio cuenta con un inventario turístico amplio que puede ser aprovechado para contribuir al desarrollo turístico como el parque Hermenegildo Galeana y el Santo Desierto del Carmen, la cascada del Salto de Santa Ana, la zona arqueológica de la Malinche.

De igual forma se destacan atractivos culturales como las ferias, su gastronomía, productos artesanales y las fiestas religiosas que proporcionan las bases para la práctica del turismo (Secretaría de Turismo, Gobierno del Estado de México, 2014).

Es necesario destacar que los avances en esta materia han llegado a la creación de un consejo consultivo municipal de turismo en Tenancingo; el cual es presidido por el presidente municipal, en el que como atribuciones se destaca el proponer





medidas y estrategias dirigidas a promover el desarrollo sustentable en sus distintas vertientes. (H. Ayuntamiento de Tenancingo, 2013, págs. 42,43)

No obstante, los problemas ambientales que se han manifestado alrededor del mundo como el cambio climático, la deforestación y el deterioro de los ecosistemas en general, son ahora un tema central en la sociedad, ya que ésta ha mostrado su interés en contrarrestar los efectos generados por la contaminación agua, tierra y aire; la visión de un planeta menos agredido obliga a que las personas busquen alternativas en su vida diaria, incluyendo el ¿cómo hacer el turismo de una manera responsable? y así contribuir al cuidado del entorno, de la sociedad y de los atractivos que ofrece el destino que se desea visitar; pero no solamente los turistas apoyan dicha iniciativa, las organizaciones gubernamentales, líderes de opinión y participantes interesados, establecen manifiestos en donde se permite la generación de tecnología amigable para la tierra, así como el fomento a la participación tanto de empresas como sociedad en alternativas ecológicas; como ejemplos se encuentran la Carta de Aalborg, en la que se implementó la Agenda 21 en materia de medio ambiente en las ciudades europeas; la Carta del Turismo Sostenible emitida en la isla de Lanzarote, en donde se sientan las bases de lo que debe ser el turismo desde el punto de vista sostenible; la Declaración de Berlín sobre Diversidad Biológica y Turismo Sostenible, cuyo principio general es que las actividades del turismo deben ser ambiental, económicas, social y culturalmente sostenible; el Código Ético Mundial para el Turismo, es el instrumento que contiene los derechos y obligaciones de quienes se benefician de la actividad turística así como los que la practican; la Declaración de Québec sobre el Ecoturismo, en donde se dieron los lineamientos para el desarrollo de las actividades de ecoturismo en un contexto sostenible; el Turismo en el Plan de Acción de Johannesburgo, habla de las medidas que se deben de tomar para el desarrollo sostenible en las comunidades rurales y locales; la Declaración de Djerba sobre Turismo y Cambio Climático, en donde se generan acuerdos que hacen hincapié en las relaciones entre el cambio climático y el turismo (Pérez de las Heras, 2004); la Carta de la Tierra, se mencionan los



principios a seguir para contrarrestar la devastación por el abuso humano de la producción y consumo; la Declaración de Caracas, en donde se cree en la importancia del buen manejo de parques nacionales y áreas protegidas para todos los pueblos; la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, en donde se esclarece la función del turismo como actividad que trasciende lo económico (Chavez de la Peña, 2005).

En el sector privado, los adelantos en materia de ecología son evidentes, empresas ya establecidas y de nueva generación otorgan una mejora en su producto y/o servicio de manera total o parcial, en donde se contemplan productos o programas íntegros en materia de sustentabilidad; buscando la satisfacción de un mercado especializado y en éste caso cuidadoso con el medio ambiente; en México dichas empresas son llamadas “Empresas Verdes” reconociendo a CEMEX, NOKIA, BIMBO, HONDA, TELMEX, HP, Walmart, Comercial mexicana, Sony Erikson, TOSHIBA; entre otras (El Universal, 2010).

## 1.6 Metodología

A continuación se describen de manera breve los métodos que se utilizarán para beneficio de esta investigación:

### 1.6.1 Método Exploratorio

Los métodos exploratorios son aplicados principalmente cuando el objetivo a examinar, un tema o problema han sido poco estudiados y se carece de información; de tal manera que ayuda a saber cómo se ha abordado la investigación y como se debe guiar sin que tenga necesariamente una fórmula para desarrollarla, sirviendo principalmente para familiarizarse con fenómenos



relativamente desconocidos; los casos que se desarrollan bajo este enfoque normalmente no constituyen a un fin en sí mismos, lo que quiere decir que terminan marcando tendencias, identifican áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudio, relaciones potenciales entre variables, en fin, crean secuencias que se debe seguir en investigaciones posteriores y que se relacionen con el tema estudiado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003, págs. 115-117).

Aplicado a nuestra investigación es de gran ayuda; ya que la comunidad en la que se realiza la investigación y proyecto ha sido poco estudiada; por lo tanto se debe de tener un panorama general de lo que existe y en qué condiciones se encuentra; de manera simultánea se plantea que el turismo de naturaleza en el municipio ha sido poco estudiado y valorado; por tanto este tiene un crecimiento paulatino y de manera desordenada; con todo lo anterior la investigación en este sentido debe generar datos que demuestren las condiciones que se presentan tanto en la comunidad receptora como en la necesidad de los turistas de tener una empresa de este perfil.

### 1.6.2 Método Descriptivo

Otro de los métodos a utilizar en la presente investigación es el método descriptivo que permite recolectar datos que muestren un evento, una comunidad, un fenómeno, hecho en su contexto o situación y sus características para evaluar los datos, este método ofrece de manera particular la posibilidad de predicciones o relaciones aunque sean poco elaboradas ya que su fin es la descripción de variables de acuerdo a los criterios pertinentes para cada investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003, pág. 119); por lo tanto este método es de gran ayuda ya que nos permite obtener una descripción detallada del proyecto, así como la integración de los servicios y actividades a ofertar y como se desarrollaran los mismos.



Estos dos tipos de investigación tanto el exploratorio y descriptivo son los idóneos para ser utilizarlos debido a que nos permite determinar la viabilidad para la creación de un parque ecoturístico en Agua Bendita, Tenancingo, partiendo desde las bases de la sustentabilidad y así poder concluir con una descripción del proyecto empresarial que permita una mejoría en la calidad de vida de sus habitantes y una empresa exitosa.

### 1.6.3 Método INCUBASK

El desarrollo del Plan de negocios llamado “Parque Ecoturístico Ecobambú” se sustentará en la metodología INCUBASK, la cual fue creada por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), a fin de dar soporte a la estructuración de Planes de Negocios dentro de su red de incubadoras. Dicha metodología está avalada por la Secretaría de Economía Federal y certificada como empresa ISO 9001: 2008 a partir del 15 de junio de 2011.

La metodología INCUBASK se centra en la construcción de planes, basando su integración en cuatro ejes fundamentales: I) Estudio de mercado, II) Estudio técnico, III) Estudio administrativo y IV) Estudio financiero.

Los anteriores constituyen un esquema que aporta validez a una investigación para asegurar la factibilidad de un proyecto empresarial. Estas etapas constan de seis apartados que se describen a continuación:

- I. **Descripción del negocio.** En este apartado se realiza una investigación que puntualice los antecedentes de los parques ecoturísticos, conceptualizando a su vez las actividades relacionadas al turismo de aventura y percibiendo el desarrollo de esta actividad en el municipio de Tenancingo; aunado a ello se realiza un análisis sobre las necesidades que debe satisfacer dicho servicio y los objetivos que como empresa se



pretenden cumplir priorizando de igual manera la aplicación comercial que se va a manejar.

- II. **Estudio de mercado.** En esta etapa se identifica el mercado meta, determinando y cuantificando la oferta y la demanda, así también se describen las características del servicio y el plan de mercadotecnia que se implementara.

Con base en esta descripción se identifica por medio del análisis FODA las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que se enfrentará la empresa y se crean para ello estrategias que contrarresten las debilidades y amenazas; maximizando a su vez las fortalezas y oportunidades.

- III. **Estudio técnico.** Éste comprende la ingeniería a implementar en el servicio; analizando y describiendo los recursos técnicos y materiales como: el manual de procedimientos, proceso de producción, diagrama de flujo, proveedores y recursos necesarios, costos de producción, ubicación del negocio y diseño de instalaciones (Lay Out); con el objeto de mejorar el buen funcionamiento operacional de la empresa.

- IV. **Estudio administrativo.** Dentro de este estudio se contemplan aspectos relacionados con el capital humano y la organización de la empresa, describiendo aspectos como misión, visión, objetivos, valores y antecedentes históricos; del mismo modo participan la estructura administrativa, los recursos humanos y su marco legal, también se puntualizan los requerimientos fiscales y el manual de administración que regirá la organización para el buen desempeño interno.

- V. **Estudio financiero.** El objetivo primordial de este apartado es mostrar la viabilidad financiera de la empresa para una objetiva toma de decisiones, por medio de los resultados cuantificados de la inversión (obligaciones



fiscales), los gastos y costos que se generan en las operaciones (flujo de efectivo, estado de resultados, balance general, punto de equilibrio) y los ingresos que de este servicio se obtengan, definiendo así la rentabilidad del negocio.

- VI. Importancia y beneficio socio-económico.** Esta fracción establece el valor cualitativo generado por la empresa en la comunidad de Agua Bendita y los involucrados directa e indirectamente en dicho proyecto; de igual modo señala los beneficios en aspectos ambientales, económicos, culturales y educativos que de ella surgen.

#### 1.6.4 Lineamientos de la Metodología INCUBASK:

Con base en la metodología INCUBASK –UAEM, el plan de negocios se basa en los siguientes lineamientos

**1. Descripción del negocio**

- Misión
- Visión
- Objetivos

**2. Descripción del desarrollo tecnológico, producto y/o servicio**

- Funciones
- Necesidades que atiende
- Aplicación comercial
- Ventajas competitivas
- Análisis FODA

**3. Estudio de mercado**

- Segmentación y descripción del mercado meta



- Análisis de la competencia
- Cuantificación de la demanda
- Cuantificación de la oferta
- Contrastación de la oferta y la demanda
- Plan de mercadotecnia

#### **● Estudio técnico para proyectos de tecnología intermedia o tradicionales**

- Especificaciones técnicas del producto y/o servicio
- Descripción del proceso de producción y/o prestación del servicio
- Determinación de la capacidad de producción
- Descripción de la maquinaria, equipo e instalaciones
- Requerimiento de la materia prima
- Diseño, distribución y ubicación de la planta y oficinas
- Programa de producción

#### **● Estudio administrativo**

- Organigrama y áreas funcionales de la empresa
- Determinación de sueldos y número de empleados a generar
- Marco legal de la organización
  - Constitución legal y régimen fiscal
  - Licencias y permisos para iniciar operaciones

#### **● Estudio financiero**

- Calculo de inversión inicial
- Fuentes de financiamiento
- Estados financieros PROFORMA
  - Flujo de efectivo
  - Balance general
  - Estado de resultados





- Punto de equilibrio
- Periodo de recuperación de la inversión, el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR)

**🌱 Impacto y beneficio socio-económico**

- Impacto económico
- Impacto en el ambiente natural
- Impacto cultural y educativo
- Beneficios sociales (INCUBASK, UAEM, 2011)



# **CAPÍTULO II:** *Antecedentes*





*Dejemos obrar a la naturaleza  
porque mejor que nosotros sabe lo que hace  
Montaigne*

## **2.1 Los Proyectos Turísticos Alternativos en Comunidades Locales.**

El interés de diversos grupos comunitarios en participar en proyectos turísticos relacionados con el turismo de naturaleza se ha incrementado durante la última década; ya sea para ofrecer ecoturismo, turismo de aventura o turismo rural, tomando como base la riqueza natural y cultural de cada uno de los rincones que nuestro país brinda, pero sobre todo por la expectativa de los beneficios económicos que se pueden obtener al ofrecer servicios turísticos a los visitantes que buscan apreciar esta riqueza; aunado a ello dentro de la actividad turística uno de los segmentos con mayor crecimiento y aceptación es el denominado “Turismo de Alternativo”, el cual tiene como base el respeto por el medio ambiente; así como la manera en que sustentablemente beneficia económica y socialmente a las comunidades; bajo esta línea es preciso definir el turismo alternativo, su modalidad que es el turismo de naturaleza y los segmentos de éste último; describiendo también los proyectos con base en el enfoque de naturaleza; con el fin de comprender este segmento y su relevancia social, cultural, ambiental y económica.



## **2.1.1 Antecedentes del Turismo Alternativo**

Durante un tiempo el hombre se consideraba como parte de la naturaleza, en el que creía como aún lo hacen los pueblos indígenas, que el ser humano es una especie más del planeta, y no la única o la más importante, como la “sociedad civilizada” parecen suponer. En aquellos tiempos el hombre no tenía necesidad de volver a la naturaleza porque sencillamente se encontraba inmerso en ella, era su propia vida, su propia existencia la que dependía de ella (Pérez de las Heras, 2003, pág. 35)

Sin embargo, con el pasar de los años esta valoración y concepción de la naturaleza fue en decadencia, pues la sociedad en su afán de proveer y satisfacer sus crecientes y nuevas necesidades se alejó de ella, creando ciudades que no le permiten estar en contacto con su entorno natural y amenazando los hábitats.

Así bien, los modelos de desarrollo que las sociedades adoptaron a lo largo del siglo XX se caracterizaron por fomentar la industrialización y promover el crecimiento económico antes que el mantenimiento de los bienes y servicios ambientales que proveen los ecosistemas, como respuesta a esta situación, la comunidad internacional organizó diversos foros para discutir los efectos de los modelos de desarrollo económico, especialmente en el ámbito de la inequidad en el reparto de la riqueza y la falta de cuidado de los recursos naturales (SECTUR, CESTUR, UAM, 2007, pág. 10).

A causa de esto y conscientes de esta circunstancia, los investigadores y estudiosos del turismo han tratado de llegar a definiciones claras y evidentes de estas actividades y, en su búsqueda se han escrito numerosos documentos que procuran hablar del turismo de naturaleza y su contexto; ya que existe una confusión constante entre el ecoturismo, turismo de aventura y el turismo rural; por tanto, es preciso mencionar que todos ellos derivan de un turismo denominado



“turismo alternativo”; que en realidad no es una forma de turismo, sino el nombre genérico con el cual el movimiento por un turismo consciente y responsable denominó a todas aquellas opciones de turismo, distintas al del turismo masivo y que con seguridad seguirá creciendo y adhiriendo nuevas formas de hacer turismo con un enfoque de respeto a la naturaleza; ya que este se caracteriza por permitir un desarrollo en menor escala, con un mínimo impacto sobre el medio ambiente, y respetuoso de las comunidades locales y su cultura, pero para llegar a una definición clara del turismo alternativo tenemos que conocer las diferencias entre el turismo de masas y cuáles son sus alcances en los municipios que harán práctica de esta modalidad; en este caso debemos dejar en claro que puede ser manejado por pequeñas y medianas empresas que incorporan en su operación personal a los habitantes de las comunidades locales, lo cual, además de su participación, permite la práctica de un desarrollo sostenible, y la garantía de protección y seguridad de los visitantes en los espacios en los cuales tiene lugar la actividad turística (Zamorano Casal, 2002); por lo tanto se debe identificar con claridad sus generalidades, lo cual se expone en el siguiente cuadro:

Cuadro 1: Características del turismo convencional y el alternativo

Turismo Convencional	Turismo Alternativo
Es masivo (lo realizan en grandes grupos)	No es masivo (se realiza en pequeños grupos)
La finalidad es descanso o placer.	La finalidad es el disfrute y aprovechamiento racional de las áreas naturales.
Se lleva a cabo en grandes ciudades o destinos de playa	Se lleva a cabo en áreas naturales (bosques, lagunas, etc.) principalmente dentro de comunidades
Las actividades principales que se realizan son: conocer museos, visitar zonas arqueológicas, templos y playas.	Las visitas se realizan con guías que explican los atractivos turísticos del destino, instruyen y comercializan a los visitantes sobre la importancia de la conservación de las áreas y de su necesidad de protegerla.
Las visitas se realizan regularmente con guías que explican los atractivos turísticos del destino y reconocen su importancia a nivel nacional o mundial.	Las comunidades se hacen partícipes de la actividad económica, empleando personas de la localidad y usando productos y servicios locales tradicionales del lugar.
Los servicios turísticos se mantienen al margen de la actividad económica de la región donde se desarrolla.	
Se comercializan los productos y servicios en general y sin restricciones	

Fuente: (elaboración propia con base en SEDETUR OAXACA, 2002)



Al final, la tendencia del turismo alternativo separa a las personas de su rutina diaria y los acerca al disfrute y aprovechamiento de áreas naturales, incluyendo a las comunidades locales, las cuales apoyan en la sensibilización hacia el cuidado de la naturaleza.

## 2.2 Definición del Turismo Alternativo

Significativamente las instituciones y organismos nacionales e internacionales han emitido definiciones del turismo alternativo como la que se menciona en los programas patrimoniales y se enfoca en conservar los valores históricos, culturales, rurales y ambientales, este permite el goce de actividades recreativas inherentes con la generación del conocimiento provisto por los pueblos originarios y núcleos agrarios, así como del valor rural y ambiental que generan espacios producidos socialmente a través de procesos históricos (SEDEREC, 2009, pág. 9); esta definición apunta a la realización de programas incluyentes en los que el protagonista son precisamente los pueblos para generar en ellos un desarrollo e identidad; también se señala que para este nuevo modelo la atención personal y posibilidad del viaje a la medida son factores importantes para la elección del destino además de la búsqueda de vivencias y experiencias únicas, personales y de calidad.

Evidentemente una de las definiciones más citadas es la que ofrece la secretaría de Turismo y hace referencia a “los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (SECTUR, 2008)”; con esto queda claro que si bien es un turismo netamente interactivo con la naturaleza, no deja de lado los factores culturales que definitivamente son el soporte de cualquier sociedad; finalmente la definición no quedaría del todo clara si no hablamos de las actividades turístico recreativas que



las personas realizan durante sus viajes y estancias, las cuales a pesar de diversa temática, convergen en que el atractivo focal en torno al cual giran es la naturaleza.

Ahora bien la Secretaría de Turismo, en su afán de aclarar estas temáticas dividió para México al turismo alternativo en turismo de naturaleza que a su vez se encuentra segmentado por el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural, cada uno de ellos es generador de actividades distintas entre sí, que ofrece al visitante o excursionista vivencias únicas en medida de sus deseos y necesidades además de ser creador del cuidado de la biodiversidad del lugar en el que se practica.

A continuación se expone el cuadro de actividades generales consideradas en el turismo alternativo.

Cuadro 2: Actividades del turismo alternativo



Fuente: (elaboración propia con base en SECTUR, CESTUR, UAM, 2007, pág. 20)

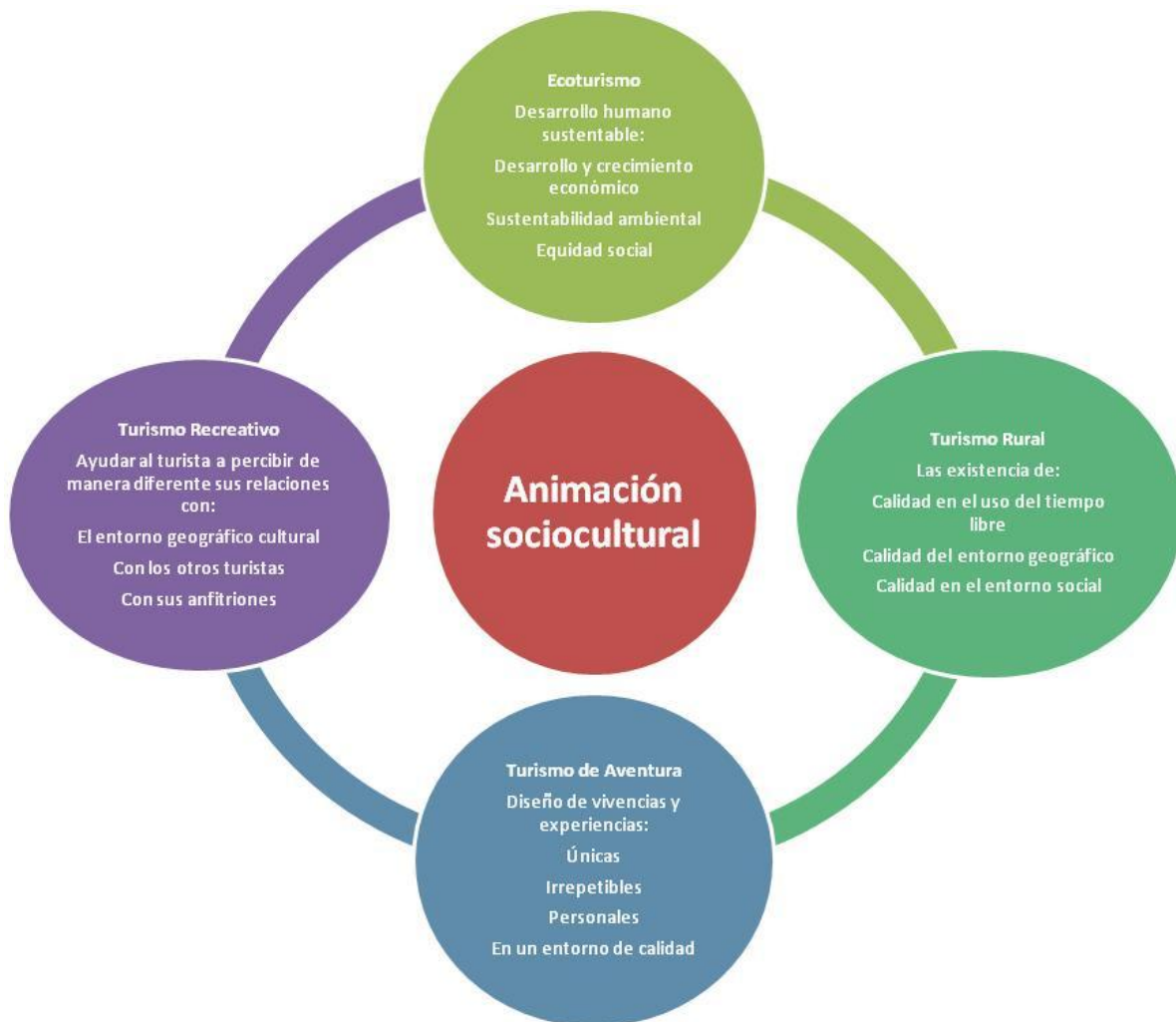
En la década de los 80, el crecimiento de la oferta turística tradicional produce una saturación en la demanda, dando lugar a nuevas ofertas turísticas, diferenciadas y alternativas. El contacto con la naturaleza, la práctica de actividades extremas y la convivencia con culturas de tradición histórica, hacen que el Turismo alternativo comience a ser más demandado, la demanda, en este caso los turistas han



evolucionado y buscan actividades diferentes; la tendencia se inclina hacia el turismo alternativo; ya que éste ofrece calidad de vivencia y calidad de vida del anfitrión; en donde las motivaciones emocionales son variadas y se generan de acuerdo a la actividad a realizar.

Zamorano, F. (2002) hace referencia a estas emociones como se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro 3: Motivaciones emocionales



Fuente: (elaboración propia con base en Zamorano Casal, 2002, pág. 12)

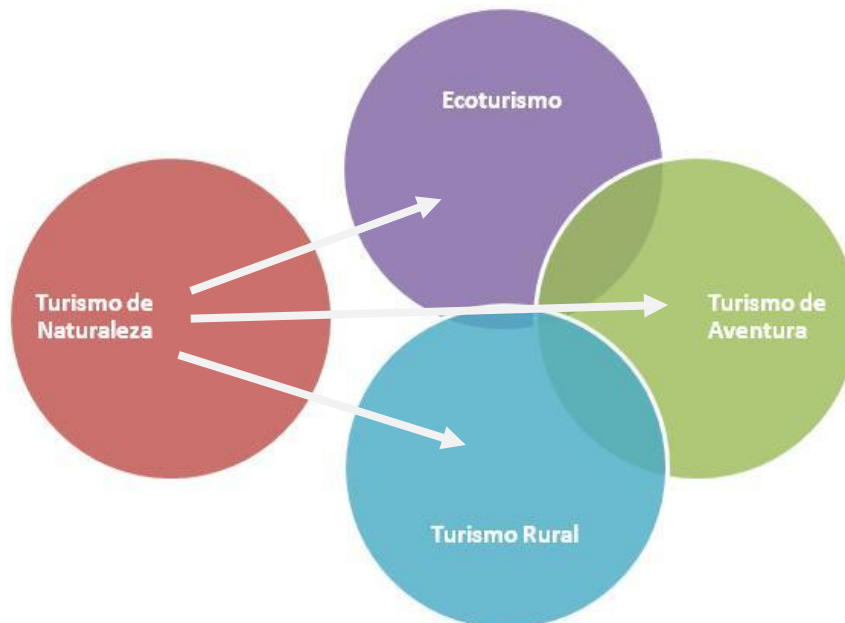




## 2.3 El turismo de Naturaleza como Modalidad del Turismo Alternativo

La confusión constante que se da entre estos tipos de turismo hace que en algunos casos se fusionen entre sí, como el turismo de naturaleza y el ecoturismo o el ecoturismo con el turismo rural; y también sean asignados de diferente nombre como el turismo de aventura o turismo deportivo; ahora bien basado en el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza, la Secretaría de Turismo ha dividido al turismo de naturaleza en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar que cuales quiera de las actividades que a continuación se definen, puede requerir de guías, técnicas y equipo especializados (SECTUR, Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo, 2006, pág. 2):

Cuadro 4: Clasificación del turismo alternativo



Fuente: (elaboración propia con base en SECTUR, SEMARNAT, SE, SRA, 2008, pág. 6)



## 2.4 Definición del Turismo de Naturaleza

En el documento Elementos para Evaluar el Impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo de Naturaleza en México se menciona el inicio este a finales del siglo XVIII; en el que también se desarrolló el turismo de masas; el origen del turismo de naturaleza se lo adjudican algunos grupos de la aristocracia europea, compuestos por naturalistas, logias y academias científicas, quienes iniciaron 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 orientaba más hacia la búsqueda del conocimiento de la naturaleza y la cultura de las regiones y localidades, podría tomarse como un primer antecedente de lo que ahora se conoce como turismo de naturaleza (SECTUR, CESTUR, UAM, 2007, pág. 19).

La evolución de las actividades de esta rama del turismo hace que Mónica Pérez de las Heras haga alusión a una definición aceptada a nivel internacional que dice “realizarse en el medio natural, incluyendo turismo deportivo, de aventura, cinegético, etc.” (Pérez de las Heras, 2003, pág. 23); Esta conceptualización podría ser a simple vista inconsistente, pues sólo menciona las actividades que actualmente se desarrollan en la naturaleza; habrá que decir también que “el turismo de naturaleza permite al viajero contemplar la naturaleza y participar en su conservación, convivir con las culturas locales y practicar un turismo sustentable que le permite conjugar descanso y vivir una experiencia única” (SEMARNAT, 2012).

Por supuesto, al igual que otros documentos este tipo de turismo también es conceptualizado en la Guía de Apoyos Federales para el Desarrollo de Proyectos de Turismo de Naturaleza 2008 como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones

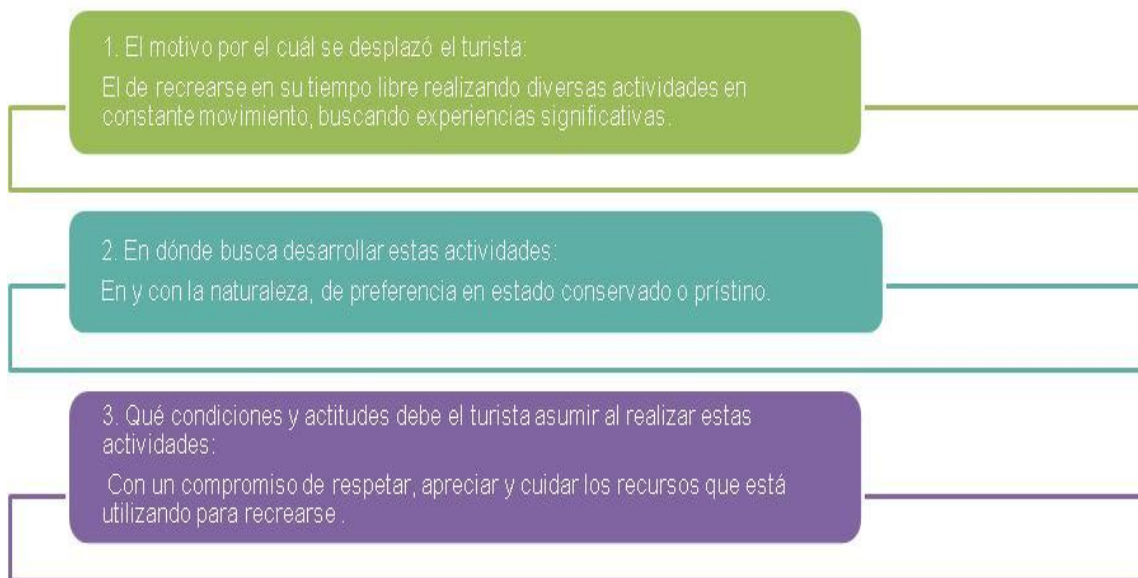


culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (SECTUR, SEMARNAT, SE, SRA, 2008, pág. 6).

Es importante destacar que entre las opciones existentes destaca la que por cuestiones meramente legislativas nos ofrece el derecho turístico, que lo entiende como la “forma de turismo basado en la historia natural de áreas específicas, áreas naturales protegidas y no protegidas, incluyendo culturas indígenas pasadas y presentes” (León Gómez, 2009, pág. 15)

Avanzando en nuestro razonamiento acerca de la definición del turismo de naturaleza encontramos ahora los criterios asumidos para este tipo de turismo que se encuentran basados en la demanda; de manera que aquellos prestadores de servicios deben atender las exigencias, gustos y preferencias del consumidor en el mercado turístico, es decir tener en cuenta tres puntos característicos que son:

Cuadro 5: Criterios del turismo de naturaleza basados en la demanda



Fuente: (elaboración propia con base en SECTUR, Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo, 2006, pág. 2)



El siguiente aspecto del turismo de naturaleza es definir y caracterizar cada una de sus modalidades, denominadas ecoturismo, turismo de aventura y finalmente el turismo rural, las cuales se describen a continuación:

## a) Ecoturismo

El término ecología fue utilizado por Ernesto Haecke, el gran zoólogo alemán, quien 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 solo 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 debe considerarse que estudia la estructura y función de la naturaleza, entendiendo que la humanidad es parte de esta última (Zamorano Casal, 2007, pág. 162).

Por otra parte, el arquitecto Héctor Ceballos-Lascuráin, hombre al que se le debe el término de “Ecoturismo” quien es reconocido por la primera definición en 1983 como “aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural del presente y del pasado) que pueda encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente beneficioso de las poblaciones locales” (Acerenza, 2006, pág. 44); esta terminación es acuñada bajo la siguiente terminología:

- Proviene de la raíz griega *oikos* que significa casa, y la raíz *logos* que significa la ciencia o el estudio de. (Zamorano Casal, 2007, pág. 165)



A su vez, podemos nombrar también que es la categoría del turismo alternativo basada en que la motivación principal del turista sea la observación, el conocimiento, interacción y apreciación de la naturaleza y de las manifestaciones culturales tradicionales de los habitantes históricos de las zonas rurales, lo que implica tomar conciencia con respecto al aprovechamiento, conservación y restauración de los recursos naturales y las formas de producir el menor impacto negativo sobre el ambiente y entorno cultural de las comunidades anfitrionas, y que genera beneficios económicos a dichas comunidades, ofreciendo oportunidades y alternativas de empleo (SEDEREC, 2009, pág. 10).

Una definición difundida por de la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) para el ecoturismo es la siguiente:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueda encontrarse ahí, mediante un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural; propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente beneficio de las poblaciones locales” (Zamorano Casal, 2007, pág. 165).

Por su parte la Secretaría de Turismo lo establece como “los viajes que tienen como propósito principal la interacción, conocimiento y contemplación de la naturaleza y la participación en su conservación. Tienden a realizarse en áreas poco perturbadas por el hombre y suelen incluir prácticas de entendimiento y sensibilización cultural” (SECTUR, CESTUR. 2006.p.6); por consiguiente y en relación con el ecoturismo en México constituimos sus actividades para conocerlas y realizarlas bajo la perspectiva de que el turista y las empresas se encuentren en sintonía con la naturaleza, los ecosistemas y el entorno social que en ella pudiera manifestarse.



Cuadro 6: Actividades ecoturísticas



Fuente: (elaboración propia con base en SECTUR, SEMARNAT, SE, SRA, 2008, pág. 7)

A continuación se describe de manera concreta las actividades que se desarrollan en el ecoturismo:

- 1 Los *talleres de educación ambiental* se realizan actividades didácticas que están en contacto directo con la naturaleza involucrando a las comunidades locales y a su vez concientizando a los participantes.
- 2 La *observación de los ecosistemas* sirve para disfrutar de la dinámica natural, cuyo fin es el conocer las funciones de los elementos que componen a los ecosistemas.



- El *examen de la fauna* consiste en las acciones recreativas para presenciar, observar y disfrutar la vida animal en su hábitat natural.
- En la *complacencia de fenómenos y atractivos especiales de la naturaleza*, se presencian situaciones de eventos naturales.
- La *exploración de flora en un área determinada* tiene como finalidad explicar las funciones de ecosistemas y los usos que se le dan en la vida cotidiana.
- La *contemplación de fósiles* consiste en la búsqueda y conocimiento lúdico de formas de vida fosilizada en el entorno natural.
- El *aprecio por las formaciones geológicas* tiene como objeto conocer y disfrutar dichas formaciones en toda dimensión y formas posibles.
- La *contemplación sideral* que consiste en la apreciación y goce del cosmos a campo abierto, asociado con la observación estelar.
- El *safari fotográfico* tiene como fin capturar imágenes de la naturaleza.
- El *senderismo interpretativo* es una actividad en donde el visitante transita a pie o en un transporte no motorizado, por un camino o ruta predefinido y equipado con información, señalamientos y/o guiados por intérpretes de la naturaleza.
- La *participación en programas de rescate de flora y/o fauna* tiene como objetivo salvaguardar especies peculiares, endémicas, en peligro de extinción o de conservación.



- ❶ La *intervención en proyectos de investigación biológica* apoya en la recolección, clasificación, investigación, rescate y recuperación de especies para proyectos y estudios (SECTUR, SEMARNAT, SE, SRA, 2008)

Continuando con la segmentación del turismo de naturaleza, describiremos ahora al turismo de aventura.

## b) Turismo de Aventura

Una de las modalidades del turismo alternativo que mayor expectativa causa es el turismo de aventura, quizá por el término mismo que evoca, o bien por el cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno. La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o turismo de reto; y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes (Zamorano Casal, Turismo alternativo; servicios turísticos diferenciados., 2002, pág. 199); evidentemente sus inicios no contienen una base sólida; ya que a diferencia de otros, el turismo alternativo fue generado como una oferta potencial; es decir su práctica ya existía pero aun no tenía un vínculo con algún servicio, así que al darse cuenta de esto, el turismo decide ofrecer servicios complementarios a un mercado ya existente y con ello asignarle el nombre de “Turismo de Aventura”.

En un primer acercamiento a la definición se menciona como: “los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza”, en donde la experiencia es sólo entre la naturaleza y el turista, por lo tanto quedan excluidas las competencias deportivas o denominadas actividades “extremas”, en donde el reto es contra el tiempo o contra el hombre mismo (SECTUR, CESTUR, UAM, 2007, pág. 24), todo esto con la finalidad de satisfacer su búsqueda por mejorar su condición física, reducir la tensión y mejorar su estado emocional, viviendo la experiencia de logro al superar un reto impuesto por la naturaleza (SEMARNAT, 2012); pero no se pueden excluir estas prácticas





sin hablar de la competitividad, tomando en cuenta el respeto por el entorno en el que se realiza.

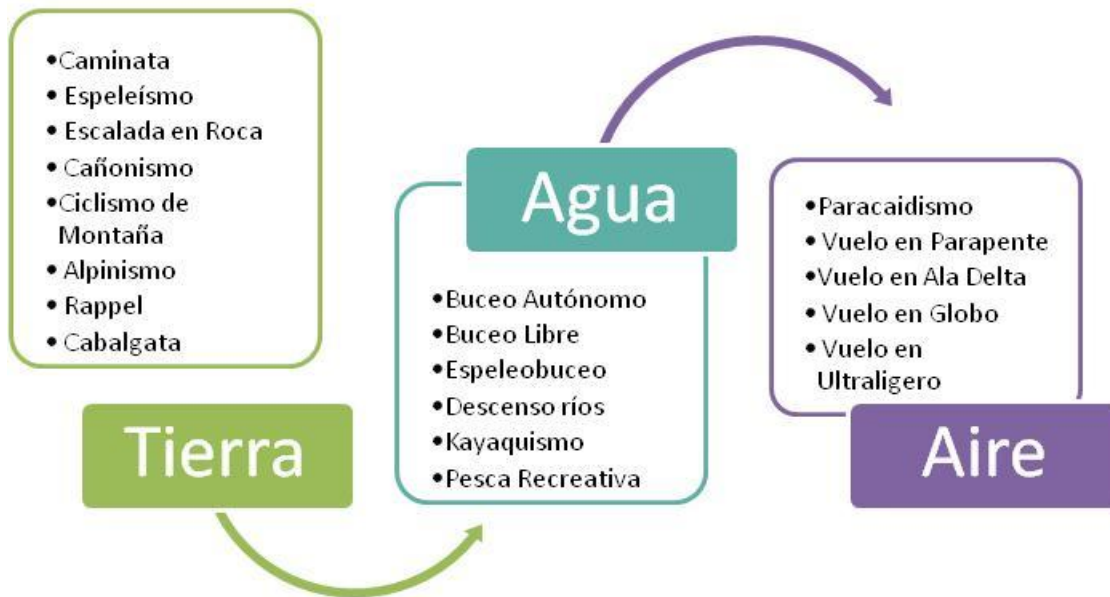
Ahora bien, en todos y cada uno de los ámbitos del turismo se ha generado una expectativa positiva para el “turismo de aventura” y su importancia genera cambios en la gestión y regularización de la práctica; tan es así que los normativos del turismo publicaron el siguiente concepto:

Viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas deportivas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, donde se participa de la armonía del medio ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico (León Gómez, 2009, pág. 143).

En definitiva, el realizar esfuerzos físicos en la naturaleza también genera un turismo alternativo para quienes gustan de actividades al aire libre y para comprenderlo mejor, sin embargo cada país en el que se realizan estas actividades las divide según su conveniencia para que se puedan clasificar de acuerdo a lo que el mismo país puede ofertar; en el caso de México; SECTUR ofrece un listado que divide las cuestiones geográficas y climatológicas en tierra, agua y aire que son actualmente las que más se practican en el país por las condiciones y son las siguientes:



Cuadro 7: Actividades del turismo de aventura



Fuente: (elaboración propia con base en SECTUR, SEMARNAT, SE, SRA, 2008, pág. 7)

Por supuesto, todas estas actividades son importantes; no obstante para los objetivos de esta investigación es necesario describir de manera precisa las actividades terrestres:

❶ **Caminata:**

Consiste en recorrer a pie una región, conociendo de cerca áreas naturales, ya sea a campo traviesa o a lo largo de veredas.

❷ **Espeleísmo:**

Consiste en realizar descensos en grutas, cuevas, sótanos y cavernas así como apreciar las estructuras geológicas, la flora y la fauna.

❸ **Escalada en roca:**

Se practica subiendo por paredes rocosas naturales o artificiales. Existen dos modalidades de ascenso: la escalada libre y escalada con cuerda.



● **Cañonismo:**

Se hace un recorrido por los ríos y cañones, además de encontrar caídas de agua, pozos y paredes de roca.

● **Ciclismo de montaña:**

Se realiza en caminos o senderos rústicos o a campo traviesa. Esta actividad requiere un gran esfuerzo físico ya que son grandes distancias con el único medio de transporte que es la bicicleta.

● **Alpinismo:**

Se refiere al ascenso de montañas y volcanes, en se necesita destreza, técnica y equipo especializado; realizado en terreno que cuenta con hielo y nieve.

● **Rappel:**

Descender de una pared, montañas de rocas o piedras, por medio de una cuerda doble.

● **Cabalgata:**

Consiste en la visita a áreas naturales cuyo medio de transporte es el equino y tiene como fin un acercamiento con los animales. (SECTUR, SEMARNAT, SE, SRA, 2008)

En definitiva, actualmente se reconoce con mayor claridad la actividad del turismo alternativo como parte del desarrollo sostenible, ya que dadas las definiciones y actividades se realizan acciones inclinadas a la actividad física sin dejar de lado el aprovechamiento y la conservación de la biodiversidad.

Por otro lado, el turismo de aventura y el ecoturismo son las modalidades más reconocidas dentro del turismo de naturaleza; sin embargo es importante destacar



que el turismo rural se está consolidando de manera rápida, ya que ofrece actividades que mantienen un contacto directo con los anfitriones de las comunidades o regiones en las que se práctica.

### c) Turismo Rural

La opción óptima para el cuidado del medio ambiente y el entorno sociocultural es nuevamente el turismo alternativo, en esta ocasión la modalidad denominada turismo rural ofrece un amplio abanico de posibilidades para practicar esta nueva forma de descansar y de ponerse en contacto con la naturaleza (Zamorano Casal, 2002, pág. 213); lo rural trata de un turismo de bajo impacto tanto ambiental como cultural, que facilita vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, podría ayudar a recuperar el equilibrio físico y psicológico del turista, mediante la convivencia auténtica y espontánea con sus pobladores, y trae una derrama económica que llega de una manera más integra a los prestadores de servicios de la localidad y a los anfitriones (Pérez de las Heras, M., 2003).

El turismo rural, sin duda es el que más interactúa con las poblaciones o comunidades que se encuentran en un entorno natural, como lo define SECTUR, se destaca la convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma (SECTUR, Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo, 2006, pág. 3); es significativo hablar también de la hospitalidad de los agricultores en alojamientos restaurados a partir de antiguos edificios rurales y en espacios al aire libre para acampar, los servicios de alimentación o comida con base en los productos de la explotación, las actividades culturales y de ocio realizadas por los turistas en explotaciones agrarias que complementan la definición.

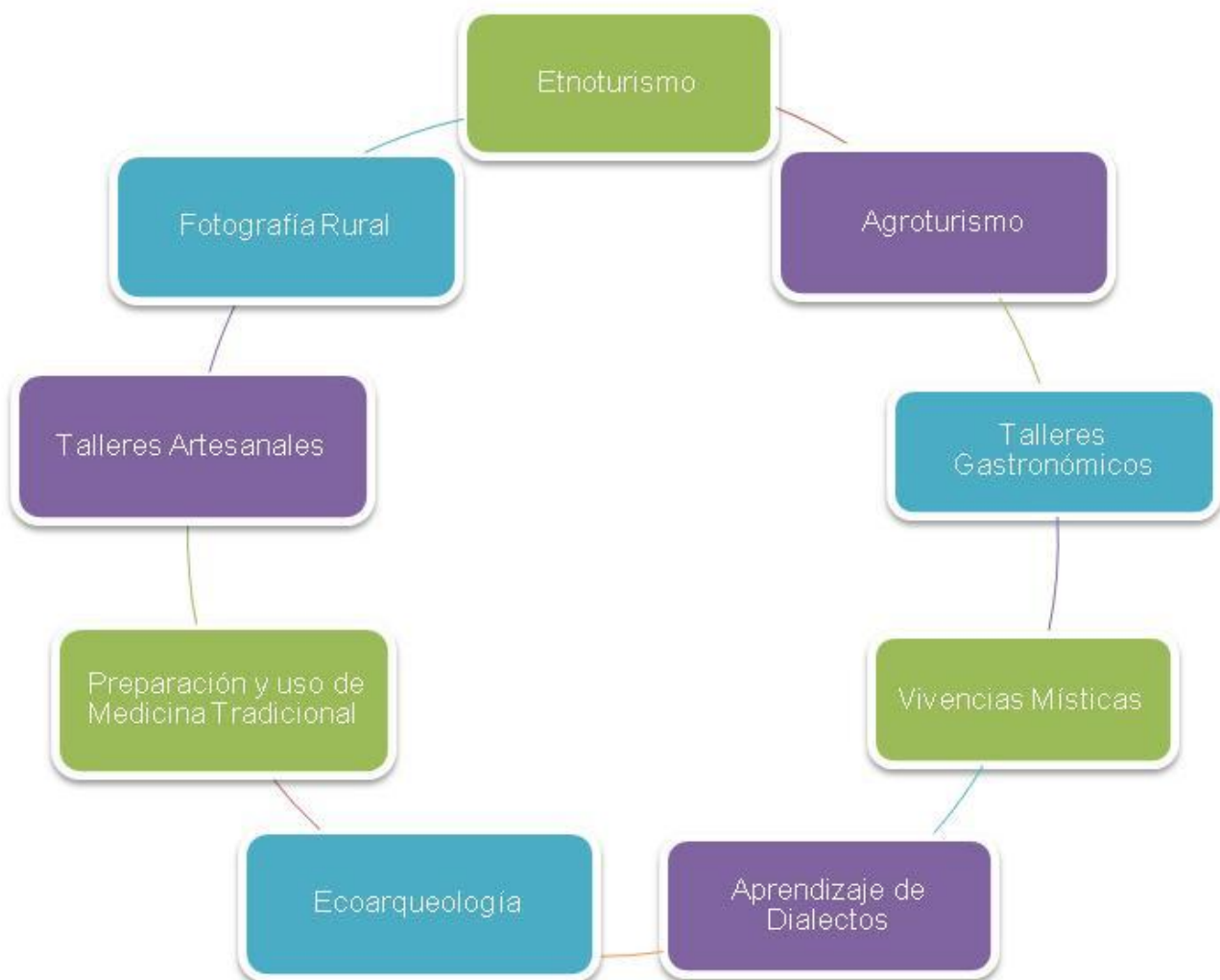
Otro complemento sobre la definición del turismo rural se refiere a las actividades y modos de vida propios de las comunidades rurales, ejidos y pueblos originarios, que le permiten conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental,



sistemas normativos y aspectos de su historia, promoviendo con ello la generación de ingresos adicionales a la economía rural y la conservación de la cultura y los ecosistemas en los que habitan (SEDEREC, 2009, pág. 10).

Entre las actividades más reconocidas y practicadas en México para este segmento son:

Cuadro 8: Actividades del turismo rural



Fuente: (elaboración propia con base en Bautista, 2009 .p.37-38)



Tomando en cuenta el cuadro anterior, se describe de manera puntual estas actividades.

❶ **Etnoturismo:**

Consiste en realizar viajes relacionados con los pueblos indígenas y su hábitat con la finalidad de aprender su cultura y tradiciones.

❷ **Agroturismo:**

Se desarrolla en áreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un medio ambiente rural en un área campesina que muestra y comparte sus técnicas agrícolas, las manifestaciones culturales y socio-productivas.

❸ **Talleres de gastronomía:**

Se realizan platillos típicos de la región y el turista aprende a preparar recetas locales; además de la degustación de la comida tradicional en el sitio turístico.

❹ **Vivencias místicas:**

Consisten en formar parte de la experiencia de conocer y participar en las creencias ancestrales, leyendas y rituales de una comunidad, heredadas de generación en generación.

❺ **Taller de dialectos:**

Tiene como objetivo el conocer la procedencia del dialecto del lugar visitado, así como también aprender los elementos básicos que lo conforman.

❻ **Eco-arqueología:**

Se realizan viajes a zonas arqueológicas con el interés del turista por conocer las relaciones entre el hombre y su medio ambiente en épocas antiguas.



❶ **Preparación y aplicación de medicina tradicional:**

Actividad en la que se realizan viajes a alguna comunidad con el objetivo de conocer sus medicinas naturales y el modo de la preparación de éstas así como su función en la vida diaria de los habitantes de la comunidad.

❷ **Talleres artesanales:**

La experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías que oferte la comunidad a los visitantes.

❸ **Fotografía rural:**

Consiste en la captura de imágenes de diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural (Bautista, 2009 .p.37, 38).

Conviene subrayar que el turismo rural es el mayor exponente de la interacción con las comunidades, en donde el anfitrión realiza en conjunto con el turista el cuidado y conservación de las tradiciones y los recursos naturales.

Por otro lado y de manera general, los segmentos del turismo de naturaleza se consideran adaptables y permiten la innovación y una diferenciación en la oferta, la creación de productos y servicios son parte de las motivaciones y necesidades del turista y sólo puede ser limitadas por la creatividad de los prestadores de servicios; por tanto, estas necesidades y motivaciones deben ser identificadas, entendidas y atendidas por parte de los prestadores de servicios turísticos.

## **2.5 Los Productos y Servicios Turísticos**

El producto turístico es la combinación de los recursos y servicios, preparados para satisfacer las necesidades de clientes. El éxito de la estrategia, depende de



la habilidad para elegir el tipo de turistas que conviene y que queremos atraer y ofrecer un producto turístico que pueda satisfacer a esos clientes.

En el sector turismo existen diferentes definiciones de productos turísticos, todas dependen del momento y el lugar en que se desarrollen; en este sentido Cárdenas, (1986) presenta la siguiente definición:

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista (Pérez Martínez, Guerrero, & González Ferrer, 2010, pág. 13).

En el documento de planeación y desarrollo turístico municipal encontramos que el producto es la materialización de nuestro destino mercado turístico para ofrecerse, venderse y comprarse; está conformado por las atracciones y equipamientos de un lugar y por los medios de acceso a los mismos” (SECTUR, 2008, pág. 45); para complementar el conjunto se encuentran las prestaciones materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista.

En una definición más amplia; Gutiérrez y Macías, 2007 consideran que un producto turístico se forma a partir de la existencia de un recurso natural o cultural con potencial turístico, o bien un atractivo turístico, para cuyo disfrute se implementa alguna actividad que le permita al visitante mejorar su experiencia de interacción con el medio que visita, por lo que estas actividades deben estar cubiertas por servicios que faciliten su realización e interacción y que permitan su estancia en el lugar. Para la prestación de estos servicios deben crearse las instalaciones suficientes e indispensables con el fin de brindarle al visitante una estancia agradable y comodidad, de manera que su estancia se prolongue. Todo esto debe ser proporcionado bajo un mismo concepto, pues sólo así se estará





hablando de la generación de un producto turístico (Comisión Nacional Forestal, 2007, pág. 41).

El concepto de producto turístico también lo define SECTUR (2004) como:

El conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluye: recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, servicios, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre (Pérez Martínez, Guerrero, & González Ferrer, 2010, pág. 13).

Ahora bien, dentro de la actividad turística se realizan acciones que permiten el desarrollo de productos turísticos; constituidos por los atractivos, las facilidades y la accesibilidad. Estos últimos configuran la denominada *hospitalidad* que es el objetivo primordial de toda empresa turística.

**a) Atractivos:**

Son los elementos que hacen que un turista escoja un destino; estos constituyen la materia prima para el desarrollo de la actividad y pueden ser atractivos naturales, artificiales y humanos.

**b) Facilidades:**

Las facilidades permiten satisfacer las necesidades inmediatas del turista como el alojamiento, los alimentos y bebidas, el entretenimiento y diversión, así como las arrendadoras de carros y la capacitación.

**c) Accesibilidad:**

Son indispensables para que el turista llegue al destino que desea visitar ya que estos son los medios para que esto sea posible; pueden ser marítimos, terrestres y aéreos.



Otros componentes importantes del producto, lo integran las siguientes singularidades

**d) Patrimonio cultural de un pueblo:**

Es importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc

**e) Bien de consumo abstracto (inmaterial e intangible):**

Los consumidores no pueden verlos antes de consumirlos. No se pueden comparar con otros productos antes de su consumo.

**f) Coincidencia espacial y temporal de la venta y de las prestaciones de servicio turístico para su consumo:**

Antes del consumo no hay nada ya que los servicios son consumidos en el momento de su utilización. El servicio turístico puede ser evaluado después de su utilización.

**g) Imposibilidad de Stock:**

El producto turístico es de consumo inmediato, imposible almacenamiento, los componentes de un producto turístico que no pueden ser vendidos en un día, jamás serán recuperados.

**h) Requiere de la clientela en el lugar de la prestación:**

Es preciso que el turista se traslade al destino, esto lo diferencia de los bienes industrializados, la manera de consumirlos.

**i) Son prestados en forma irregular:**

Debido a que no se puede presentar el producto del mismo modo a los clientes, además de ser consumidos de manera diferente.



**j) Complementariedad de los componentes:**

Se relacionan y se tornan independientes. La falta de uno o muchos de los componentes puede influir negativamente e imposibilitar la presencia del turista.

**k) Concentración de las actividades turísticas en espacio y tiempo:**

Se lo denomina estacionalidad, el turismo se concentra en determinadas regiones en periodos de tiempo determinado relativamente cortos.

**l) Inestabilidad de la demanda:**

Hace que se torne difícil prever y proveer con exactitud los productos turísticos.

**m) Demanda heterogénea:**

La demanda requiere de diferentes productos para su satisfacción en un determinado país (a veces).

**n) Es estático:**

Imposible mudar la localización de un atractivo turístico. (SECTUR, 2008, pág. 117)

Cabe señalar que los componentes de los productos turísticos al final deben integrarse ya que es un error realizar la promoción por separado, pues esto implica desintegrar el producto y ofertarlo de manera deficiente al consumidor final; en este caso al turista.

Los tipos de productos turísticos combinan recursos y servicios por lo tanto son diferentes de acuerdo a los públicos; entre los que destacan son los productos de naturaleza y se relacionan a los turistas que buscan el contacto con el entorno natural; el producto de aventura es elegido por aquellos turistas que buscan la aventura y el riesgo; por último el producto de sol y playa que lo eligen como su



nombre lo indica, las personas que gustan del disfrute de las playas (Padilla, 2013).

Así, el producto puede ir desde una habitación de hotel hasta una ruta a caballo, basta con que lo demande o consuma el turista; ahora bien, al ofertar un producto turístico debemos pensar en los servicios que se le proporcionarán al cliente; ya que dentro de la actividad turística son de vital importancia para obtener un beneficio económico y la satisfacción de la demanda.

En este sentido, se muestra un panorama general sobre el servicio turístico.

Para comenzar señalaremos la definición de un servicio turístico que realiza Manuel Gurría (2001), en donde menciona que “es una combinación de bienes y servicios formada por las instalaciones y el equipo de producción que satisfagan las necesidades del turista en los desplazamientos y estancias en el destino turístico (Reyes Báez, 2009, pág. 27)”; en donde el producto está puesto a disposición del mercado y es adquirido y consumido por el turista, teniendo en cuenta que la compra puede ser realizada a través de una empresa intermediaria o directamente por el turista en la empresa productora, antes de la modalidad del auto consumo.

Por su parte la Ley General de Turismo realiza la siguiente definición:

“Los dirigidos a atender las solicitudes de los turistas a cambio de una contraprestación, en apego con lo dispuesto por esta Ley y su Reglamento” (SECTUR, 2009).

Finalmente, podemos decir que los servicios turísticos ayudan a facilitar las actividades y satisfacer las necesidades del turista en el destino que visita; por medio de las acciones que realizan las empresas turísticas durante el viaje de los turistas, estas necesidades son por ejemplo la información (sobre el sitio que visita y los servicios a su disposición), medios de transporte (para desplazarse) y señalización: (para orientarse), además del alojamiento, restaurantes, agencias de



viajes, instalaciones deportivas, comercios, transportes, servicios bancarios, seguridad e información; entre otras.

Continuando con los servicios turísticos y después de exponer las definiciones; debemos saber las características que existen dentro del mismo género, pues a diferencia de otros sectores; en el turismo los servicios son parte primordial ya que acompañarán a los turistas antes, durante y después del viaje.

**a) Intangibilidad**

Los servicios no pueden verse, sentirse, ni disfrutarse antes de su adquisición, esto los diferencia de los productos tangibles que los consumidores ven, y aprueban antes de su compra.

**b) Inseparabilidad**

Los clientes y el personal de las empresas turísticas forman parte del producto. Por ello es muy importante que diferentes detalles sean coordinados a la hora que el cliente entra en contacto con el personal de la empresa. De esta manera, lograr el éxito y reconocimiento en la presentación, debe tenerse en cuenta la pluralidad de factores que hacen que el servicio se brinde o no, de acuerdo a las expectativas del cliente.

**c) Heterogeneidad**

Los servicios son muy variables. La calidad de los mismos depende de quién lo proporciona, dónde y cuándo se ofrecen. Debido a que los servicios se producen y consumen en el mismo instante, el control de su calidad presenta cierta dificultad.

**d) Carácter perecedero**

Los servicios no pueden almacenarse (Thompson, 2006)



Algunos autores como Parasuraman, Zeithal y Berry complementan estas características del servicio; de acuerdo a las siguientes dimensiones:

**e) Elementos Tangibles**

Se refiere a la parte tangible del servicio, como la apariencia de las instalaciones, el equipo o el personal necesarios para otorgar el servicio.

**f) Seguridad del servicio**

Se refiere a la habilidad del prestador del servicio de cumplir con la promesa de prestar el servicio adecuadamente.

**g) Responsabilidad**

Se refiere a la buena voluntad del prestador del servicio para ser útil y rápido al otorgar el servicio.

**h) Confiabilidad**

Se refiere al conocimiento y la cortesía de los proveedores del servicio así como su habilidad para inspirar en los clientes confianza y responsabilidad.

**i) Empatía**

Traducida como el cuidado y la atención personalizada que brinda la organización a sus clientes (Universidad de Huelva, 2005)

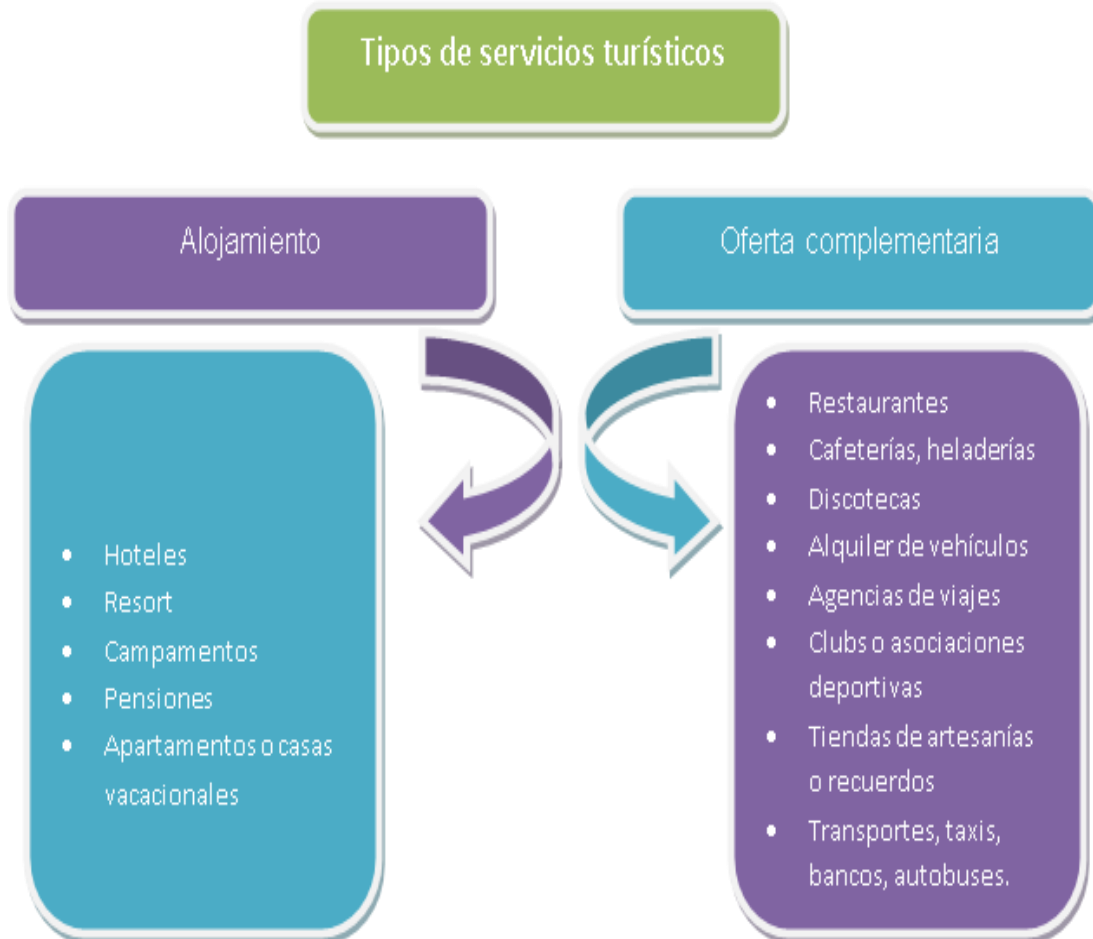
Aunque las características anteriores son las más importantes de los servicios, existen otras cuantas como la disponibilidad, el profesionalismo, la prontitud de respuesta, la realización, y la cortesía.

Acorde con la Secretaría de Turismo se puntualizan los tipos de los servicios turísticos derivado de un inventario que ayuda a conocer la capacidad de los municipios; en base a ello se desarrolló una tipología que depende del alojamiento y la oferta complementaria, para una mejor distinción y clasificación que ayuda a



las empresas a conocer qué tipo de alojamiento es el que ofertan y los servicios complementarios que se suman a una prestación de manera integral.

Cuadro 9: Tipos de servicios turísticos



Fuente: (elaboración propia con base en Padilla, 2013)

Derivado de los servicios turísticos se encuentra la oferta complementaria en donde se encuentra a toda empresa de carácter público o privado que ofrecen servicios o programas de actividades con fines turísticos.

Es verdad que los servicios no están completamente apartados de los productos, al igual que a los productos no pueden separarse de los servicios que se ofrecen con relación a su venta, ya que los servicios son parte de los productos turísticos dentro de la actividad turística pues si un producto no tiene buen servicio, nunca se considerará un producto exitoso y si de un servicio no se obtiene un producto



exitoso no se puede considerar un buen servicio. Pero es posible establecer las diferencias fundamentales entre ambos aspectos de la actividad humana.

Cuadro 10: Diferencia entre producto y servicio



Fuente: (elaboración propia con base en Camacaro)

La diferencia general entre el producto y servicio se materializa en la participación humana; ya que al momento de prestar atención a los clientes o usuarios se requiere de un servicio; en cambio el producto puede existir sin la manifestación de un servicio; de igual forma una de las diferencias significativas señala que el producto es tangible ya que se refiere a la apariencia; un ejemplo de ello son las instalaciones y por último se incluye a los turistas, que en el caso del servicio son a quienes se les ejecutará y desarrollaran las actividades.

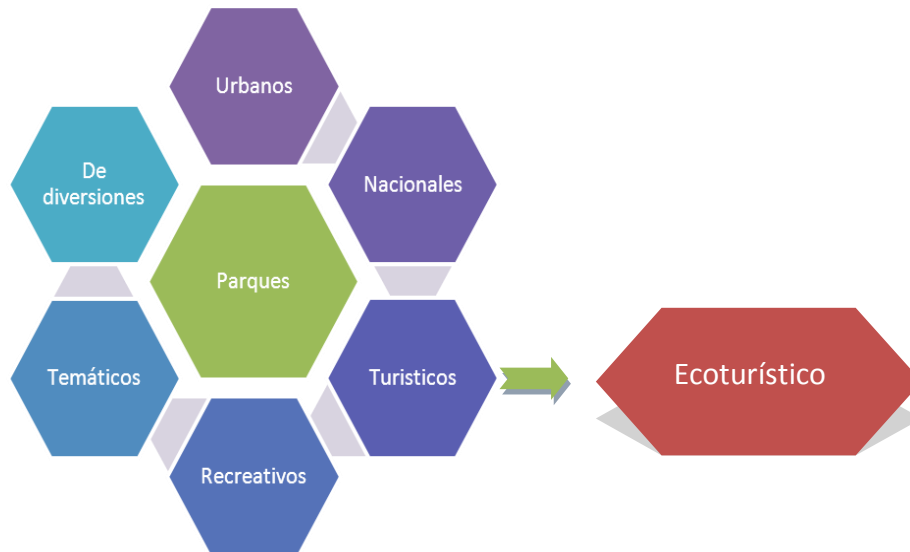
El producto denominado parque tiene la fortuna de aparecer en el territorio gracias a los procesos sociales, culturales, económicos y ambientales; en la actualidad la demanda por los parques ha ido en aumento debido a la gran variedad de servicios y actividades que satisfacen a los diferentes mercados turísticos; a continuación se muestra algunos tipos de parques, sin embargo con fines





prácticos de esta investigación nos enfocaremos solo en la definición de parque ecoturístico que se deriva de los parques turísticos.

Cuadro 11: Clasificación de parques



Fuente: (elaboración propia )

## Parque Ecoturístico

Como primer acercamiento a esta expresión mencionamos que el término parque surge del francés parc que significa “lugar arbolado de cierta extensión para la casa o el paseo” sin embargo, este vocablo fue evolucionando tanto como han surgido los diferentes parques en el mundo; como una categoría genérica para los proyectos de parque que integran productos turísticos, ya sean naturales, acuáticos, náuticos, temáticos, nacionales y zoológicos, con prestaciones a turistas nacionales o extranjeros.

Se motiva el desplazamiento de los turistas hasta el lugar con el objetivo de satisfacer sus necesidades mediante servicios básicos como gastronomía, alojamiento transporte, seguridad, servicios médicos especializados, información,



animación, guía, prácticas deportivas, ofertas recreativas diversa, alquiler de equipos, opciones infantiles y rentas de transportes varios; de ahí que como punto focal la definición de parque ecoturístico nos dice que es un “territorio rico en vegetación para la apreciación humana de los recursos naturales de manera ambientalmente responsable, proyectada para aprovechar dichos recursos a través de las actividades propias del ecoturismo que no afecten o deterioren dicho espacio (González Vélez, 1992)”.

En resumen, una empresa turística requiere de un producto y sus servicios; en este caso el parque ecoturístico pretende brindar alojamiento y actividades relacionadas al turismo alternativo que incluye aquellas que se realizan en el ecoturismo, turismo de aventura y el rural; para fines de esta investigación los servicios a considerar son los que ofrece el turismo de naturaleza; por tal razón se citan aquellas que son propias de este sector:

● **Seguridad:**

La seguridad en el destino permite que el turista se encuentre relajado y disfrute de las actividades programadas para dicho lugar; por tanto el gobierno y la empresa debe ofrecer al turista resguardo dentro y fuera del complejo; la seguridad también es referida a la eficiencia y capacidad de los servidores al proporcionar solución o auxilio a un problema o situación.

● **Guías:**

Un elemento clave para el servicio turístico son los guías, ya que son los que buscan ayudar al turista y hacen su estancia lo más agradable posible; además de proporciona información diversa y actualizada sobre aspectos pasados y presentes de los lugares visitados, incluidas sus costumbres y características; fomentando el respeto por el medio y lo que en se encuentra ya que el turista lo respeta y asume su opinión.



❶ **Información:**

Se trata de satisfacer la demanda de información y conocimientos de los visitantes, la finalidad es explicar al turista aspectos del parque que contempla en el interior, de tal modo que cuando el turista acceda al lugar de visita haya adquirido una serie de conocimientos que le van a proporcionar un mayor disfrute del parque y una mayor conciencia del su cuidado.

❷ **Alojamiento:**

El servicio de hospedaje le satisface al turista una necesidad básica, en el turismo de naturaleza es necesario proporcionarlo conforme a las necesidades del turista y sobre todo al cuidado de la naturaleza.

❸ **Alimentos:**

Este tipo de servicio se proporciona con el fin de satisfacer las necesidades primarias de los turistas; en el servicio de naturaleza deben ofrecer instalaciones que no dañen el entorno; además su equipamiento debe procurar el manejo de medidas de cuidado con calidad y confianza en el servicio.

❹ **Transporte:**

Este servicio permite al turista llegar y trasladarse de un lugar a otro dentro y fuera del lugar de visita; los transportes en el turismo de naturaleza son muy variados, desde el transporte tradicional como avión, automóvil o barco para la llegada al destino y para otras actividades el transporte a utilizar es más complicado como los automóviles cuatro por cuatro, canoas, helicópteros, avionetas, carretas y en algunos otros casos animales de carga como los caballos, burros y elefantes etc.



**11 Renta de equipo:**

En este caso el equipo a proporcionar se ofrece conforme a la actividad; éste también es una parte importante ya que se le debe facilitar al turista cuando va a realizar una actividad extrema con un equipo necesario para su seguridad o de menor riesgo como la bicicleta, en cualquiera de los casos es indispensable que se utilice de una manera adecuada el equipamiento.

Ahora bien, mencionamos el primer producto de este sector como la creación del parque Yellowstone; este parque inauguró “la era de la conservación ambiental” cuando, el 1 de marzo de 1872, el presidente Ulysses Grant firmaba el acta que instituía el Yellowstone National Park, el primer Parque Nacional del mundo. Desde entonces hasta la actualidad, la presión sobre los parques ha ido incrementándose, de manera que lo que en un principio podía no preocupar tanto a los gestores, hoy se ha convertido en una cuestión muy importante, pues el número de visitantes se incrementa cada día más (UNESCO, 2003, pág. 235), así como el desarrollo de un producto sustentable que coercione con el medio ambiente; por ello y aunque parezca una utopía, no es imposible el desarrollo integral de estos como se describe a continuación.

## **2.6 Desarrollo Sustentable en Proyectos Turísticos**

El turismo sustentable surge por diferentes causas; por un lado cada vez existe una mayor concientización por los temas ambientales en todo el mundo, también surge frente al turismo convencional que busca la máxima rentabilidad en el menor espacio y tiempo posible; así mismo los turistas comenzaron a darse cuenta del impacto que ocasiona el medio; además los visitantes exigen cada vez más calidad de los lugares que recorren; por otro lado, la propia competitividad de los destinos turísticos hace que se opte por enclaves de mayor calidad y por último los



grupos ambientalistas, ya peleados en otras batallas ecológicas, comienzan a preocuparse por el impacto del turismo en el medio ambiente, ejerciendo presión por la opinión pública. (Pérez de las Heras, Manual del Turismo Sostenible, 2004, pág. 34)

Con todo ello se realizaron en diferentes partes del mundo programas y comités que se dieron a la tarea de desarrollar directrices y actividades en pro del turismo sostenible como la Agenda 21, la carta de Aalborg, la carta del Turismo Sostenible, la declaración de Berlín, el Código Ético Mundial para el Turismo, la declaración de Québec sobre el Ecoturismo, el plan de acción de Jonhannesburgo y la declaración de Djerba; sobre Turismo y cambio climático; entre otros, estos documentos dejaron los antecedentes que han de guiar al turismo sostenible. (Pérez de las Heras, Manual del Turismo Sostenible, 2004, págs. 235-288)

Por otro lado, el desarrollo sostenible o sostenibilidad-sustentable (...) ya se ha incorporado a la vida actual, aunque aún no a todos los diccionarios, aparece por primera vez en el panorama internacional a través de la denominada “Estrategia Mundial para la Conservación” en 1987. En este documento, que fue elaborado por una organización conservacionista denominada La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN); que hoy conserva esas mismas siglas pero cuyo nombre ha sido modificado por el de “Unión Mundial para la Naturaleza”, aparecía el término “desarrollo sostenido”; la primera definición del término indica que es “aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Pérez de las Heras, Manual del Turismo Sostenible, 2004, pág. 22)

Edgar Ruiz S, menciona en su documento sobre Desarrollo Sustentable que “la relación del hombre con la naturaleza empieza a nivel del individuo, pasa por la comunidad, el distrito, la región, el país, las zonas ecológicas de interés común a varios países, el continente y el mundo. No son nítidamente separables los



fenómenos locales de los nacionales o de los municipales, ya que existen influencias recíprocas entre todos ellos” (Ruiz, 2006, pág. 33).

En el caso de la Unión Mundial para la Naturaleza dice que la palabra se refiere un “proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar o agotar los recursos de una forma que puedan irse renovando, al mismo ritmo que van siendo empleados o pasado del uso de un recurso que se genera lentamente a otro que lo hace a un ritmo más rápido”; acorde con ello, la tendencia del turismo sustentable se encuentra activa en varios países ya que está ligado a tres hechos importantes: calidad, continuidad y equilibrio , para ser señalado como un modelo de desarrollo económico diseñado para mejorar la calidad de vida local, experiencia para el visitante, mantener la calidad del medio ambiente, rentabilidad económica y beneficios de los empresarios turísticos.

De este modo, con el fin de una mejor comprensión acerca del tema, se mencionan los tres pilares de la sustentabilidad turística y sus beneficios en el siguiente esquema



Cuadro 12: Pilares de la sustentabilidad turística



Fuente: (elaboración propia con base en Pérez de las Heras, 2004, págs. 49-60)

Todo esto parece confirmar que el desarrollo sustentable implica una mejor calidad de vida por medio de razones éticas, científicas, ecológicas y económicas, en donde el beneficio sea igual para todos los que en su afán por el cuidado y respeto de su entorno crean proyectos con tales características.

En cuanto al turismo sostenible diremos que es un elemento que puede interiorizarse en la planificación de los proyectos del sector; de manera puntual en esta investigación nos centraremos en parques turísticos; en donde es preciso hacer mención a la “Carta Europea del Turismo Sostenible en Espacios Protegidos”, desarrollada por la asociación “Euparc” en el año de 1995; en la cual se argumenta que para realizar cualquier forma de desarrollo en un sitio natural con relación a parques es necesario el que para su equipamiento o actividad



turística deban de respetar y preservar a largo plazo los recursos naturales, culturales y sociales y que contribuya de manera positiva y equitativa al desarrollo económico y a la plenitud de los individuos que viven, trabajan o realizan una estancia en los espacios en donde se pretende desarrollar; ésta carta especifica también el papel de cada uno de los sectores implicados; como los destinos, las empresas turísticas y las agencias de viaje (Pérez de las Heras, 2004, pág. 122).

Por otra parte, la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), organizó el “V Congreso Mundial de Parques” en el año 2003, comenzando con un análisis de la situación de los espacios naturales y como resultado se deliberó un plan de acción; en el cual se hace continua referencia a la necesidad de un “turismo ambientalmente sostenible en el que intervengan las comunidades vecinas” y “velar para que los pueblos indígenas obtengan beneficios equitativos del ecoturismo”, animando a la utilización de la actividad turística en las áreas protegidas como fórmula de conservación de los recursos naturales y de educación y sensibilización de la población. (Pérez de las Heras, 2004, pág. 123)

Este mismo documento recomienda que los principales actores encargados de adoptar decisiones trabajen conjuntamente con la comunidad y se fomente:

- a) El uso sostenible del patrimonio natural y cultural.
- b) El desarrollo de las comunidades locales e indígenas y sus oportunidades económicas por los siguientes medios:
  - Prestando apoyo político y financiero para el establecimiento, la ampliación y la gestión eficaz de las áreas protegidas;
  - Fomente la aplicación de los acuerdos internacionales, la legislación nacional y las directrices sobre áreas protegidas;
  - Promover el respeto por el patrimonio natural y cultural y la prestación de servicios relacionados con su protección mediante la organización de visitas y actividades educativas;
  - Promover la aplicación de procesos participativos culturalmente apropiados;





Con respecto a los organismos internacionales y nacionales, las autoridades y el sector privado señala que

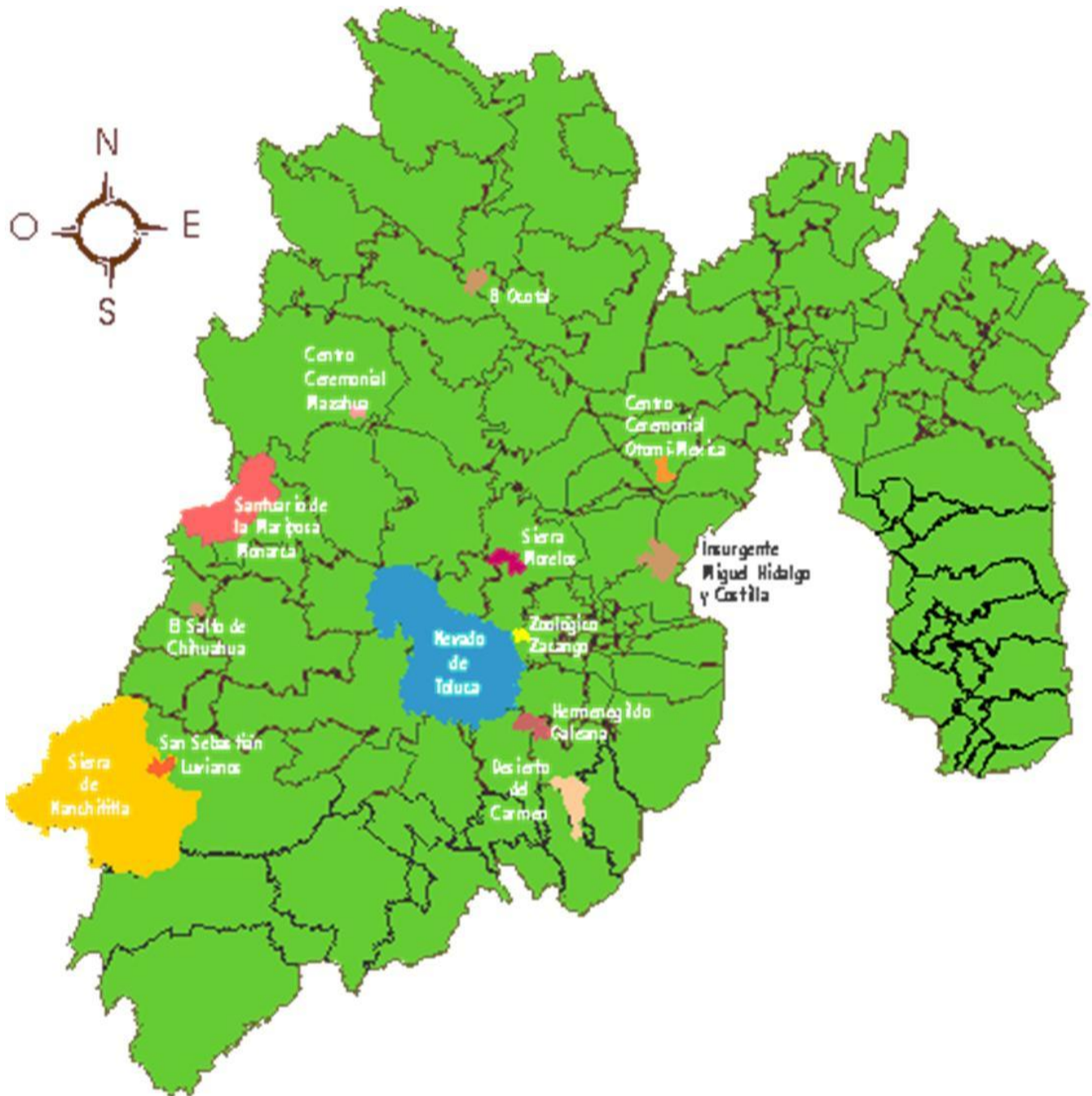
- a) Se debe comprender las conexiones entre el turismo, la conservación y el desarrollo comunitario.
- b) Reunir datos fiables sobre el turismo en las áreas protegidas.
- c) Determinar tipos y niveles óptimos de visitas a las áreas protegidas.
- d) Promover actividades apropiadas de seguimiento y evaluación.
- e) Promover una gestión eficaz.
- f) Alentar la formulación de políticas sobre el turismo en las áreas protegidas.
- g) Impartir al personal de las áreas protegidas capacitación apropiada en materia de turismo.
- h) Prestar servicios adecuados de interpretación y educación.
- i) Comprender las experiencias, el comportamiento y el impacto de los visitantes.
- j) Elaborar instrumentos y técnicas pertinentes para una financiación sostenible de las áreas protegidas basadas en el turismo (Pérez de las Heras, 2004, pág. 124).

En el caso del turismo sustentable, las empresas privadas y el gobierno federal busca fomentar el desarrollo de empresas de turismo de naturaleza que se conceptualicen y operen bajo criterios de sustentabilidad y competitividad, ya que sólo así ésta actividad económica puede representar a las comunidades una alternativa para la diversificación productiva, ingreso económico, de aprovechamiento y conservación de los recursos naturales y por consiguiente de desarrollo. De esta manera podemos decir que la elaboración de proyectos turísticos sustentables favorece la integración del sector público, privado y las comunidades, como resultado los beneficios son integrales considerando que contribuye al desarrollo sociocultural y ambiental en donde se pretenda emplear.



## 2.7 Los Parques Turísticos de Naturaleza en el Estado de México

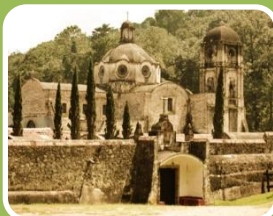
Ilustración 1: Parques del Estado de México



Fuente: (CEPANAF, 2012)



Cuadro 13: Descripción de los parques del Estado de México



El Carmen

- Ubicación: En el municipio de Tenancingo a 70 km. de Toluca
- Servicios: áreas de campamento, zona comercial y estacionamiento
- Actividades: campismo, caminata, días de campo, excursiones, recorridos culturales
- Recursos naturales y/o culturales: integrada por macizos forestales de pino y encino, el Convento del Carmen, considerado como una joya arquitectónica del siglo XVIII, ocupada por Carmelitas Descalzas.



Centro Ceremonial Otomí

- Ubicación: En el municipio de Temoaya a 25 km. de la Ciudad de Toluca.
- Servicios: mercado de artesanías, área de campamento, plaza ceremonial estacionamiento, vigilancia.
- Actividades: caminata, días de campo, excursiones y recorridos culturales
- Recursos naturales y/o culturales: El Centro Ceremonial Otomí-Mexica revela al visitante aspectos de la historia de estas dos etnias, que se establecieron en esta tierra hace más de 3,000 años.



Parque Mazahua

- Ubicación:
- Servicios: palapas, sanitarios, juegos infantiles, quioscos, vigilancia y estacionamiento
- Actividades: campismo, montañismo, recorridos culturales, fotografía escénica, excursiones y días de campo, además funciona como criadero de venado cola blanca.
- Recursos naturales y/o culturales: sitio cultural que ha conservado sus tradiciones, desde el idioma, hasta la indumentaria, cuenta con tres edificaciones para ceremonias y asambleas, además de un museo con valiosos testimonios de esta cultura.



Parque Hermenegildo Galeana

- Ubicación: Se localiza en el municipio de Tenancingo, a 49 km. de la Ciudad de Toluca
- Servicios: vigilancia, estacionamiento, cabañas, quioscos, mesa-bancos y sanitarios
- Actividades: permite realizar días de campo, campamentos, paseos, cabalgatas, ciclismo de montaña, fotografía escénica y montañismo.
- Recursos naturales y/o culturales: honra la memoria de uno de los principales caudillos insurgentes de la Guerra de Independencia, es un bosque de pino, encino, aile y madroño.



Isla de las Aves

- Ubicación: municipio de Atlacomulco, a 16 km
- Servicios: cabañas, sanitarios, estacionamiento, vigilancia, área de juegos infantiles
- Actividades: campismo, fotografía escénica, días de campo, recorridos culturales
- Recursos Naturales y/o culturales: Cuenta con un espejo de agua, al cual llegan aves migratorias.



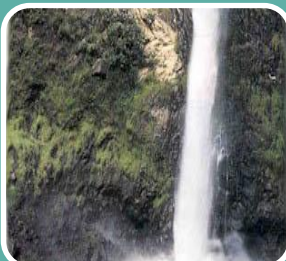
Parque insurgente Miguel Hidalgo (La Marquesa)

- Ubicación: a 32 km de la ciudad de México
- Servicios: zona recreativa, estacionamiento, miradores, restaurantes, vigilancia, sanitarios
- Actividades: ciclismo, días de campo, caminata, cabalgata, fotografía escénica
- Recursos naturales y/o culturales: uno de los primeros parques naturales en el país que cuenta con un bello paisaje natural



#### Sierra de Nanchichitla

- Ubicación: municipio de Tejupilco, a 190 km de Toluca
- Servicios: cabañas, mesa-bancos, estacionamiento, sanitarios, áreas para acampar, miradores, museo y vigilancia
- Actividades: días de campo, campamentos, excursiones; algunos deportes, como pesca, alpinismo, ciclismo de montaña y natación
- Recursos naturales y/o culturales: paisajes, con abundante vegetación y acantilados, peñones además de una inmensa cascada de 105 m de altura, un río, riachuelos y caídas de agua.



#### Salto de Chihuahua

- Ubicación: En los límites de los municipios de Ixtapan del Oro y Donato Guerra, este parque se localiza a 100 km de la Ciudad de Toluca.
- Servicios: palapas, azadore, sanitarios, juegos infantiles, mirador, chapoteadero, estacionamiento, área de camping, vigilancia
- Actividades: días de campo, campismo, fotografía escénica, caminatas y excursiones
- Recursos naturales y/o culturales: Belleza natural de encinos, ahuehuetes y ocotes y hermosa cascada



#### Santuario de la Mariposa Monarca

- Ubicación: a 90km de la ciudad de Toluca
- Servicios: vigilancia, estacionamiento, sanitarios, guía de grupos para realizar recorridos a caballo o a pie
- Actividades: excursiones, fotografía escénica
- Atractivos: Recursos naturales y/o culturales: Su vegetación se compone de pinos, encinos y oyameles, el atractivo principal es la visita de la mariposa monarca que emigra de Estados Unidos de América y Canadá en los meses de noviembre a marzo



#### Parque San Sebastian Luvianos

- Municipio de Valle de Bravo, Se encuentra a 145 km. de la Ciudad de Toluca
- Servicios: vigilancia, estacionamiento, juegos infantiles, sanitarios, regaderas, palapas y quioscos
- Actividades: caminata, campamento, días de campo, fotografía escénica, montañismo
- Recursos naturales y/o culturales: se desarrollan trabajos de fruticultura en variedades que incluyen naranja, limón, mango silvestre y guayabos



#### Parque Sierra Morelos

- Ubicación: a 50 km de la ciudad de Toluca
- Servicios: dos albergues alpinos, carretera de acceso al cráter, juegos infantiles, asadores, mesa-bancos, estacionamiento, sanitarios y vigilancia
- Actividades: días de campo, caminata, ciclismo, fotografía escénica
- Recursos naturales y/o culturales: Es uno de los cuatro volcanes más altos de la República y posee bosques de pino, encino y oyamel



#### El Nevado

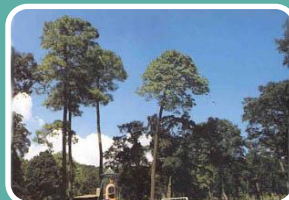
- Ubicación: Se localiza a 50 km. de la Ciudad de Toluca
- Servicios: albergues alpinos, carretera de acceso al cráter, juegos infantiles, asadores, mesa-bancos, estacionamiento, sanitarios y vigilancia
- Actividades: campismo, ciclismo y montañismo
- Recursos naturales y/o culturales: Es uno de los cuatro volcanes más altos de la República y posee bosques de pino, encino y oyamel.





#### Monte alto

- Ubicación: municipio de Valle de Bravo
- Servicios: cabañas, unidad deportiva, área de acampado, mirador escénico, vigilancia, área de juegos infantiles, sanitarios
- Actividades: caminata, campo, ciclismo
- Recursos naturales y/o culturales: bosques de pino y encino



#### El Ocotal

- Ubicación: municipio de timilpan a 85 km. de la Ciudad de Toluca
- Servicios: Hotel Campeste dentro del parque, estacionamiento, vigilancia, sanitarios, quioscos, mesa-bancos y servicios administrativos
- Actividades: excursiones, días de campo, campamentos, equitación, deportes al aire libre, remo y pesca
- Recursos naturales y/o culturales: abundancia del pino "ocote"



#### Zoologico de Zacango

- Ubicación: Municipio de calimaya
- Servicios: sanitarios, estacionamiento, vigilancia, restaurantes de comida mexicana, así como una zona de lanchas y un parque con personajes de la música de Cri-Cri.
- Actividades: recorridos a pie o en carreta, fotografía
- Recursos naturales y/o culturales: cuenta con avenidas de eucualptos, pinos y cedro, en su interior se encuentra : Zoologico, museo, cine, lago artificial

Fuente: (elaboración propia con base en CEPANAF, 2012)

## 2.8 La planificación de una Empresa Turística

El plan de negocios surge en la década de 1960 y 1970 en Estados Unidos como fruto de dos necesidades; la primera se refiere a la inversión del excedente financiero y la segunda se produce como herramienta gerencial; no obstante su origen es un instrumento que ayuda al éxito de una empresa; pues contribuye en aspectos clave de estrategias como el mercado y sus finanzas; además de encontrar el capital necesario para su implementación; por otro lado su metodología es tan flexible que permite la inserción de proyectos de toda índole y, en especial para nuevas iniciativas empresariales como los proyectos turísticos.

En el libro “Plan de negocios para emprendedores al éxito”, se realiza una definición de plan de negocios como una “herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le ayude a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos” (González Salazar,



2007, pág. 28); y complementando, habla también de un plan que debe ser progresivo, realista y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa, utilizando los recursos de que disponga la organización procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca el mecanismo que permitieran controlar dicho logro. (Bravo, 1994 citado por Estrada, 2012, pág. 35)

En relación con el plan de negocios podemos decir que, ayuda a poner en claro las ideas, detectar las oportunidades y anticipar a cualquier riesgo o problema que pueda presentarse, estudiar la factibilidad real de la idea antes de realizar un compromiso financiero y personal (tiempo y dinero) significativo; así también buscar futuros empleados, revisar periódicamente los avances y fijar nuevas rutas de acción. (González Salazar, 2007, pág. 18)

Sin embargo, la implementación de un plan de negocios no solo radica en el buen desempeño de una empresa, pues sirve también como carta de presentación ante posibles socios, proveedores e instituciones bancarias; en este sentido, se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas y cuando se solicita créditos empresariales (Balancko, 2008, pág. 6).



# **CAPÍTULO III:**

## *Plan de Negocios*





*“Aquel que se porta gentil y cortésmente con los Extranjeros demuestra ser ciudadano del mundo”*

*Francis Bacon*

### 3.1 Resumen Ejecutivo

El Parque Ecoturístico “Ecobambú” ofrecerá al turista y visitante un lugar de esparcimiento y diversión, combinado a su vez con el aprendizaje de protección y respeto al medio ambiente, así mismo incluirá los servicios de alojamiento contando con dos opciones: 1 cabañas de bambú y 2 campismo, para complementar este servicio se ofertarán diferentes actividades ecológicas, de aventura y rurales basadas en la sustentabilidad, siempre con guías turísticos altamente calificados que les auxiliará y acompañará en el momento que sea necesario.

La diversificación de oferta turística en el Municipio de Tenancingo aportará derrama económica, creación de empleos y proyección a nivel estatal y municipal en dicha materia.

El segmento de mercado al que va dirigido el servicio del parque es a los niños, jóvenes y adultos con plena conciencia ecológica, que guste del descanso y la recreación en áreas naturales, así como el aprendizaje del cuidado al medio ambiente y la convivencia con el medio rural.

Las áreas de oportunidades que se prestan para el proyecto ecoturístico son:

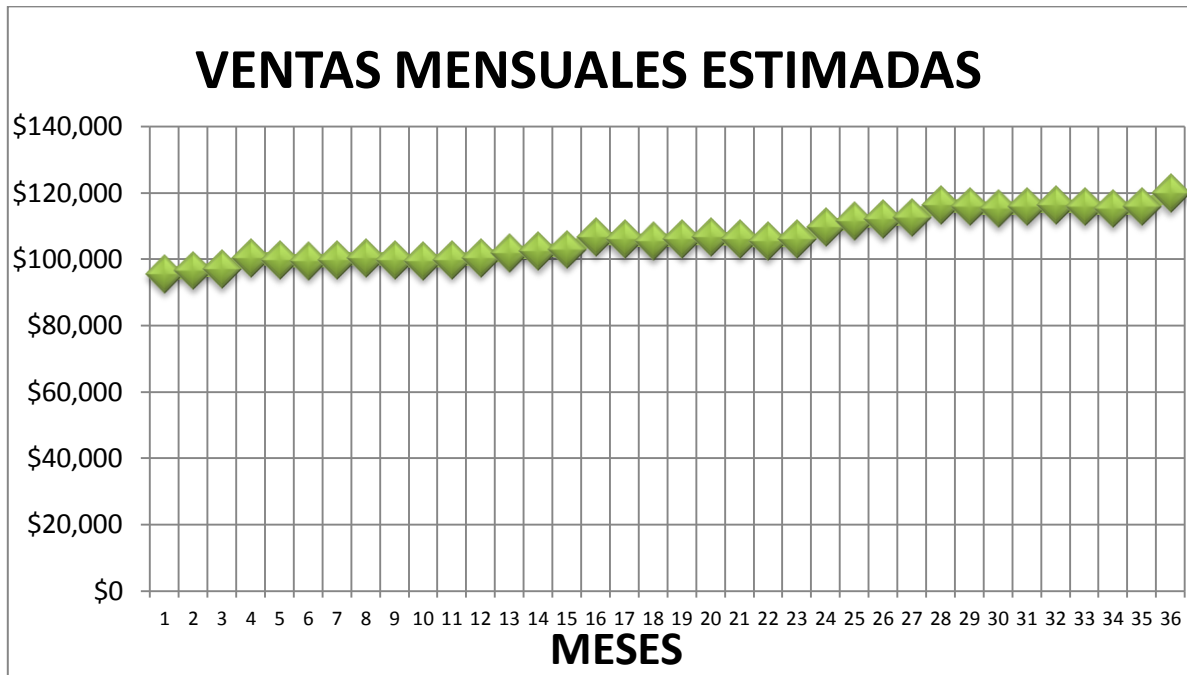
- Áreas naturales con hermosos paisajes
- Cercanía con la cabecera municipal
- Atractivos naturales cercanos al parque para la realización de senderos interpretativos
- El terreno en el que se instalará el parque es propiedad privada





La proyección de ventas para el Parque Ecoturístico Ecobambú se representa en la siguiente gráfica:

Gráfica 1: proyección de ventas



Fuente: (elaboración propia)

Los ingresos mensuales varían dependiendo de las temporadas altas y bajas, conforme a las vacaciones y fines de semana largos; además de la oferta a escuelas y empresas para tener un porcentaje de ocupación anual benéfico para la empresa.

El Parque Ecoturístico “Ecobambú”, será una empresa turística encausada al entretenimiento y diversión, que ofrecerá servicios adicionales como hospedaje, áreas de alimentos y bebidas, y guías especializados para diferentes actividades al aire libre, de acuerdo a los lineamientos del SCIAN (Sistema de Clasificación Industrial para América del Norte), consta de 5 niveles para su clasificación que incluye Sector, Subsector, rama, subrama, y clase de actividad económica; de esta manera la empresa está clasificada de la siguiente manera:



Tabla 1: Clasificación de la empresa

<b>Nivel de agregación</b>	<b>Categorías</b>
<b>Sector</b>	Terciario: debido a que es una empresa de servicios
<b>Subsector</b>	71: Servicios de esparcimientos y culturales y deportivos, otros servicios recreativos. En conjunto estos sectores se dirigen principalmente a las personas aunque también dan servicios a los negocios.
<b>Rama</b>	713 : Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos
<b>Subrama</b>	7131: Parques con instalaciones recreativas y casas de juegos electrónicos.
<b>Clase de actividad económica</b>	<b>713111: Parques del sector privado con instalaciones recreativas</b>

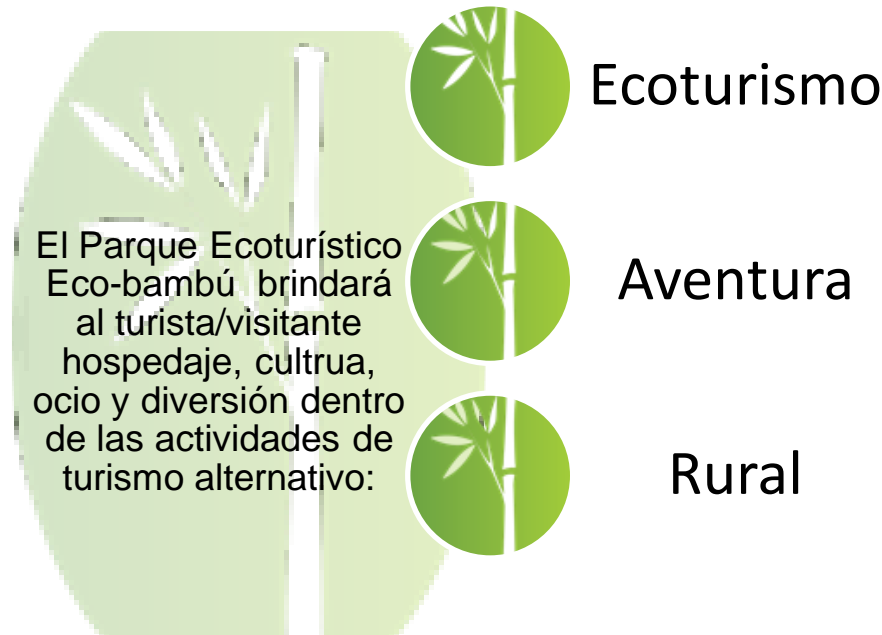
Fuente: (elaboración propia con base en SCIAN, 2002)

Con base a lo anterior el parque se encontrará dentro del sector terciario, pues será una empresa de servicios de esparcimiento, cultural, deportivo y recreativo, dentro de la rama de entretenimiento en parques con instalaciones del sector privado.



## 3.2 Descripción del Proyecto

Cuadro 14: Proyecto Ecobambú



Fuente: (elaboración propia)

### 3.2.1 Descripción del Negocio

Empresa: Parque Ecoturístico Ecobambú

Producto: Parque con recursos naturales, contará con personal altamente calificado para realizar actividades de ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural, que proporcionará al turista diversión basada en la sustentabilidad con una conciencia ecológica.

El parque contará con:

Cabañas, áreas de acampado, área para comida, juegos infantiles, pista comando, gotcha, rapel, granja, ciclo pista, trota pista, canchas deportivas, área de cultivo



orgánico, sanitarios, regaderas, SPA (salud por el agua), alberca para niños, lockers, jardín de fiestas, área de reforestación estacionamiento y vigilancia las 24 horas.

Las actividades que ofrecerá el parque son:

Cuadro 15: Actividades de Ecobambú



Fuente: (elaboración propia)



### 3.2.1.1 Misión

Somos un parque ecoturístico que ofrece servicios e instalaciones de calidad, proporcionando al cliente una satisfacción integral, vinculando al turista con la naturaleza de una forma sustentable, fomentando una conciencia ambiental y contribuyendo a conservar, preservar y proteger el medio ambiente como alternativa para los turistas y visitantes, además de lograr la consolidación de una empresa exitosa y productiva que contribuya al desarrollo económico de la comunidad.

### 3.2.1.2 Visión

El Parque Ecoturístico “Ecobambú” se consolidará como una empresa líder en el mercado ecoturístico a nivel regional, encaminada al esparcimiento y recreación de manera sustentable por medio de actividades de turismo alterativo, ofreciendo experiencias diferentes de una manera vivencial con valores éticos y de concientización ecológica que promuevan en el visitante la conservación del medio ambiente

### 3.2.1.3 Valores de la Empresa

Los valores institucionales por los que la empresa se regirá son:

**Respeto:** para con la naturaleza y el ser humano, que es el fundamento principal de la empresa.

**Ética:** al realizar cada una de nuestras actividades.

**Competitividad:** nuestro compromiso para estar a la vanguardia en cuanto ecoturismo se refiera por parte de cada uno de los que integran el parque.

**Humanismo:** el apoyo incondicional al ser humano.



**Honradez:** característica principal con la que se basará el personal.

**Responsabilidad:** ambiental y social.

### 3.2.1.4 Objetivos y Estrategias

Cuadro 16: Objetivos y estrategias

Objetivos específicos	Estrategias
1.-Analizar la competencia de turismo de naturaleza en la región.	a) Visitar empresas que brindan actividades de turismo en la región. b) Entrevistar a empresarios que proporcionen información acerca del comportamiento del turista de naturaleza y de su empresa. c) Clasificar los competidores reales, potenciales y sustitutos de la región.
2.-Crear un producto turístico de naturaleza, que brinde servicio este segmento de mercado insatisfecho en el municipio de Tenancingo.	a) Analizar los resultados que arroje el estudio de mercado. b) Planear el proyecto con un enfoque de turismo de naturaleza que satisfaga las necesidades de la demanda.
3.-Proporcionar al turista nuevas opciones de diversión, recreación y sensibilización en un ambiente natural.	a) Ofrecer actividades de turismo de naturaleza, rural y de aventura en un espacio natural.
4.-Proveer al visitante la infraestructura y servicios turísticos necesarios, que le permitan una estancia agradable en el parque.	a) Crear una estructura atractiva y segura. b) Contar con personal calificado en cada una de las áreas del parque.



- |  |  |
|--|--|
| <p>5.-Impulsar a la comunidad de Agua Bendita en la participación de las actividades que ofrece el parque y que permita el contacto directo con los visitantes y turistas.</p> | <p>a) Integrar a los habitantes que deseen participar en las actividades de la empresa.</p> <p>b) Capacitación continua a la gente de la comunidad.</p> <p>c) Crear actividades turísticas para la interacción de visitantes y habitantes de Agua bendita.</p>   |
| <p>6.-Encaminar al estudiante, empresario, turista y visitante hacia una sensibilización por el cuidado y protección al medio ambiente.</p>                                    | <p>a) Proporcionar información por medio de talleres que promuevan el cuidado a la naturaleza de forma interactiva.</p> <p>b) Promover actividades de cuidado ambiental como la reforestación.</p> <p>c) Contar con un reglamento medio ambiental, que sea respetado dentro del parque.</p>  |
| <p>7.-Incrementar las visitas al parque durante todo el año.</p>   | <p>a) Visitar escuelas y empresas para que conozcan el parque; ofreciéndoles promociones y descuentos.</p> <p>b) Ofrecer promociones en días festivos</p> <p>c) Crear actividades que promuevan el deporte en las instalaciones del parque.</p> <p>d) trato especial a personas de la tercera edad y con capacidades diferentes.</p> <p>d) Mantenimiento en instalaciones, para ofrecer un mejor servicio.</p> |



8.-Posicionarse como el primer parque ecoturístico con los mejores servicios hacia el turista de naturaleza.

- a) Contar con la mejor tecnología de equipo para las actividades y los servicios del parque.
- b) Capacitación constante al personal que labora en el parque.
- c) Difusión constante del parque en los diferentes medios de comunicación.
- d) Incorporar actividades innovadoras, en cuanto a turismo de naturaleza.

Fuente: (elaboración propia)

### 3.2.1.5 BCG

Ilustración 2: Matriz BCG



Fuente: (elaboración propia)





El Parque Ecoturístico “Ecobambú” se encontrará identificado dentro del servicio incógnita, debido a que su crecimiento podría ser alto cuando sea su lanzamiento en el mercado, sin embargo, la participación sería de manera ascendente.

## 3.2 Descripción del Servicio

### 3.2.1 Funciones

Las funciones de Parque Ecoturístico “Ecobambú”

- ① Proporcionará al turista y/o visitante, una gama de actividades ecológicas, de aventura y rurales basadas en el contexto de la sustentabilidad.
- ① Fomentará el turismo de naturaleza.
- ① Proporcionará áreas para el campismo.
- ① Motivará al visitante en la participación activa de la reforestación del parque.
- ① Se instalarán áreas recreativas como juegos infantiles, gotcha, pista comando etc.
- ① Contará con un área de comida con mesas, bancas, asadores que permitan el disfrute de alimentos y bebidas.
- ① Promoverá el ejercicio físico con la instalación de pista para ciclismo de montaña, trota pista, y canchas deportivas.
- ① Realizará pláticas y conferencias relacionadas con la conservación al medio ambiente.
- ① Brindará servicio de paseos a caballo proporcionado por gente de la comunidad de Agua Bendita.
- ① Compartirá conocimiento de diferentes temas en la actividad de senderos interpretativos.
- ① Ofrecerá la convivencia con animales de Granja.
- ① Permitirá al turista y visitante la investigación de flora y fauna de la región.



- ④ Se conformará un equipo de guía especializados para dar atención adecuada y oportuna para cada área del parque.
- ④ Contará con servicios básicos como sanitarios, estacionamiento, vigilancia y área de primeros auxilios.
- ④ La administración del lugar será atendida por personal con un perfil de licenciados en Turismo y Administración de Empresas Turísticas que permitirá analizar y atender al visitante satisfaciendo los deseos de este mercado tan importante.
- ④ Diversificará las actividades ecoturísticas del parque acorde con el perfil del segmento del mercado al que va dirigido el producto.

### **3.2.2.2 Necesidades que atiende**

- ④ El parque estará dirigido a todo aquel turista o visitante que requiera actividades encaminadas a la armonía y preservación del entorno natural.
- ④ Contribuirá a la diversificación de una oferta turística aprovechando de manera sustentable los recursos naturales con los que cuenta la comunidad.
- ④ Aprovechará los nichos de mercado no atendidos en la región.
- ④ Será un lugar especializado para la recreación y esparcimiento con actividades que se realizan en contacto con la naturaleza.
- ④ Proporcionará la relajación en algunas áreas y las actividades de turismo de aventura en otras áreas definidas específicamente para cada gusto y preferencia del visitante.

### **3.2.2.3 Aplicación Comercial**

El Parque Ecoturístico “Ecobambú” estará enfocado a todo aquel visitante que guste de las actividades de ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural y cultural preocupados y consientes de la importancia del cuidado al medio



ambiente, debido a esto, sus gustos los llevan a tener un contacto más cercano con la naturaleza, como con las costumbres y tradiciones de las comunidades rurales.

### 3.2.2.4 Ventaja Competitiva

- ❶ Ofertará integralmente servicios de naturaleza en instalaciones y actividades.

### 3.2.2.5 Análisis FODA

El análisis FODA es la valoración global de las fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas; en el análisis externo busca oportunidades y amenazas creadas por el entorno, en el interno se centra en las fuerzas y debilidades de la compañía (Kotler, 2004, pág. 76).

A continuación se presenta el análisis de la empresa:

Tabla 2: FODA Ecobambú

ANÁLISIS FODA		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FORTALEZAS DEBILIDADES	1 .Primer proyecto integral de Ecoturismo en Tenancingo. 2. Se cuenta con 10 hectáreas de terreno propio para el proyecto. 3. Excelente ubicación geográfica. (a 15 min. De Tenancingo) 4.Desarrollo del sector turístico 5. Personal calificado.	1.Falta de servicios públicos.(agua, luz y drenaje) 2. Capital insuficiente para la creación del proyecto. 3. Deficiente Infraestructura turística en la ciudad de Tenancingo. 5. Insuficiente cultura ambiental en la comunidad
OPORTUNIDADES AMENAZAS		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	



<ol style="list-style-type: none"> <li>1. México se propone dentro de los 5 primeros destinos turísticos internacionales para el 2018.</li> <li>2. Aumento de viajeros al país</li> <li>3. Mejora en infraestructura en el Estado de México.</li> <li>4. Mayor apoyo crediticio a mujeres empresarias.</li> <li>5. Aumento de inversionistas extranjeros en el país.</li> <li>6. Aumenta la cultura emprendedora en el país.</li> <li>7. México promueve la investigación para el cuidado del medio ambiente.</li> <li>8. Cercanía con algunos centros de la región</li> <li>9. Uso de las nuevas tecnologías de información</li> </ol>	<p>F1,O1,O2,O3,O5 (Solicitud de Financiamiento para la implementación del proyecto)                  F2,O6,O5,O8,O9 ( Buscar colaboración pública y/o privada para la implementación de tecnologías ecoambientales en el lugar)                  F3, O4,O8 ( Aprovechar apoyos gubernamentales que promueven la preservación del medio ambiente.                  F4,O3,O7,O8,O9 ( Portafolio de productos innovadores e integrales</p>	
<b>AMENAZAS</b>		<b>ESTRATÉGIAS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crece la inseguridad</li> <li>2. Aumenta la competencia en la región.</li> <li>3. Cambio en las políticas gubernamentales relacionadas al medio ambiente.</li> <li>4. Repatriación de inmigrantes debido a Leyes norteamericanas</li> <li>5. Deterioro del medio ambiente por cambio climático</li> </ol>		<p>D1,D2A2,A3,A4 (Alianza estratégica con vecinos de la comunidad para solicitud de servicios.                  D3,D4,,A3,A5 (Oferta de productos turísticos, que contribuyan con el cuidado del medio ambiente , acorde con las políticas municipales.</p>

Fuente: (elaboración propia)

## 3.3 Estudio de Mercado

### 3.3.1 Segmentación y Descripción del Mercado Meta

Para dar paso al siguiente apartado; debemos definir los siguientes elementos que son parte importante en la investigación:

Consideremos ahora, que se obtuvo y analizó información relacionada con el perfil del turista y sus necesidades, por parte de los propietarios de empresas turísticas y de servicios dentro del municipio de Tenancingo y algunas empresas de Malinalco que por sus características fueron también consideradas para la



obtención de información; los datos obtenidos de viva voz de aquellas personas especializadas en el tema hacen que la información sea certera para realizar una muestra de 7 entrevistas considerando un universo de 35 empresas, en donde los resultados son los siguientes:

- 1- Las características del mercado meta se inclina hacia las personas que gusten por conocer, comprender y disfrutar del contacto con la naturaleza y realizar actividades recreativas y culturales encaminadas a la sustentabilidad.
- 2- Se tiene considerado ofertar el servicio a la población con un rango de edad de 5 a 70 años, cuyo segmento se divide en:

Tabla 3: Edad del mercado



Fuente: (elaboración propia)



El nivel socioeconómico que se ha determinado para el mercado meta del parque sean D, D+, C, C+, A/B que en los estándares del Instituto de Investigaciones Sociales S.C., estas medidas son realizadas a través de la regla AMAI 10x6. (Instituto de Investigaciones Sociales S.C., 2009), de esta manera, nuestros clientes llegarán del municipio de Tenancingo, Toluca, Tenango, Malinalco, Ixtapan de la Sal, Distrito Federal y Metepec. Posteriormente, con la campaña de difusión, los clientes serán de municipios un poco más alejados, sin embargo aún del Estado de México y estados de la República Mexicana por último tener reconocimiento a nivel mundial.

El propósito principal de la cuantificación de la demanda turística radica en “determinar o medir el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de las facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al de trabajo y de residencia habitual”(Materson y Wall en Sancho, Duhalis y WTO, 1998:61, citado por Molina 2013); con este fin se plantea la demanda del municipio de Tenancingo, en base a datos de 138 cuestionarios aplicados en diferentes puntos a turistas en los meses de Abril y Junio del año 2012; derivado de la tesis denominada Diagnóstico de la actividad turista del municipio de Tenancingo, Estado de México, basado en el enfoque de planificación estratégica elaborada por la Lic. en T. Stefany Molina Castillo; obteniendo los siguientes datos:

La procedencia de los visitantes son de municipios aledaños, de diferentes estados de la República Mexicana, Distrito Federal y algunos de extranjero, la edad de los visitantes oscila entre los 20 y 35 años y los 36 y 51.

Identificando también que el 78% (108) viaja con familias y el 71% (98) lo hace utilizando transporte particular, por otro lado los datos arrojan que con un 74% (102) se identifica la llegada de turistas, pues permanece en el municipio entre 2 y 4 días o más de una semana, con un gasto de \$2,001.00 como mínimo, el 71% que equivale a 98 turistas menciono visitar el municipio de 1 a 5 ocasiones por año.



En la siguiente tabla se muestra la identificación de los motivos de visita Al municipio de Tenancingo, las actividades principales que realizaron; así como los servicios y actividades que les gustaría encontrar en el municipio.

Tabla 4: Cuantificación de la demanda

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	DEMANDA (PERSONAS)	
<b>Motivos por los cuales visitan Tenancingo</b>	<b>Descanso</b>	<b>37%</b>	52	
	Diversión	22%	30	
	<b>Religión</b>	<b>16%</b>	22	
	Familiar	22%	30	
	<b>Negocios</b>	<b>3%</b>	4	
<b>Actividades que los visitantes realizan durante sus visitas</b>	Compra de artesanías	23%	53	
	<b>Recorrido por los principales atractivos</b>	<b>39%</b>	<b>92</b>	
	Compra de flor	16%	38	
	<b>Campismo</b>	<b>2%</b>	<b>5</b>	
	Natación	12%	27	
	<b>Negocios</b>	<b>2%</b>	<b>4</b>	
	Gotcha	1%	3	
	<b>Consumo de gastronomía</b>	<b>5%</b>	<b>11</b>	
	<b>Servicios y actividades que a los visitantes les gustaría encontrar en Tenancingo</b>	Visitas guiadas	33%	68
		<b>Talleres artesanales</b>	<b>14%</b>	<b>29</b>
Actividades nocturnas		13%	28	
<b>Actividades de aventura</b>		<b>16%</b>	<b>34</b>	
Museo		18%	37	
<b>Módulos de información</b>		<b>6%</b>	<b>13</b>	

Fuente: (elaboración propia con base en Molina Castillo, 2013)

En los datos de la tabla, se puede observar que los principales motivos que encuentra el turista para visitar el municipio son la diversión y la familia con un 22%, realizando actividades en el municipio como recorridos por los principales atractivos 39%, campismo 2%, natación 12%, gotcha 1%, negocios 2%; entre otros.



En cuanto a los servicios y actividades que a los visitantes les gustaría encontrar en Tenancingo, encontramos con un 33% las visitas guiadas, a 34 personas que representan el 16% de los encuestados les gustaría actividades de aventura y con un 6% tenemos que los visitantes desean módulos de información.

Al unísono la investigación antes mencionada realiza de manera puntual la descripción de la comunidad receptora como elemento en la participación del sector turístico con un representativo de 138 cuestionarios aplicados en la cabecera municipal de Tenancingo; pues una planificación estratégica debe contemplar a los habitantes; distinguiendo en la tabla, los siguientes datos:

Tabla 5: Comunidad receptora de Tenancingo

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	No. DE PERSONAS
<b>Participación en la actividad turística dentro de Tenancingo</b>	Elaboración de artesanías	8%	11
	Venta de Artesanías	7%	10
	Recomendar los recursos del municipio dentro y fuera del mismo	64%	88
	Presentación de servicios turísticos	4%	6
	No participa	17%	23
<b>Recursos que los habitantes consideran más importantes del municipio de Tenancingo</b>	Monumento a Cristo Rey	24%	88
	Catedral de San Clemente	11%	39
	Parroquia de San francisco de Asís	4%	16
	Gastronomía	2%	8
	Parque Nacional Desierto del Carmen	29%	105
	Salto de Santa Ana	3%	9
	Sitio Arqueológico La malinche	4%	16
	Parque Estatal Hermenegildo Galeana	6%	20





---

Mercado de la flor Ahuehuate	1%	5
---------------------------------	----	---

---

Fuente: (elaboración propia con base en Molina Castillo, 2013)

Podemos destacar con que los habitantes de Tenancingo tienen una participación dentro de la actividad turística con un 64% solo recomendando los recursos dentro y fuera del municipio sin embargo, solo el 4% tiene participación activa dentro de los servicios turísticos que ofrece Tenancingo; por otro lado ellos consideran que los recursos por los que llegan los visitantes son las artesanías con un 45%, seguido del Parque nacional Desierto del Carmen (29%), el monumento a Cristo Rey (24%) y el mercado de la flor con un 16%.

En cuanto a la disposición de participar en la actividad turística del municipio el 88% de las personas encuestadas contestó afirmativamente pues se puede dar a conocer el municipio, obtener beneficios económicos y de los habitantes y por último se genera más empleo e ingresos; en contra parte el 5% afirma que no por la inseguridad y el desorden vial.

### **3.3.2 Análisis de la Competencia**

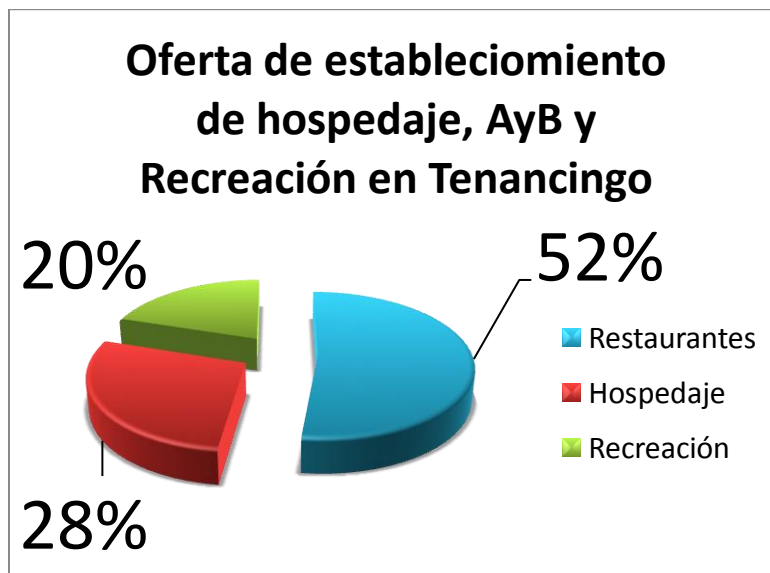
Una empresa se enfrenta a una amplia gama de competidores; sin embargo para que esta tenga éxito debe satisfacer las necesidades y deseos de los clientes mejor que sus contrincantes; además de adaptarse a las estrategias de otras empresas que atienden a los mismos mercados objetivos.

Por tanto cada empresa debe tener en cuenta su tamaño y su posición en el sector en relación con sus competidores; para que de esta manera pueda desarrollar sus propias estrategias y mejorar su servicio ante la competencia. (Kotler, 2004)



Así, podemos mencionar que toda compañía se enfrentan a competidores y debe considerar que existen diferentes niveles de competición; algunas empresas consideran a sus competidores como aquellas que ofrecen productos similares a los mismos clientes a un precio parecido; otras consideran competencia a todas las demás empresas que hacen el mismo producto o clase de producto; algunas otras ven en un sentido más amplio a sus competidores como aquellas empresas que proporcionan el mismo servicio y finalmente en un sentido aún más amplio se encuentran todas las empresas que compiten por la misma parte de renta de los consumidores (Kotler, 2004).

Gráfica 2: Oferta de servicios en Tenancingo



Fuente: (elaboración propia)

La información que se muestra en la gráfica, hace referencia a los establecimientos dedicados a ofertar alimentos y bebidas, hospedaje y actividades recreativas que son representativos de Tenancingo por su trayectoria y tradición; sin embargo estos negocios representarán la competencia para el Parque Ecoturístico “Ecobambú”, tomando en cuenta que cada uno de ellos ofrece servicios que se ofertarán en la empresa; sin embargo ninguno de ellos integra las actividades de turismo alternativo que oferta el parque.



### 3.3.2.1 Identificación de los competidores

#### Actuales

Los competidores actuales a los que se enfrentará el Parque Ecoturístico “Ecobambú” son por el tipo de servicio que oferta y el concepto de turismo alternativo la empresa Eco Aldea, debido a la cercanía y a sus actividades; ya que se encuentran en torno al cuidado de la naturaleza con un enfoque holístico; además de contar con hospedaje y comida en instalaciones ecológicas, seguido del complejo ecoturístico Malli Kualli, siendo estas empresas las que se dirigen a un mercado de clase media alta y que se distinguen por ofrecer un servicio especializado y con personal capacitado.

Cuadro 17: Competidores actuales

	<p><b>Malli Kualli</b> Ubicación: Malinalco Servicios: Estacionamiento , sanitarios, área de camping, regaderas Actividades: Puente tibetano tirolesa, rappel, escalada natural, alberca, chapoteadero, arenero, jacuzzi, cabalgata, cuatrimotos, vuelo en parapente, temascal.</p>
	<p><b>Las casuarinas</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicación: carretera Tenancingo-Teneria km.</li><li>• Servicio: albercas, Salón de eventos, juegos infantiles, canchas deportivas,</li><li>• Actividades: camping, natación, voley ball, basket ball, fut ball, recreación</li><li>• Actividades: cursos holísticos, capacitación ecológica, visitas guiadas</li></ul>
	<p><b>Algo más de Mali (promotora turística)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicación: Av. Juárez #111 Sata. María Malinalco</li><li>• Servicio y/o actividades: cultural (visitas guiadas, museos, turismo rural) Ecoturismo (senderismo, paisajismo) Aventura (rappel, tirolesa, espeleología especiales (parapente, campamentos, temascal, excursiones didácticas escolares, grupos empresariales)</li></ul>



#### Maliemociones

Ubicación: Calle Hidalgo en Malinalco

Servicios y/o actividades: Cabalgata, cuatrimotos, gastrotur, gotcha, leyendas, rapel, parapente, temazcal, recorridos de aventura (Cañón las bocas, palmar de Guadalupe, de la iguana)



#### Mali Xanat

Ubicación: Malinalco

Actividades y /o servicio: Recorrido interactivo con tortugas, mirador, huerta, apantle, pozas para nadar, bebida de té, lodo botánico, sombrillas y hamacas, áreas verdes, baños y regaderas, estacionamiento y área de acampar



#### Eco aldea

- Ubicación: Tenancingo
- Servicios: Cabañas, temazcal, área de camping, sanitarios ecológicos, alimentos.
- Actividades: cursos holísticos, capacitación ecológica, visitas guiadas

Fuente: (elaboración propia)

### 3.3.2.2 Identificación de los Competidores Potenciales

Dentro del mercado de servicios turísticos en Tenancingo encontramos que los competidores potenciales de la empresa son hoteles, restaurantes, centros recreativos, parques acuáticos, y los parques naturales.



De este modo mencionamos los siguientes:

Cuadro 18: Competidores potenciales

	<p>Parque Hermenegildo Galeana Ubicación: Tenancingo Servicios: vigilancia, estacionamiento, juegos infantiles Actividades: camping, días de campo</p>
	<p>Balneario Ixtapan de la Sal Ubicación: Ixtapan de la sal a 90 km de la ciudad de México Servicios Hotel, restaurantes, tiendas, albercas, juegos, trenecito, estacionamiento, sanitarios, aguas termales, SPA, vestidores, cabinas lockers, servicio médico, cajero automático Actividades: acuáticas, días de campo, relajación, recreación</p>
	<p>Parque Bicentenario Servicios: estacionamiento, sanitarios, ciclopista, lago, trotapista, ciclopista, andadores, área de exposiciones temporales, pérgola de educación ambiental infantil “Papalote Museo del Niño”, tres estacionamientos (que incluye espacio para autobuses escolares y así evitar aglomeraciones en las vías de acceso), canchas de usos múltiples, kioscos, juegos infantiles y gimnasio al aire libre, canchas de futbol soccer y canchas de futbol Actividades: deportivas, convivencia con la naturaleza y educación ambiental</p>

Fuente: (elaboración propia)





Cuadro 19: Competidores sustitutos

	<p><b>Parque Nacional Santo Desierto del Carmen</b> Ubicación: Tenancingo Servicios: Estacionamiento, área comercial, área de camping, sanitarios Actividades: Visita al convento, días de campo, camping</p>
	<p><b>Los Delfines</b> Ubicación: carretera Tenancingo-Tecomatlán km. Servicios: albercas, restaurante, tienda, sanitarios, vestidores Actividades: clases de natación y recreación</p>
	<p><b>Hotel El Portón Inn</b> Ubicación: carretera Tenancingo-Tenería Km. Servicios: Hospedaje y cafetería (Bed and Breakfast)</p>
	<p><b>Hotel Victor Victoria</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicación: Carretera Tenancingo-Zumpahuacan km. 5</li><li>• Servicios: habitaciones con internet, alberca</li></ul>
	<p><b>Restaurante Las Canastas</b> Ubicación: Tenancingo Servicios: alimentos y bebidas, atención a eventos, venta de artesanías, venta de árboles y flores</p>
	<p><b>Tirolesa Salto de Santa Ana</b> Actividad: tirolesa con una longitud de 120 mts hacia ambas direcciones</p>



### Club Nipaqui

Ubicación: carretera Tenancingo-Zumpahuacan 1.5

Servicios: restaurante, alberca, jardín para eventos



### Hotel San Diego

- Ubicación: Paseo de los Insurgentes
- Servicio: habitaciones con internet, jacuzy, cable

Fuente: (elaboración propia)

En este sentido también podemos mencionar como competidores potenciales a las personas con interés en realizar proyectos que se encuentren enfocados a la naturaleza, así mismo aquellas que bajo un perfil turístico sustentable, busquen alternativas de desarrollo para Tenancingo; por otro lado se encuentran aquellas empresas orientadas al turismo que deseen incorporar dentro de sus servicios el turismo alternativo y por último los egresados de instituciones que se encuentren en Tenancingo un lugar con características apropiadas para la creación de proyectos similares.

### **3.3.2.3 Determinación de los Factores Claves de Éxito de la Competencia**

De acuerdo al análisis de la competencia podemos definir los siguientes factores que han sido la clave del éxito de las empresas dedicadas a la recreación y al contacto con la naturaleza como:



### **1. Capacidad de cambio.**

El proceso de cambio, es una importante estrategia en las empresas, ya que con ello toman nuevas actitudes, nuevas tecnologías y cambian la forma de manejar el negocio mejorando el servicio al cliente.

### **2. Campañas constantes de publicidad.**

Los objetivos de la campaña de publicidad serán persuadir al consumidor para que compre su producto o servicio; con este fin, las empresas que se dedican al sector turístico buscan los mejores medios publicitarios y definir el sector al que serán dirigidas las campañas; por ello los empresarios buscan estar siempre en la mente del público con la publicidad idónea ya sea por medios electrónicos, escritos o de boca en boca que son los constantes en las empresas.

### **3. Inversión.**

Realizar una inversión planeada y constante, que permitirá mejorar en la mayoría de los ámbitos esenciales de una empresa como el personal y las instalaciones.

### **4. Capacitación del propietario y personal.**

Una mejora en este sector permitirá que el cliente se encuentre satisfecho con lo ofertado; pues una empresa de carácter turístico debe mantener a su personal en constante capacitación para mejorar su servicio.

### **5. Ubicación.**

El territorio en el que se asiente la empresa determinará, el tipo de actividad que se oferte; por tanto es importante que la empresa cuente con la mejor ubicación para las actividades que se desean realizar; además de la cercanía que tenga esta con los insumos que el turista necesita.





## **6. Costos.**

Los costos se deberán de analizar de acuerdo a la competencia, y tiene que ver con el tipo de servicios y la calidad de los mismos; además de las herramientas que se deben de utilizar para brindarlos; aunado a ello algunos empresarios fijan sus precios en base a los mismos consumidores; lo cual permite la accesibilidad en precios del mercado meta.

## **7. Implementación de nuevas actividades.**

Ofertar actividades diferentes dentro de un mismo sector, hará que nuestra empresa se diferencie de las otras, que contribuye a la diversificación del servicio y por tanto hace que una empresa obtenga un plus en el mercado potencial.

## **8. Seguridad.**

Partiendo de la premisa de que las actividades realizadas en este tipo de turismo serán de alto riesgo, es esencial brindarle al visitante o turista una estancia placentera asumiendo que éste contará con seguro de accidente y de vida para las actividades.

## **9. Reservación.**

El resultado importante del proceso de reservar es tener lo que el cliente requiere en el momento justo, de esta manera el empresario será capaz de presentar al cliente el servicio de manera rápida y acorde a sus necesidades.

### **3.3.3 Cuantificación de la Demanda**

De acuerdo con los datos proporcionados en la coordinación de turismo municipal (2012) y de la Secretaría de Turismo (2012) el municipio de Tenancingo recibió 79,300 visitantes durante el año 2010 los cuales llegan en distintas temporadas



principalmente el periodo de semana santa y las vacaciones de verano durante el mes de julio.

### 3.3.4 Cuantificación de la Oferta

Considerando que el servicio de alojamiento en el proyecto Ecobambú integra mediante paquetes turísticos diversas opciones de recreación en distintos enfoques (ecológico, de aventura, rural y cultural), se ha considerado la capacidad de servicio de alojamiento del municipio de Tenancingo en la categoría de alojamiento económico destacando una oferta de 64 habitaciones por día (Gobierno del Estado de México, IGCEM, 2012); en este sentido considerando que un año contable tiene 360 días la oferta de alojamiento turístico total fue de 23,040 habitaciones ofertadas en el año 2010.

Cuadro 20: Estadística de turismo en Tenancingo

Hospedaje y alojamiento	
Establecimientos	15
Categoría turística	10
Tres estrellas	1
Dos estrellas	1
Una estrella	8
Categoría económica	5
Otros	5
<b>Habitaciones</b>	<b>279</b>
Categoría turística	215
Tres estrellas	12
Dos estrellas	21
Una estrella	182
Categoría económica	64
Otros	64

Fuente: (Gobierno del Estado de México, IGCEM, 2012)



### 3.3.5 Contrastación de la Oferta y la Demanda

Gráfica 3: Contrastación de la oferta y la demanda

	Turistas
Oferta	69120
Demanda	79300



Fuente: (elaboración propia)

Considerando que se tienen 64 habitaciones disponibles por día, estas se multiplican por 360 días que considera un año contable, nos da un total de 23,040 habitaciones por año en el municipio de Tenancingo.

Con el fin de realizar la contrastación de la oferta y demanda de alojamiento turístico municipal se considera que la capacidad promedio de habitación es de 3 turistas, destacando que principalmente se tienen habitaciones sencillas y dobles, así como el tamaño actual de las familias del mercado meta, se multiplican las



23,040 habitaciones por 3 turistas en promedio que se pueden atender al año, obtenemos un total de 69,120 turistas a los que se tienen capacidad de ofertar el servicio de alojamiento. (Gobierno del Estado, IGCEM, 2012)

### **3.3.6 Plan de Mercadotecnia**

El plan de mercadotecnia es una serie de decisiones anticipadas para alcanzar los resultados previamente estimados. Implica el manejo en el tiempo de los recursos de la empresa, orientados a lograr metas concretas, considerando los riesgos inherentes; para que un plan de mercadotecnia sea exitoso debe tomarse en cuenta la definición del mercado, definición de productos y servicios, el establecimiento de objetivos de comercialización, las políticas de comercialización, el diseño de estrategias de comercialización, los programas de trabajo, la ejecución y seguimiento, así como la evaluación y toma de decisiones, esto englobado en las 4p que son: producto o servicio, plaza, precio y promoción. (SECTUR, FIDETUR, 2004)

#### **🌱 Producto o Servicio**

En el caso de la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú”, se encontrará enfocada a realizar actividades de turismo alternativo, ofreciendo también como servicio complementario el hospedaje, en un entorno sustentable y ecológico.

La atención por parte de los integrantes de la comunidad de Agua Bendita, será una característica a favor de una empresa sustentable, que por su motivación se encontrará dirigida a personas que gustan de acciones rurales y la convivencia con personas originarias del lugar, en donde se podrán incluir pláticas acerca de la historia del lugar, sus tradiciones y costumbres, además de su modo de vida.

De igual forma, los turistas podrán realizar la observación de ecosistemas, flora y fauna; disfrutando de los atractivos naturales con los que cuenta Agua Bendita, senderismo (senderos interpretativos), fotografía de la naturaleza, talleres interpretativos, cabalgatas; que pertenecen a las actividades de turismo ecológico.



Dentro de las actividades del turismo de aventura que se encuentran contempladas en el parque son rappel, escalada, ciclismo de montaña, caminata y gotcha.

El tipo de posicionamiento que requiere la empresa se encuentra basado en las características del producto; esto con base en los usuarios y la participación de la comunidad que hacen de la empresa un producto con características no convencionales; lo cual permitirá realizar una estrategia de penetración selectiva que consiste en lanzar el producto a un precio elevado y con escasa promoción. El propósito es recuperar la mayor cantidad de beneficios por el servicio y mantener bajos los gastos de mercadotecnia, de esta manera se espera obtener más utilidades. (Fisher y Espejo, 2004)

### **Plaza**

En este sentido la empresa encuentra como principales plazas las siguientes:

- Escuelas primarias, secundarias, preparatoria y universidad.
- Agencias de viajes.
- Instituciones, organizaciones y empresas.
- Ciudad de México y Toluca.
- Ferias turísticas regionales y eventos que promuevan el turismo en la región.
- Módulos de información turística.

### **Precio**

El precio establecido para los visitantes se estima de \$50.00 por persona; respecto al servicio de hospedaje el precio por cabaña es de \$450.00 con un cupo de 2, 4 y 6 personas; en el servicio de campamento se cobrará la cantidad de \$50.00.

En la siguiente tabla se presentan los paquetes a ofertar; cabe mencionar que todos ellos incluyen a elección, una de las siguientes actividades: talleres



interpretativos, senderismo, talleres ambientales y exploración de flora y fauna; en donde el costo es por persona y se describen a continuación:

Tabla 6: Paquetes Ecobambú

<b>PAQUETE</b>	<b>COSTO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>PAQUETECANSES</b>	\$300.00	Tirolesa Rappel Pista comando Ciclismo y/o trota pista Canchas deportivas
<b>PAQUETEDIVIERTAS</b>	\$300.00	Gotcha Canopy Ciclismo y/o trota pista Canchas deportivas
<b>PAQUETEINTEGRES</b>	350.00	Gotcha Canopy Pista comando Actividades de integración Canchas deportivas
<b>PAQUETECONCIENTAS</b>	\$400.00	Spa Natación Caminata Cabalgata
<b>PAQUETEDUQUES</b>	\$250.00	Taller ambiental Huerto orgánico Taller interactivo Granja Sendero interpretativo Zona arqueológica

Fuente: (elaboración propia)

Notas:

Para grupos menores a 5 personas se deberá contratar dos actividades mínimo para poder brindarles el servicio.

Los precios pueden variar sin previo aviso.

Las actividades aquí descritas estarán disponibles de acuerdo a la capacidad de carga y la demanda de los mismos.

Los paquetes, no incluirán el equipo (bicicleta y camping).

Los paquetes en grupos mayores a 5 personas estarán sujetos a cambio de actividades, de acuerdo al gusto y preferencia del cliente.



## **Promoción**

La propuesta de promoción del parque ecoturístico se realizará a todos aquellos clientes potenciales; por los siguientes medios:

- Electrónicos: páginas web especializadas, e mail personalizados, redes sociales.
- Gráficos: distribución de folletos, trípticos, espectaculares, tarjetas de presentación.
- Personalmente: invitación a alumnos y profesores en las escuelas por parte de miembros calificados de la empresa.

Del mismo modo, la propuesta de marca para el parque es:

The logo for 'ecobambú' is displayed. The word 'eco' is written in a brown, sans-serif font. The word 'bambú' is written in a green, sans-serif font. A small bamboo stalk with leaves is integrated into the letter 'b' of 'bambú'.

Fuente: (diseño elaborado por el Lic. en Diseño Gráfico Erasto González Flores)

Este logotipo se encuentra basado en los colores café y verde, que representan a la naturaleza, así como la combinación de dos tipos de letras que resaltan las dos características principales de la empresa que es el contacto natural y el bambú como elemento para incluir en la imagen total del parque.

Adicionalmente se encuentra el logo corporativo que recupera una parte de la letra Bambú; de esta manera el cliente identificará también a nuestra empresa de manera más sencilla:






Fuente: (Diseño elaborado por el Lic. en Diseño Gráfico Erasto González Flores)



El slogan: *“Naturalmente divertido”*

Redes sociales:

-  Ecobambú.com.mx
-  Facebook: Ecobambú
-  Twitter: @ecobambú

Gráfica 4: Publicidad



Fuente: (elaboración propia)





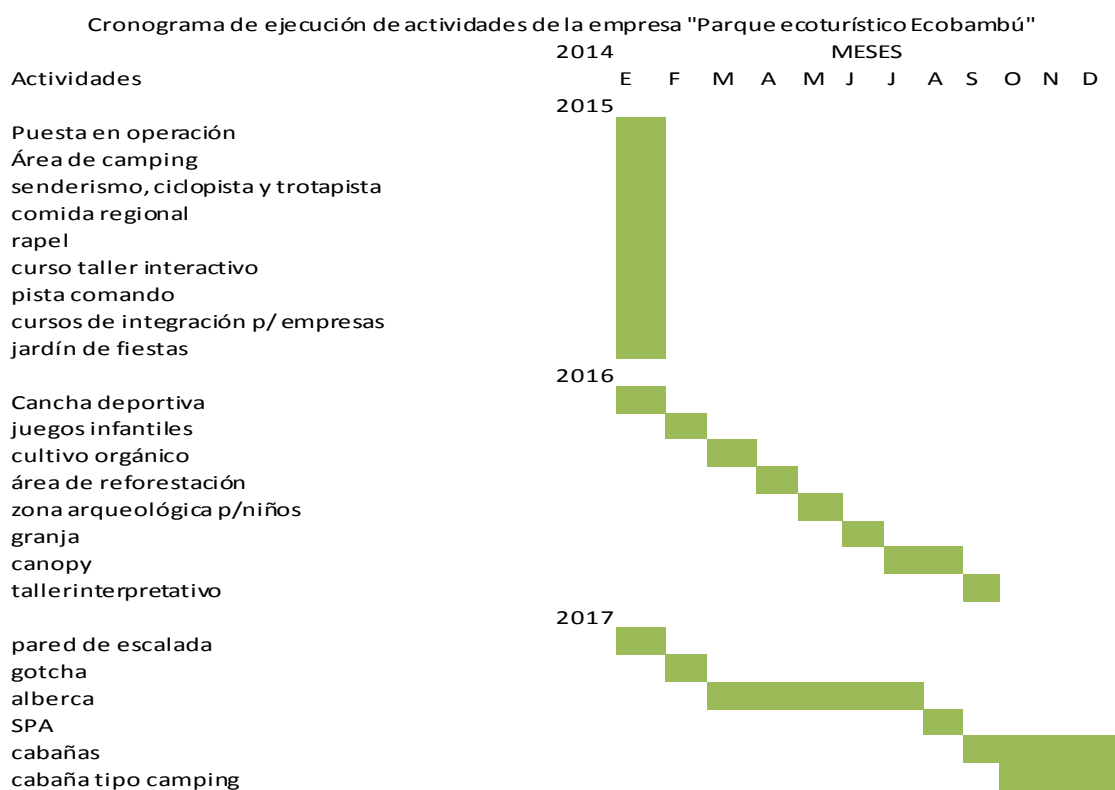
## 3.4 Estudio Técnico

El estudio técnico se desarrollará con base en el ideal del proyecto, previsto a tres años en donde se describe el servicio, equipo e instalaciones, diseño y distribución, así como la materia prima requerida.

### 3.4.1 Especificaciones Técnicas del Servicio

El Parque Ecoturístico “Ecobambú” será un lugar en donde se ofrecerá los servicios de hospedaje y actividades de turismo de naturaleza; contando con tres etapas para el proyecto con un periodo de un año para cada una de ellas, dichas etapas se describen en el siguiente cronograma de actividades:

Cronograma 1: Actividades de la empresa



Fuente: (elaboración propia)



Los servicios a ofertar son los siguientes:

**1. Servicio de hospedaje:**

Se dispondrá con cabañas de bambú y adobe; las cuales contarán con energía solar alternativa, captación de agua pluvial para ser utilizada en los sanitarios ecológicos y áreas verdes, que incluyen camas individuales y matrimoniales respectivamente, cocineta, sofá, estantería para las pertenencias del huésped, luz eléctrica y baño con calentador solar; además de ser ambientadas con artesanías de Tenancingo; las cuales se distribuyen de la siguiente manera:

- 2 cabañas con capacidad para dos personas.
- 2 cabañas con capacidad para cuatro personas.
- 2 cabañas con capacidad para seis personas.
- 1 cabaña para 30 personas tipo acampado.
- 1 cabaña para la administración
- 1 cabaña para el servicio de enfermería.
- 1 cabaña para el servicio de SPA.

**2. Servicio de alimentos:**

Para la prestación de servicio de alimentos se dispondrá de dos locales comerciales en renta, empleados para habitantes de la comunidad; los cuales se equiparán de acuerdo a los requerimientos de los alimentos a ofertar; adicional a ello se contará con un área de comida en donde los visitantes o turistas podrán preparar sus alimentos en una parrilla y mesas de picnic para jardín que también podrán ser utilizadas por aquellos visitantes que lleven sus alimentos preparados y deseen disfrutarlos al aire libre.

**3. Servicios y actividades empresariales:**

En cuanto a los servicios, se dispondrá de una área de juntas equipada para diez personas con mesa y sillas, sonido de audio, teléfono, internet, equipo de cómputo y proyector con telón para realizar juntas y eventos de negocios; así mismo se



dispondrá de un equipo de animadores calificados que realizarán actividades para desarrollar en el grupo empresarial la concentración, planeación, motivación estrategia e integración; desarrollando las capacidades y habilidades de comunicación, creatividad, liderazgo, confianza, trabajo en equipo, toma de decisiones y superación; en diferentes puntos del parque, todo esto por medio de programas acodes a cada empresa y con el objeto de una mayor integración y eficiencia del grupo de trabajo.

#### **Jardín de fiestas:**

En el jardín de fiestas y eventos especiales se ofrece jardín con capacidad para 100 personas, servicio de sanitarios, iluminación, seguridad, estacionamiento con capacidad para 15 vehículos, zona de preparación de alimentos, durante todos los días del año.

#### **Clases de natación:**

En las clases de natación se cuenta con un instructor capacitado, ofreciendo programas especializados para niños, jóvenes, adultos y personas con capacidades diferentes en una alberca de 9 x 5 a 1.40 de profundidad.

#### **Grupo de boy scouts:**

Esta actividad se realizará con líderes capacitados en el área, en donde se disfrutará de caminatas y juegos en la naturaleza dentro del parque; con un equipo de 2 casas de campaña adicionales a las que como grupo posean y materiales para la fogata (leña), lámparas de mano; el grupo se contempla para 30 niños y/o jóvenes.

#### **Spa:**

Contará con equipamiento camilla y serán atendidos por una cosmeatra y un terapeuta altamente calificados los cuales proporcionaran atención propia para el descanso, relajación y atención especializada en limpieza faciales con productos



naturales, y masajes terapéuticos, cada sesión serán por medio de citas previamente solicitadas por el cliente.

#### **🌿 Campamento de verano:**

En el campamento de verano los niños oscilan en las edades de 7 a 14 años, con un guía para el grupo de 30 niños, para quienes se realizarán actividades como talleres ambientales, pintura de playera, reciclado, cuentos, juegos de mesa, música, pintura, deportes, manualidades, natación, juegos creativos

#### **🌿 Enfermería:**

Contará con el área equipada adecuadamente para atender de manera segura y con personal capacitado a turistas o visitantes que pudieran tener un accidente o enfermedad; atendiendo las necesidades básicas y aplicando los cuidados para la reducción de los daños; cuidando del paciente hasta que sane o sea trasladado a algún sitio de asistencia médica en caso de que se requiera.

#### **🌿 Estacionamiento:**

En las instalaciones del parque se contemplará un estacionamiento con capacidad para 60 vehículos, con el fin de que las personas que visiten el lugar tengan un lugar seguro para guardar su automóvil mientras disfrutan de sus actividades.

En cuanto a las actividades de turismo de naturaleza, se realizarán conforme a las normas de seguridad, equipo y personal calificado; en donde los participantes dispondrán de lo siguiente:

#### **🌿 Actividades ecoturísticas:**

- Taller interactivo
- Ciclismo de montaña
- Caminata y carreras campo traviesa
- Observación de flora y fauna
- Rescate de flora y fauna



**🌿 Actividades de aventura:**

- Gotcha
- Rappel
- Tirolesa
- Canopy
- Escalada en pared
- Pista comando

**🌿 Actividades rurales:**

- Cuidado de animales de granja
- Taller interactivo
- Taller interactivo del medio ambiente
- Zona arqueológica
- Senderos interpretativos
- Cultivo orgánico

El parque se encontrará en un terreno de 107,508.07 m<sup>2</sup>, la ubicación se muestra a continuación en la siguiente imagen.

Ilustración 3: Ubicación de Agua Bendita, Tenancingo; Edo de Méx.

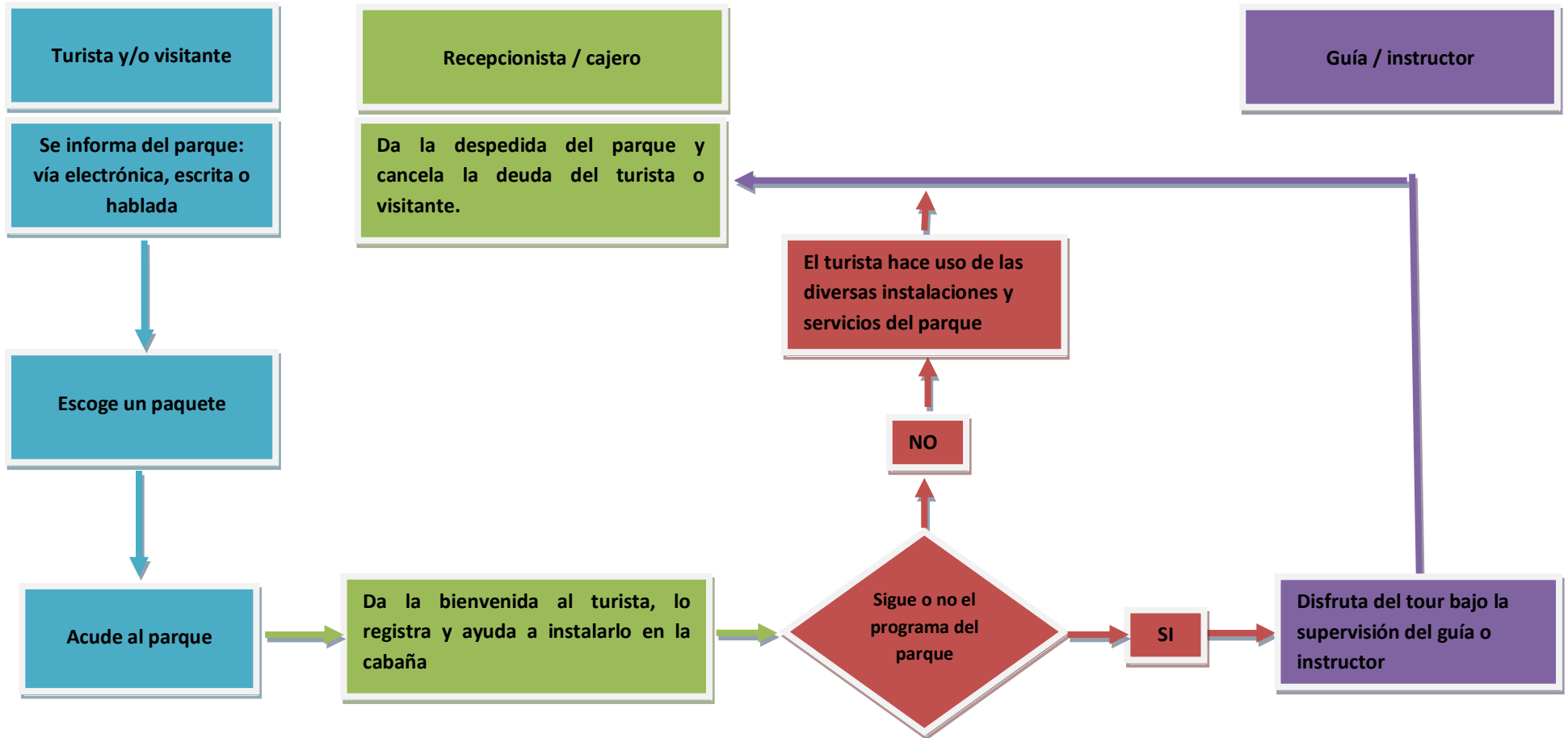


Fuente: (elaboración propia con base en googlemaps.com)



### 3.4.2 Descripción del Proceso de Prestación de Servicio

Ilustración 4: Descripción del proceso de prestación de servicio



Fuente: (elaboración propia)



### 3.4.3 Determinación de la Capacidad de prestación de Servicios

En cuanto a la capacidad máxima de servicio que ofrecerá el Parque conforme a la demanda y calidad, en el área de hospedaje es de turistas 100, considerando 30 turistas en una cabaña tipo acampado y 24 en cabañas de 2, 4 y 6 personas; en el área de camping la capacidad de 30 a 50 visitantes por día.

En los servicios de turismo de naturaleza se tendrá una capacidad de turistas o visitantes por día; además del guía, instructor, fisioterapeuta, cosmeatra, terapeuta o líder de cada actividad.

Con respecto a los servicios adicionales como el jardín de fiestas se contará con la capacidad para 100 personas; del mismo modo el servicio de aseo personal como los baños tendrán la capacidad para 28 personas distribuidos en dos áreas dentro del parque y con 14 regaderas en la zona de actividades de alberca y camping.

La recepción tendrá un espacio cómodo para 8 personas y por último el estacionamiento contará con un cupo para 60 vehículos en dos espacios designados para este fin.

### 3.4.4 Descripción de Equipo e Instalaciones

Tabla 7: Plan de compras en equipos e instalaciones

<b>Equipo e instalaciones</b>	<b>Descripción</b>	<b>Proveedor</b>
<b>Muebles de alojamiento</b>	Camas matrimoniales y literas, cómoda, buroes.	Artesanos de Tenancingo
<b>Accesorios de cabañas</b>	Tapetes, estantes, ropa de cama, edredones, cortinas.	Vianey
<b>Muebles de oficina</b>	Escritorio, sillas ejecutivas, archivero.	Home depot



<b>Muebles y decoración del lobby</b>	Cuadros decorativos, porta revistas, mesa de centro, sala de estar, jarrones, alfombra, masetas, persianas,	Artesanos de Tenancingo
<b>Accesorios de oficina</b>	Pisa papel, porta papeles, cesto de basura, lámpara de escritorio, abre cartas, persianas, perchero, servidor de agua, intercom.	Home depot
<b>Equipo de computo</b>	Computadora, no break, multifuncional, teléfono, fax.	Telmex
<b>Instalación eléctrica</b>	Generadores de energía eólica, celdas solares.	Respa solutions
<b>Instalación telefónica y de conexión a internet</b>	Teléfono, modem, contrato de internet y línea.	Telmex
<b>Terminal bancaria</b>	Comodato de terminal bancaria en cobro con tarjeta.	
<b>Otro equipo tecnológico</b>	Baterías recargables, televisión, transceptor portátil, cámara fotográfica y de video, radiocomunicación.	Plaza de la tecnología Toluca

Fuente: (elaboración propia)





### 3.4.5 Requerimiento de Materia Prima

Tabla 8: Plan de compras en materia prima

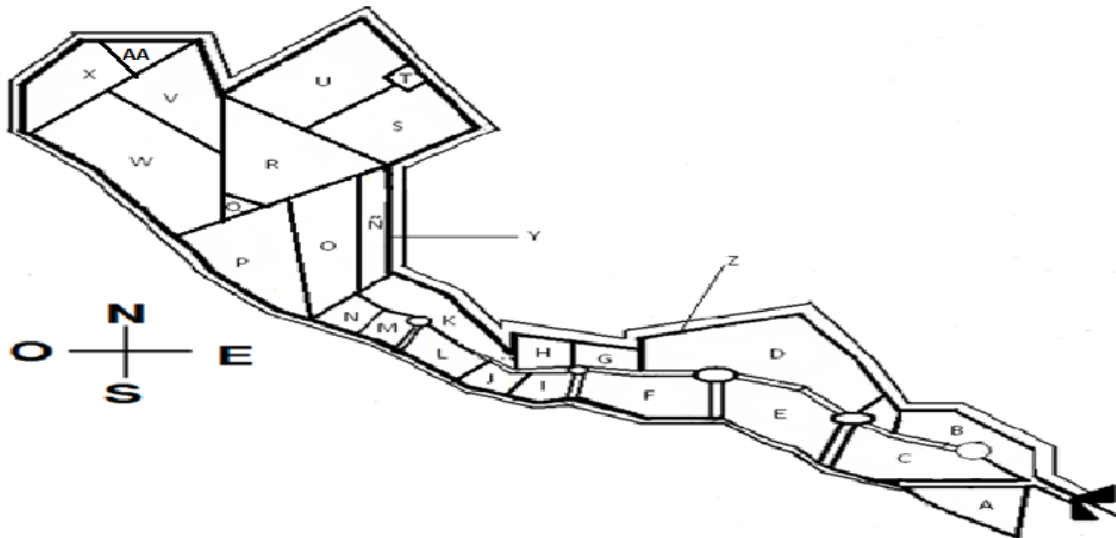
<b>Materia prima</b>	<b>Descripción</b>	<b>Proveedor</b>
<b>Tecnológicos</b>	Baterías recargables, tóner de multifuncional.	Plaza de la tecnología Toluca
<b>Papelería de oficina</b>	Bolígrafos, lápices, sacapuntas, tijeras, gomas, corrector, colores, estuche geométrico, agenda, perforadora, folders.	Papelerías de Tenancingo
<b>Papelería de promoción</b>	Folletos, trípticos, tarjetas de presentación, hojas membretadas.	Empresa de diseño Saldaña
<b>Productos de uso personal</b>	Jabón líquido para manos, jabón en barra, shampoo.	Garis Tenancingo
<b>Productos de limpieza</b>	Jabón en polvo, estropajos, escobas, jalador, recogedor, trapeadores, cubetas, jícaras, destapa caños.	Garis Tenancingo

Fuente: (elaboración propia)



### 3.4.6 Diseño, distribución y Ubicación del Parque

Ilustración 5: Distribución de áreas



Fuente: (elaboración propia)

Tabla 9: Distribución de áreas del parque

A) Estacionamiento	B) Jardín de fiestas	C) Administración y recepción
D) Locales comerciales y área de comida	E) Taller interpretativo	F) Juegos infantiles
G) Pared de escalada	H) Cancha deportiva	I) Cultivo Orgánico
J) Granja	K) Cabaña tipo camping	L) Enfermería
M) Sanitarios	N) Estacionamiento	Ñ) Escalada
O) Pista comando	P) Gotcha	Q) Sanitarios
R) Alberca	S) Spá	T) Lavandería
U) Cabañas	V) Canopy	W) Camping
X) Área de reforestación	Y) Ciclopista	Z) Trotapista
AA) Zona arqueológica		

Fuente: (elaboración propia)



Ilustración 6: Distribución de actividades del parque



Fuente: (Diseño elaborado por Andrés Díaz de León, estudiante de la Licenciatura en Diseño Industrial del ITESM)



### **3.4.7    Diseño Arquitectónico de Cabañas**

Ilustración 7: Diseño arquitectónico de la fachada lateral



Fuente: Diseño arquitectónico elaborado por Marcos Ramírez Guadarrama, estudiante de arquitectura de la UVM.

Ilustración 8: Diseño arquitectónico de la fachada principal



Fuente: Diseño arquitectónico elaborado por Marcos Ramírez Guadarrama, estudiante de arquitectura de la UVM



Ilustración 9: Diseño arquitectónico de la cabaña



Fuente: (diseño arquitectónico elaborado por Marcos Ramírez Guadarrama, estudiante de arquitectura de la UVM)





### 3.4.8 Diseño Arquitectónico de Canopy

Ilustración 10: Diseño arquitectónico de canopy



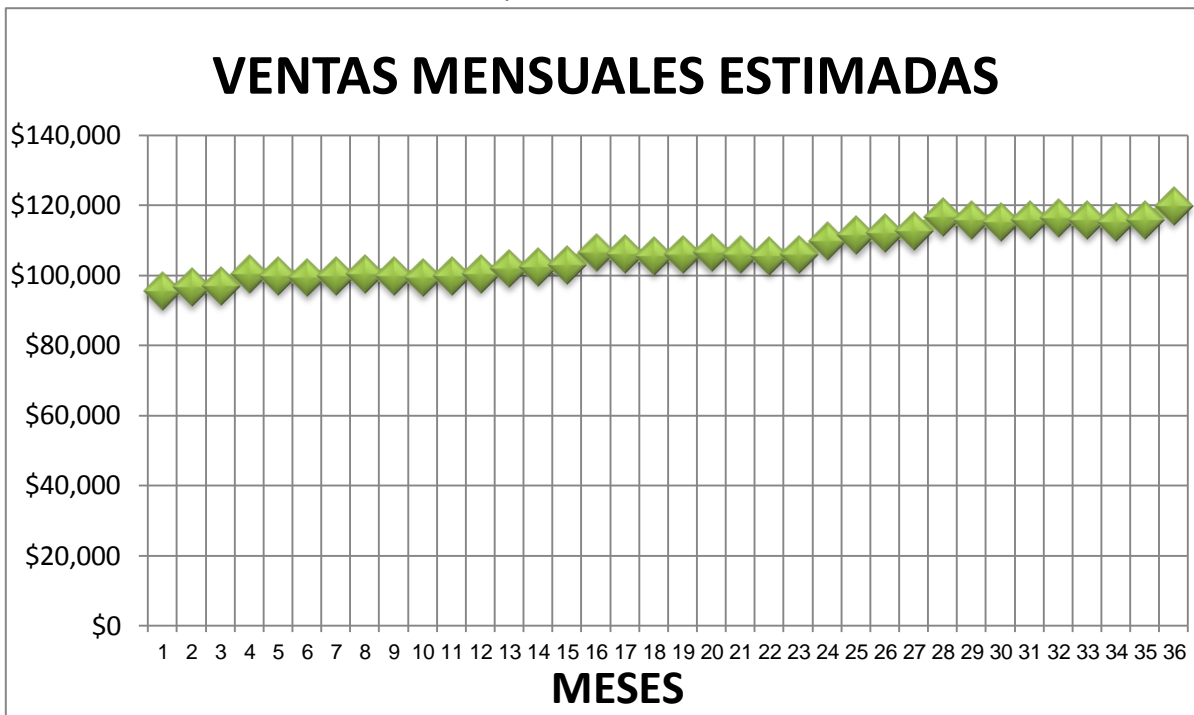
Fuente: (elaboración propia con base en tirolesas México.com)



### 3.4.9 Programa de Prestación de Servicios

La proyección de ventas del Parque Ecoturístico “Ecobambú” por mes es como se muestra a continuación en la siguiente gráfica; la visita en los meses de temporada baja de turista y visitante hace que el porcentaje disminuya pero la gráfica se ve nivelada por la invitación a escuelas y grupos permitiendo con esto que el parque todo el año tenga ganancias, esto basándose en la capacidad de carga y las temporadas turísticas.

Gráfica 5: Proyección de ventas en un año



Fuente: (elaboración propia)

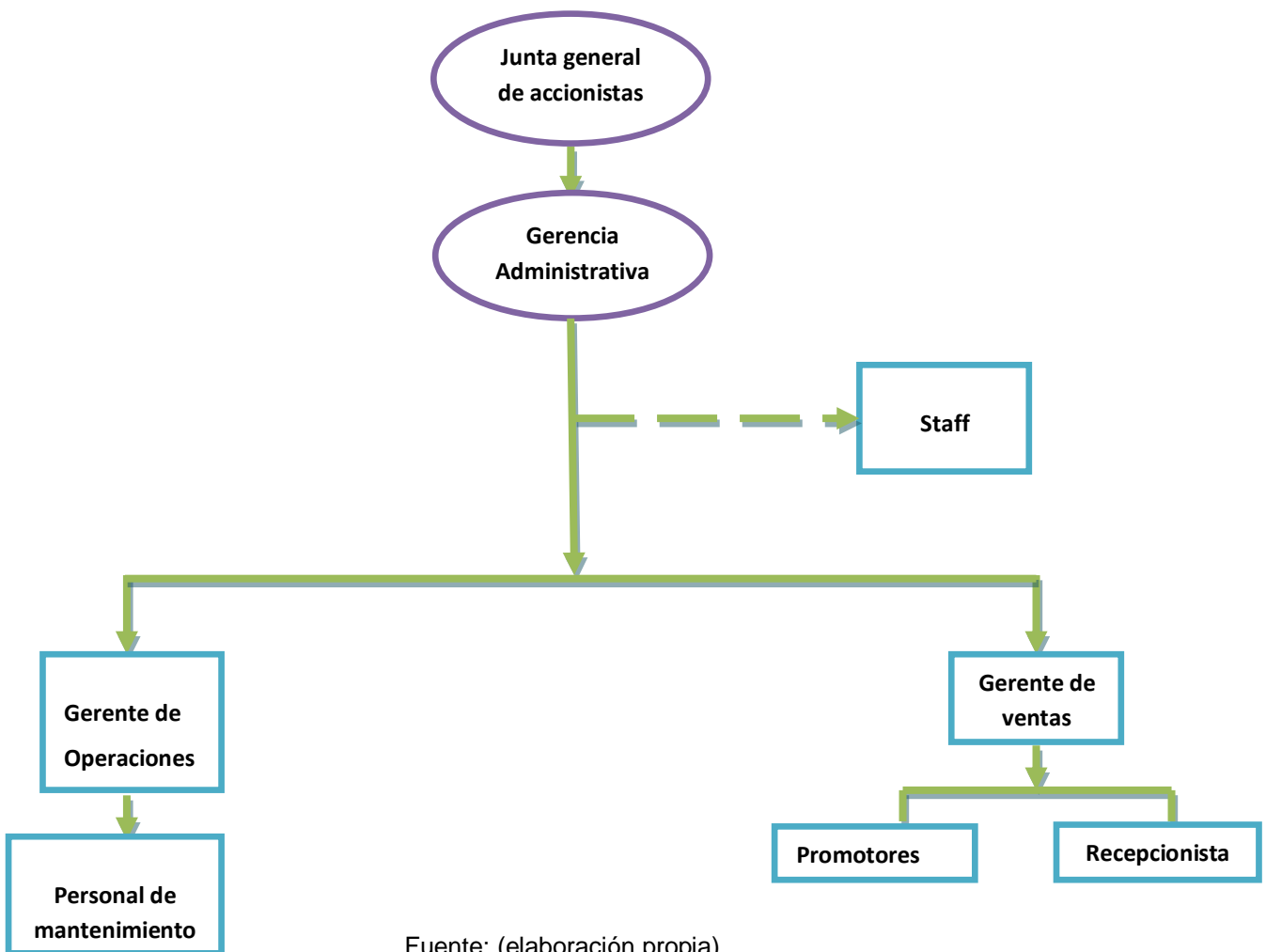


## 3.5 Estudio Administrativo

En este estudio se expondrá las gestiones administrativas para el inicio de operaciones además de describir el personal necesario para cada una de las áreas, así como sus funciones a partir de la culminación de la tercera etapa con las que se permitirá el buen funcionamiento del Parque Ecoturístico “Ecobambú”.

### 3.5.1 Organigrama y Áreas Funcionales de la Empresa

Ilustración 11: Organigrama de la empresa



Fuente: (elaboración propia)





## 3.5.2 Determinación de Sueldos y Números de Empleos a Generar

### Junta general de accionistas

El “Parque Ecoturístico Ecobambú”, estará bajo el control de seis socios accionistas, quienes responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

Tabla 10: Descripción de puestos y salarios

Puesto	Sueldo por mes	Personal	Perfil	Actividades
<b>Gerente Administrativo</b>	\$7,500	1	<ul style="list-style-type: none"> <li> Edad de 30 a 35 años</li> <li> Sexo: indistinto</li> <li> Estudios profesionales en administración o carreras afines</li> <li> Experiencia: con experiencia</li> </ul>	Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la empresa,
<b>Gerente de Operaciones</b>	\$7,500	1	<ul style="list-style-type: none"> <li> Edad: 25 a 30 años</li> <li> Sexo: Indistinto</li> <li> Estudios: Licenciatura en Administración</li> <li> Experiencia: mínimo de un año</li> </ul>	Objetivos organizacionales, estrategias de marketing y objetivos de mercado (factores tecnológicos, competitivos, económicos, legales, culturales y éticos) y todo aquello público de la compañía (empleados, proveedores, comunidad financiera, los medios y los accionistas públicos en general)
<b>Gerente de</b>	\$5000	1	<ul style="list-style-type: none"> <li> Edad: 25 a 30 años</li> </ul>	Se encarga de proporcionar al público una



<b>Ventas</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sexo: Indistinto</li> <li>● Estudios: Licenciatura en Administración</li> <li>● Experiencia laboral: mínimo de un año</li> </ul>	buena imagen corporativa con campañas publicitarias, mejora continuamente el servicio que se ofrece, realiza investigación de mercado, vigila el desarrollo de otras organizaciones y aplica cuestionarios de retroalimentación
<b>Recepcionista</b>	\$4,500	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Edad: 20 a 30 años</li> <li>● Sexo: femenino</li> <li>● Estudios: Licenciatura en Turismo</li> <li>● Experiencia laboral : mínimo de un año</li> </ul>	La recepcionista deberá seguir el desempeño de las funciones administrativas, las normas de calidad del establecimiento, las necesidades del cliente
<b>Personal de mantenimiento</b>	\$4,800	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Edad: 18 a 30 años</li> <li>● Sexo: Indistinto</li> <li>● Estudios: nivel técnico</li> <li>● Experiencia laboral: mínimo de un año</li> </ul>	Limpiar, acondicionar, remodelar, reparar fallas, prolongar la vida útil de los bienes
<b>Promotor de Ventas</b>	\$4,000	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Edad: 18 a 30 años</li> <li>● Sexo: indistinto</li> <li>● Estudios: Técnico/ Licenciatura en mercadotecnia ó afines.</li> <li>● Experiencia laboral: con a sin experiencia</li> </ul>	Vender el servicio a que oferta el parque en diferentes puntos de venta, participar en ferias y congresos representando a la empresa
<b>Staff</b>	\$4,000	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Edad: 18 a 30 años</li> <li>● Sexo: Indistinto</li> </ul>	Especialista en el manejo de conocimientos capaces de proporcionar información experta y



			<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estudios: nivel técnico</li> <li>● Experiencia mínimo de un año</li> </ul>	asesoría a los departamentos dependiendo del área asignada: Cabañas, camping y Turismo de aventura, ecoturismos, rural, spa, alberca, talleres, etc. Dentro del parque ecoturístico, desarrollará actividades relacionadas con el área en el que sea asignado.
<b>Cocinera</b>	\$5,000	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Edad: 30 a 50 años</li> <li>● Sexo: femenino</li> <li>● Estudios: con o sin estudios.</li> <li>● Experiencia laboral: con experiencia</li> </ul>	Preparación de alimentos, mantener limpia el área de trabajo, atención a clientes.

Fuente: (elaboración propia con base en STPS, CONASAMI, 2013)



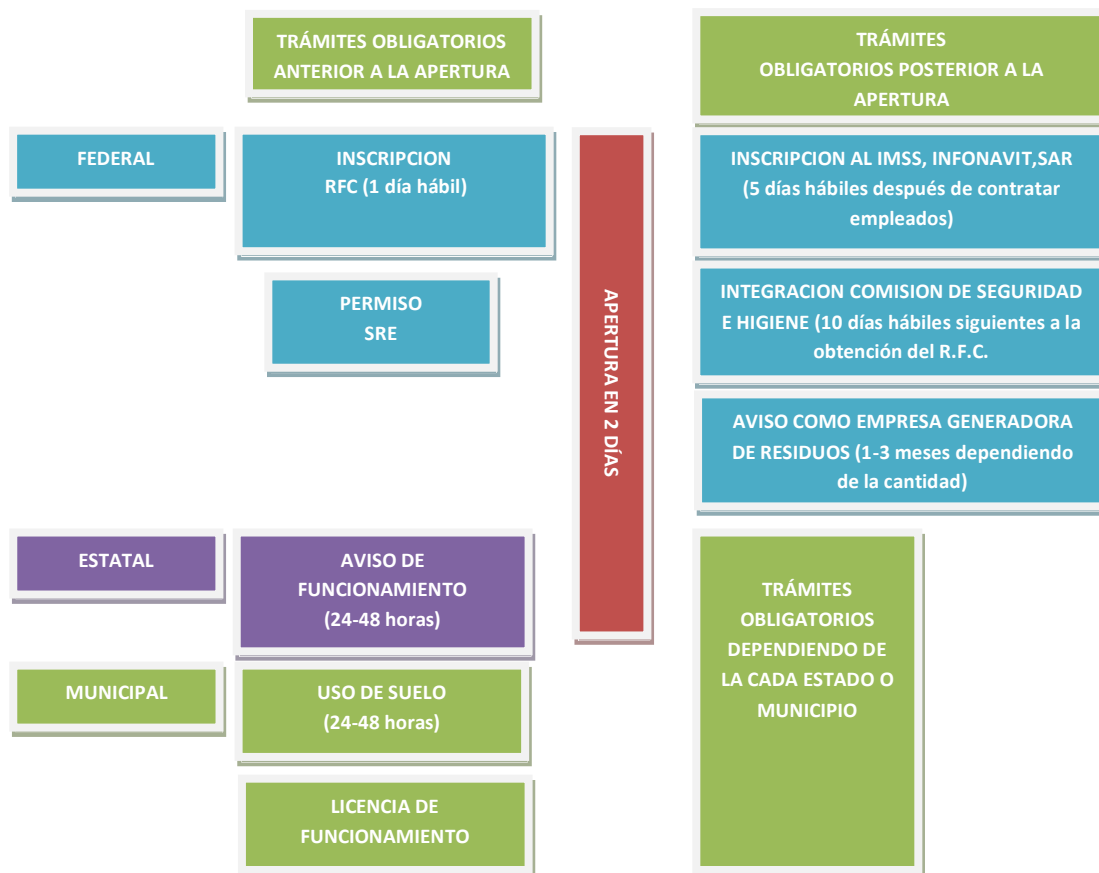
### 3.5.3 Marco legal de la Organización

#### 3.5.3.1 Constitución Legal y Régimen Fiscal

Para la constitución de una empresa se deberán presentarse los requisitos establecidos; en el caso del parque ecoturístico se erigirá como constitución la Sociedad Anónima de Capital Variable, pues se contará con socios quienes aportaran el capital para desarrollar el proyecto; la cual en su denominación social será: Parque Ecoturístico “Ecobambú”, S.A. de C.V.

#### 3.5.3.2 Licencias y Permisos para Iniciar Operaciones

Ilustración 12: Trámites de la Comisión Federal para la Mejora Regulatoria



Fuente: (elaboración propia con base en COFEMER, 2010)



### 3.5.3.3 Trámites de la Secretaría de Economía

Con respecto a los trámites que la secretaría de Economía marca, se señala que como primera estancia se debe de verificar la superficie en donde se establecerá el negocio; cuando esté tiene una superficie mayor a los 300 m<sup>2</sup>, se siguen los siguientes trámites:

Ilustración 13: Trámites de constitución, inicio y operaciones

Constitución:





## Inicio y Operación



Fuente: elaboración propia con base en (Secretaría de Economía, 2011)

Nota: el trámite es aplicable a cualquier empresa que tenga más de un trabajador y sujeta a cambios por las autoridades competentes.



### **3.5.3.3 Protección de la Propiedad Intelectual**

De acuerdo al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, no presenta en sus registros la marca conocida como Parque Ecoturístico “Ecobambú”, que es el nombre que llevará la empresa; por tal motivo se realizan los trámites correspondientes para el registro ante esta instancia (IMPI, 2013).



## 3.6. Estudio Financiero

El siguiente estudio financiero se presenta de acuerdo a la primera etapa del Parque Ecoturístico “Ecobambú”, en la cual se ofrecerán solo servicios turísticos; en la segunda etapa se iniciará la construcción de la infraestructura y finalizando la adecuación en la tercera etapa, las cuales se realizarán a partir del primero de enero de 2015 y terminarán el 31 de diciembre de 2017 con un periodo de 12 meses para cada periodo del proyecto.

### 3.6.1 Inversión Inicial

La empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” integra su inversión inicial en activos por un total de **\$92,000.00** pesos y consta de maquinaria y equipo y equipo de cómputo para su funcionamiento.

Tabla 11: Inversión inicial (Activo)

INVERSION INICIAL	
Concepto	Importe
Gastos de Instalación	\$60,000.00
Edificio	
Equipo de transporte	
Mobiliario y equipo	\$15,000.00
Maquinaria y equipo	\$17,000.00
Equipo de computo	
Otros	-
Total inversión inicial	\$92,000

Fuente: (elaboración propia)





La empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” requiere **\$35,868.13** pesos de capital de trabajo para el inicio de sus operaciones considerando las cuentas por cobrar, inventarios así como también las cuentas por pagar

Tabla 12: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			35,868.13
Cuentas por Cobrar:	Plazo promedio de cobro:		15 días
Ventas		Ventas	Total
a crédito		de contado	de ventas
81%		19%	100%
Inventarios:			
Inventario requerido para el siguiente periodo de las ventas.		0%	
Cuentas por Pagar:	Plazo promedio de pago		30 días
Compras		Compras	Total
a crédito		de contado	de compras
20%		80%	100%

Fuente: (elaboración propia)



### 3.6.2 La inversión total

La inversión total que requiere la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” al inicio de sus actividades es de **\$127,868.13** pesos y está conformada por la inversión inicial fija en activos y el capital de trabajo.

Tabla 13: Inversión total

ESQUEMA FINANCIERO DE LA INVERSIÓN	
Monto de la Inversión Inicial fija	\$92,000.00
Monto de la Inversión en capital de trabajo	\$35,868.13
Monto de la Inversión Inicial total	\$127,868.13

Fuente: (elaboración propia)

Gráfica 6: Determinación de la estructura de capital

#### Estructura de capital

1. Capital propio  
100%



Fuente: (elaboración propia)



### 3.6.3 Pronostico de Ingresos

En el presente cuadro representa la cantidad que se pronostica vender en promedio de servicios, considerando en el peor de los escenarios en un periodo mensual.

Tabla 14: Pronostico de ingresos

VOLUMEN DE SERVICIOS MENSUAL	
CONCEPTO	CANTIDAD
SERVICIO DE CAMPING	120
SENDERISMO TROTAPISTA Y CICLOPISTA (ENTRADA)	280
COMIDA REGIONAL	560
RAPPEL	144
CURSO TALLER EDUCATIVO	30
PISTA COMANDO	30
CURSOS EMPRESARIAL	30
JARDIN DE FIESTAS	2

Fuente: (elaboración propia)



El cuadro constituye los precios que tendrán los servicios.

Tabla 15: Pronostico de ingresos

PRECIOS DEL SERVICIO	
CONCEPTO	Zona 1
SERVICIO DE CAMPING	\$50.00
SENDERISMO TRTAPISTA Y CICLOPISTA (ENTRADA)	\$50.00
COMIDA REGIONAL	\$45.00
RAPPEL	\$200.00
CURSO TALLER EDUCATIVO	\$50.00
PISTA COMANDO	\$70.00
CURSOS EMPRESARIAL	\$400.00
JARDIN DE FIESTAS	\$ 2,500.00

Fuente: (elaboración propia)



La empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” pronostica que tendrá ingresos al inicio de sus operaciones por \$95,546.00 y transcurridos 36 meses se estima llegar a \$119,851.00 pesos considerando un incremento sostenido del 3.73% anualizado.

Tabla 16: Pronostico de ingresos

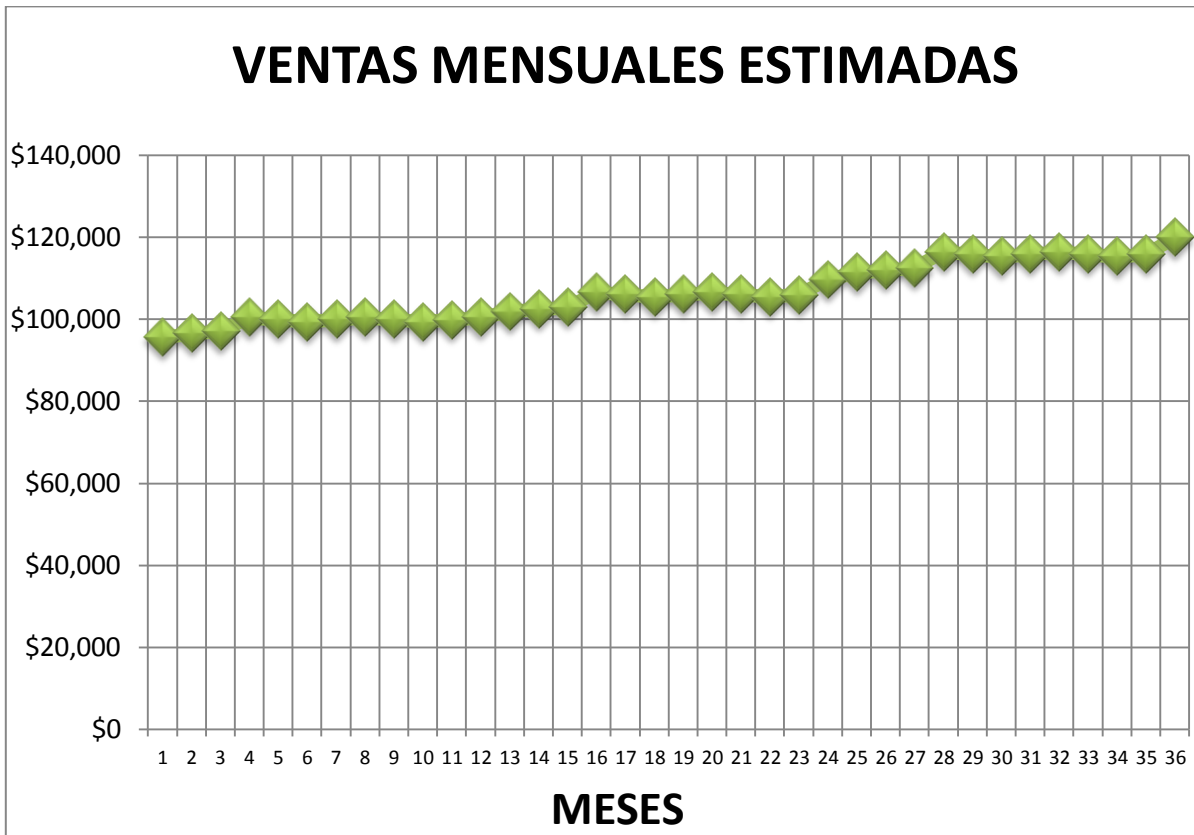
VENTAS MENSUALES ESTIMADAS					
Meses	Monto	Meses	Monto	Meses	Monto
1	\$95,546	13	\$101,876	25	\$111,327
2	\$96,504	14	\$102,385	26	\$111,884
3	\$96,986	15	\$102,897	27	\$112,443
4	\$100,395	16	\$106,514	28	\$116,395
5	\$99,888	17	\$105,976	29	\$115,808
6	\$99,384	18	\$105,441	30	\$115,223
7	\$99,881	19	\$105,968	31	\$115,799
8	\$100,380	20	\$106,498	32	\$116,378
9	\$99,873	21	\$105,960	33	\$115,790
10	\$99,369	22	\$105,425	34	\$115,205
11	\$99,866	23	\$105,952	35	\$115,781
12	\$100,365	24	\$109,676	36	\$119,851

Fuente: (elaboración propia)



Las ventas mensuales que estima tener la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” tienden a ser ascendentes desde el inicio de sus operaciones y hasta el mes 36.

Gráfica 7: Ventas mensuales estimadas



Fuente: (elaboración propia)



## 3.6.4 Análisis de Costos

### 3.6.4.1 Mano de Obra

La empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” requiere a tres personas en el área de servicios para la iniciación de operaciones.

Tabla 17: Mano de obra

MANO DE OBRA AREA DE SERVIOS					
PUESTO	No. de puestos	Sueldo	Retenciones	Sueldo	Total nómina
			35%	mensual	mensual
GUARDIAS (AYUDANTE GENERAL)	2	\$4,800.00	\$1,680.00	\$6,480.00	\$12,960.00
COCINERA	1	\$5,000.00	\$1,750.00	\$6,750.00	\$6,750.00
	3	\$9,800.00	\$3,430.00	\$13,230.00	\$19,710.00

Fuente: (elaboración propia)



En el área administrativa, la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” requiere al inicio de sus operaciones a dos personas considerando un administrador y director general.

Tabla 18: Mano de obra

MANO DE OBRA AREA DE ADMINISTRACIÓN					
PUESTO	No. de puestos	Sueldo	Prest. Social	Sueldo	Total nómina
			35%	mensual	mensual
GERENTE ADMINISTRATIVO	1	\$7,500.00	\$2,625.00	\$10,125.00	\$10,125.00
GERENTE OPERATIVO	1	\$7,500.00	\$2,625.00	\$10,125.00	\$10,125.00
	2	\$15,000.00	\$5,250.00	\$20,250.00	\$20,250.00

Fuente: (elaboración propia)





### 3.6.4.2 Materia Prima

El costo de los productos y servicios se representa en el siguiente cuadro.

Tabla 19: Materia prima

COSTO VARIABLE UNITARIO MATERIA PRIMA	
	CTO. UNITARIO
Descripción	MATERIA PRIMA
SERVICIO DE CAMPING	
SENDERISMO TROTAPISTA Y CICLOPISTA (ENTRADA)	
COMIDA REGIONAL	\$25.00
RAPPEL	
CURSO TALLER EDUCATIVO	
PISTA COMANDO	
CURSOS EMPRESARIAL	
JARDIN DE FIESTAS	

Fuente: (elaboración propia)

**Nota:** No se tiene compra de materia prima ya que se ofertan servicios, excepto la comida regional.



## 3.6.5 Pronósticos de Gastos de Operación

### 3.6.5.1 Gastos de Servicios

Los gastos de producción que tendrá la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” están descritos en el presente cuadro teniendo un total de \$9,699.00 pesos mensuales.

Tabla 20: Gastos de servicios

GASTOS AREA DE SERVICIOS	
AGUA	\$1,200.00
HONORARIOS	\$6,000.00
COMUNICACIONES	\$999.00
CONBUSTIBLES	\$1,000.00
CONSUMIBLES	\$500.00
Total gastos servicios	\$9,699.00

Fuente: (elaboración propia)



### 3.6.5.2 Gastos de Administración

Los gastos de administración que poseerá la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” están descritos a continuación, teniendo un total de \$1,450.00 pesos mensuales.

Tabla 21: Gastos de administración

GASTOS AREA DE ADMINISTRACIÓN	
PAPELERÍA	\$150.00
PUBLICIDAD	\$1,000.00
CAPACITACIONES	\$300.00
TOTAL	\$1,450.00

Fuente: (elaboración propia)



## 3.6.6 Estados Financieros

### 3.6.6.1 Estado de Resultados

Tabla 22: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS				
Parque ecoturístico Ecobambú				
RFC: ECOE850216G9				
Del 01 enero 2014 al 31 de diciembre 2017				
Concepto	año 1	año 2	año 3	año 4
Ingresos por productos	\$1,188,439	\$1,264,567	\$1,381,883	\$1,438,213
Ingresos por servicios	-	-	-	-
<b>Ventas</b>	<b>\$1,188,439</b>	<b>\$1,264,567</b>	<b>\$1,381,883</b>	<b>1,438,213</b>
<b>Gastos variables</b>				
Gastos fijos	\$137,529	\$146,012	\$155,017	\$164,578
Sueldos y salarios	\$479,520	\$479,520	\$479,520	\$479,520
Gastos Variables	\$170,328	\$170,630	\$175,627	\$177,861
Otros (Gtos de Venta, etc.)	-	-	-	-
Depreciación y Amortización	\$3,200	\$3,200	\$3,200	\$3,200
Total costos y gastos	\$790,578	\$799,362	\$813,365	\$825,160
Utilidad (perdida) de Operación	\$397,861	\$465,206	\$568,519	\$613,053
Gastos financieros corto plazo	-	-	-	-
Gastos financieros largo plazo	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	\$397,861	\$465,206	\$568,519	\$613,053
ISR 35%	\$139,251	\$162,822	\$198,981	\$214,569
PTU 10%	\$39,786	\$46,521	\$56,852	\$61,305
Utilidad (pérdida neta)	\$218,824	\$255,863	\$312,685	\$337,179
Elaboró		Autorizó		

Fuente: (elaboración propia)



### 3.6.6.2 Balance General

Tabla 23: Balance general

BALANCE GENERAL				
Parque ecoturístico Ecobambú				
RFC: ECOE850216G9				
Del 01 enero 2014 al 31 de diciembre 2017				
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
<b>ACTIVO</b>				
Activo circulante				
Caja y bancos	\$220,042	\$475,416	\$787,265	\$1,127,644
Clientes	\$40,648	\$44,419	\$48,540	\$48,540
Inventarios.	\$0	\$0	\$0	\$0
Total activo circulante	\$260,690	\$519,835	\$835,805	\$1,176,184
Activo Fijo				
Gastos de Instalación	\$60,000	\$60,000	\$60,000	\$60,000
Edificio	\$0	\$0	\$0	\$0
Dep.Acum, Edificio	\$0	\$0	\$0	\$0
Equipo de transporte	\$0	\$0	\$0	\$0
Dep.Acum. de equipo de transporte	\$0	\$0	\$0	\$0
Mobiliario y equipo	\$15,000	\$15,000	\$15,000	\$15,000
Dep.Acum. de mobiliario y equipo	-\$1,500	-\$3,000	-\$4,500	-\$6,000
Maquinaria y equipo	\$17,000	\$17,000	\$17,000	\$17,000
Dep.Acum. de maquinaria y equipo	-\$1,700	-\$3,400	-\$5,100	-\$6,800
Equipo de computo	\$0	\$0	\$0	\$0
Dep.Acum. de equipo de computo	\$0	\$0	\$0	\$0
Otros activos	\$0	\$0	\$0	\$0
Dep.Acum. otros activos	\$0	\$0	\$0	\$0
Total activo fijo	\$88,800	\$85,600	\$82,400	\$79,200
Activo total	\$349,490	\$605,435	\$918,205	\$1,255,384
Pasivo Circulante				
Proveedores	\$2,798	\$2,880	\$2,964	\$2,964
Créditos bancarios	\$0	\$0	\$0	\$0
Total pasivo circulante	\$2,798	\$2,880	\$2,964	\$2,964
Pasivo largo plazo	\$0	\$0	\$0	\$0
Pasivo total	\$2,798	\$2,880	\$2,964	\$2,964
Capital Contable				
Capital social	127,868	127,868	127,868	127,868
Resultados de ejercicios anteriores	199,920	451,287	759,032	1,096,662
Resultado del ejercicio	18,904	23,400	28,340	27,890
Total Capital Contable	\$346,692	\$602,555	\$915,240	\$1,252,419
Pasivo + Capital	\$349,490	\$605,435	\$918,205	\$1,255,384
	\$0	\$0	\$0	\$0
Elaboró			Autorizó	

Fuente: (elaboración propia)



### 3.6.6.3 Estados Flujo de Efectivo

Tabla 24: Flujo de efectivo (4 años)

ESTADO FLUJO DE EFECTIVO				
Parque Ecoturístico “Ecobambú”				
RFC: ECOE850216G9				
Del 01 enero 2014 al 31 de diciembre 2017				
CONCEPTO	año 1	año 2	año 3	año 4
Utilidad neta	\$218,824	\$255,863	\$312,685	\$337,179
+ depreciación y amortización	\$3,200	\$3,200	\$3,200	\$3,200
Generación bruta de efectivo	\$222,024	\$259,063	\$315,885	\$340,379
<u>Usos Operativos</u>				
Financiamiento a cuentas por cobrar	-\$40,648	-\$3,771	-\$4,121	-
Financiamiento a inventarios	-	-	-	-
Total usos operativos	-\$40,648	-\$3,771	-\$4,121	-
<u>Fuentes Operativas</u>				
Financiamiento (amort.) proveedores	\$2,798	\$82	\$84	-
Total fuentes operativas	\$2,798	\$82	\$84	-
Generación Neta Operativa	\$184,174	\$255,374	\$311,849	\$340,379
<u>Fuentes de Instituciones de Crédito</u>				
Recursos por financiamiento corto plazo	-	-	-	-
Recursos por financiamiento largo plazo	-	-	-	-
Amortización de créditos bancarios corto plazo	-	-	-	-
Amortización de créditos bancarios largo plazo	-	-	-	-
Financiamiento neto con costo	-	-	-	-
<u>Usos no operativos</u>				
Venta (inversión) en activos fijos	-\$92,000	0	0	0
Venta (inversión) en activos diferidos	-	-	-	-
Pago de dividendos	-	-	-	-
Total de usos no operativos	-\$92,000	0	0	0
<u>Fuentes no operativas</u>				
Aportaciones (retiros) de capital	\$127,868	-	-	-
Total fuentes no operativas	\$127,868	-	-	-
Generación de flujo no operativa	\$35,868	0	0	0
Generación Neta de Flujo de Efectivo	\$220,042	\$255,374	\$311,849	\$340,379
Caja inicial	-	220,042	\$475,416	\$787,265
Caja final	\$220,042	\$475,416	\$787,265	\$1,127,644
Elaboró			Autorizó	

Fuente: (elaboración propia)



### 3.6.7 Puntos a Analizar

- **Análisis de las razones financieras de liquidez**
- **Análisis de las razones financieras de administración de activos**
- **Análisis de las razones financieras de apalancamiento financiero o de endeudamiento**

### 3.6.8 Análisis de las Razones Financieras de Liquidez

#### 3.6.8.1 Capital de Trabajo Neto

$$\begin{aligned} \text{CNT} &= \text{ACTIVO} - \text{PASIVO} \\ \text{CNT} &= 349,489.91 - 2,798.06 = 346,692 \end{aligned}$$

El resultado nos muestra el excedente del activo sobre el pasivo por \$346,692.00, con lo cual se puede decir que la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” tiene la capacidad para cumplir sus pasivos a corto plazo.

#### 3.6.8.2 Índice de Solvencia

$$\begin{aligned} \text{IS} &= \frac{\text{ACTIVO}}{\text{PASIVO}} \\ \text{IS} &= \frac{349,490}{2,798} \\ \text{IS} &= 124.90 \end{aligned}$$

La empresa tiene en promedio la solvencia de \$124.90 es decir, que por cada peso que la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” debe a corto plazo, esta tiene \$124.90 pesos en activos para ser frente al pago.



### 3.6.8.3 Prueba del Ácido

<b>RAZÓN ACIDA=</b>	<u>ACTIVO</u>	<u>.- ( INVENTARIO )</u>
		PASIVO
		,
<b>RAZÓN ACIDA=</b>	<u>349,489.91</u>	<u>- -</u>
	2,798.06	
<b>RAZÓN ACIDA=</b>	<u>349,489.91</u>	
	2,798.06	
<b>RAZÓN ACIDA=</b>	124.90	

Significa que por cada peso de pasivo a corto plazo, la empresa tiene \$124.90 centavos de activo circulante, sin considerar inventarios para hacerle frente.

## 3.6.9 Análisis de las Razones Financieras de Administración de Activos

### 3.6.9.1 Días Promedio de Cobro

<b>RCxC =</b>	<u>CUENTAS POR COBRAR</u>	* 365
	<u>VENTAS NETAS A CREDITO</u>	
<b>RCxC =</b>	<u>40,647.92</u>	* 365
	1,188,438.93	
<b>RCxC =</b>	0.03	* 365
<b>RCxC =</b>	12	

La empresa cobrará a sus clientes cada 12 días en promedio por la prestación de servicio.

### 3.6.9.2 Rotación de Activos Netos

<b>RAN =</b>	<u>VENTAS NETAS</u>
	<u>ACTIVO TOTAL</u>
<b>RAN =</b>	<u>1,188,438.93</u>
	349,489.91
<b>RAN =</b>	3.40





La empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” indica que por cada peso de activos netos, la empresa genera \$3.4 pesos de ventas.

## 3.6.10 Análisis de las Razones Financieras de Apalancamiento o de Endeudamiento

### 3.6.10.1 Razón de Endeudamiento

<b>RAZÓN DE LA DEUDA=</b>	$\frac{\text{DEUDA TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$
<b>RAZÓN DE LA DEUDA=</b>	$\frac{127,868.13}{349,489.91}$
<b>RAZÓN DE LA DEUDA=</b>	36.59%

La empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” muestra que en promedio el 36.59% de los activos han sido financiados con recursos de los socios.

## 3.6.11 Análisis de las Razones Financieras de Rentabilidad

### 3.6.11.1 Razón de Margen de Utilidad Bruta

<b>RMUB =</b>	$\frac{\text{VENTAS} - \text{COSTOS DE VENTAS}}{\text{VENTAS}}$
<b>RMUB =</b>	$\frac{1,188,438.93 - 790,577.63}{1,188,438.93}$
<b>RMUB =</b>	$\frac{397,861.31}{1,188,438.93}$
<b>RMUB =</b>	33%

La empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” muestra que en promedio por cada peso de ventas, genera 33% de utilidad.



### 3.6.11.2 Razón de Rendimiento sobre Activos Totales (ROA)

$$\begin{aligned} \text{ROA} &= \frac{\text{UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS}}{\text{TOTAL DE ACTIVOS}} \\ \text{ROA} &= \frac{218,823.72}{349,489.91} \\ \text{ROA} &= 0.63 \end{aligned}$$

La empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” muestra que por cada peso invertido en activos, se generan \$.63 centavos de utilidad en operación.

### 3.6.11.3 Punto de Equilibrio

$$\begin{aligned} \text{PE} &= \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos Variables}} \\ \text{PE} &= \frac{620,249.18}{1,188,438.93 - 170,328.44} \\ \text{PE} &= \frac{620,249.18}{1,018,110.49} \\ \text{PE} &= 61\% \end{aligned}$$

Lo anterior representa que se tiene que llegar al 61% en la prestación de servicios para alcanzar el punto de equilibrio entre los ingresos y los gastos

En términos monetarios se tiene que:

$$\begin{aligned} \text{PE} &= \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \text{Costos Variables}} \\ \text{PE} &= \frac{620,249.18}{1 - \frac{170,328.44}{1,188,438.93}} \\ \text{PE} &= \frac{620,249.18}{0.856678844} \\ \text{PE} &= 724,015.99 \end{aligned}$$



Por lo que se tiene que vender la cantidad de \$724,015.99 para alcanzar el punto de equilibrio entre los ingresos y los gastos.

### **3.6.11.4 Periodo de Recuperación de la Inversión**

Tabla 25: Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN				
0	1	2	3	4
	218,823.72	255,863.18	312,685.21	337,179.13
Saldo	218,823.72	474,686.89	787,372.11	1,124,551.23

Fuente: (elaboración propia)

La tabla de recuperación de la deuda representa que se estará recuperando la inversión de \$127,868.00 en el transcurso del primer año de funcionamiento.



### 3.6.11.5 Valor Presente Neto

Tabla 26: Valor presente neto

Valor Presente Neto (VPN)			
Periodo	Costo de Capital		12.95%
Año	FNE	F. de Desc.	FEN Desc.
0	- 127,868	1.00	- 127,868
1	220,042	0.84	185,052
2	255,374	0.71	180,616
3	311,849	0.59	185,486
4	340,379	0.50	170,263
		VAN	593,549

Fuente: (elaboración propia)

El Valor Presente Neto demuestra que al término de cuatro ejercicios contables la empresa vale \$593,549.00 pesos, en relación con la inversión inicial que fue de \$127,868.13 pesos.



### 3.6.11.6 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Tabla 27: Tasa interna de retorno

Tasa Interna de Rendimiento (TIR)			
		TASA (VPN POSITIVO)	
		FACTOR	VPN
AÑO	FEN	0.27	27
0	- 127,868	1.00	- 127,868
1	220,042	0.79	173,261
2	255,374	0.62	158,332
3	311,849	0.49	152,241
4	340,379	0.38	130,842
		TIR	184%

Fuente: (elaboración propia)

La tasa interna de rendimiento nos indica que la empresa tiene el 184%, que es mayor al 27% que presenta al inicio de constitución del parque.



### 3.6.12 Conclusiones de Estudio Financiero

Tabla 28: Conclusiones del estudio financiero

Análisis Financiero	Cifras en pesos	Conclusiones
<b>Inversión inicial</b>	<b>\$127,868.13</b>	La inversión del proyecto será proporcionada por los socios de manera total para impulsar el desarrollo del parque.
<b>El flujo de efectivo</b>	De: \$ 220,042.00 \$ 475,416.00 \$ 787,265.00 \$1,127,644.00	Los flujos de efectivo se incrementarán durante los primeros 4 años de manera positiva teniendo como estrategia el aumento de ventas y las promociones que se darán durante todo el año.
<b>El punto de equilibrio</b>	61% de. servicios  \$724,015.95	Después de llegar al 61% de servicios y \$724,015.95 en pesos, comienzan las utilidades para la empresa.
<b>El periodo de recuperación de la inversión</b>	2 años	El tiempo que debe pasar para la recuperación de la inversión es aceptable para la industria del turismo.

Fuente: (elaboración propia)



## 3.7 Beneficios del Proyecto

### 🌱 **Beneficio Social**

El Parque Ecoturístico “Ecobambú” al realizar actividades como son los talleres interpretativos y los senderos interpretativos establecerá entre los residentes de la comunidad de Agua Bendita y los visitantes, una comunicación y una interacción benéfica para ambos pues el turista al conocer las costumbres del lugar aprenderá la expresión cultural de esta comunidad con esto el turista va enriqueciendo sus experiencias proporcionando a la vez empleo para la población local.

### 🌱 **Beneficio Ambiental**

La reforestación en esta zona será eje primordial para la recuperación ambiental, puesto que la problemática principal es la tala clandestina y la venta de tierra de monte, debido a la falta de empleo en esta comunidad, el parque fomentará en el visitante y en las personas que ahí residen el cuidado al entorno natural, por medio de talleres en los cuales aprenderán de manera fácil e interactiva el cuidado al medio ambiente, así como la forma adecuada de sembrar árboles y vegetales de manera orgánica cubriendo con esto otro de los objetivos de la empresa que es evitar la destrucción promoviendo alternativas que ayuden a aminorar la deforestación del lugar, al mismo tiempo se implementa el uso de ecotecnías como herramienta que evita el deterioro y dar pauta al cuidado de la flora y fauna, incluyendo la salud de los habitantes.

### 🌱 **Beneficio económico**

El “Parque Ecoturístico Ecobambú” generará autoempleo así como empleos directos e indirectos para la comunidad y profesionales relacionados con el turismo de naturaleza y actividades administrativas; además del generar ganancias para los socios del parque y finalmente será promotor en la gestión de infraestructura y servicios básicos para la comunidad pues esto producirá



beneficios económicos con los cuales podrán aspirar a una mejor calidad de vida ya que está catalogada con el índice de rezago más alto en el municipio.

### **● Beneficio cultural y educativo**

Partiendo de las actividades que dentro del parque se realizarán, una de las principales acciones a desarrollares la motivación con familias, visitantes, turistas y empresas por el cuidado del medio ambiente, estos trabajos se realizarán de manera divertida y en interacción con la naturaleza, por ello se propone invitar a escuelas del municipio y de otros lugares para que simpaticen y disfruten del patrimonio natural y cultural con el que cuenta la comunidad de Agua Bendita; Tenancingo.

El Parque Ecoturístico “Ecobambú” brindará el ambiente propicio para impulsar un turismo ambientalmente responsable apreciando y disfrutando de los atractivos naturales con los que cuenta esta región, teniendo un bajo impacto ambiental además fomentara la conservación las costumbres de las personas residentes.





# *Conclusiones y propuestas*





## Conclusiones

La investigación del plan de negocios del Parque Ecoturístico “Ecobambú”, comenzó con las preguntas de investigación, una hipótesis y un objetivo que dieron seguimiento a toda una serie de elementos con lo cual se concluye lo siguiente.

La primer pregunta de investigación ¿Existe para el municipio de Tenancingo clientes potenciales interesados en el turismo de naturaleza y alojamiento característico de este tipo de mercado? es contestada en base a tres partes que integran el estudio de mercado, la primera referente a la demanda señala que basada en la tesis de Molina Castillo titulada Diagnostico de la actividad turística del municipio de Tenancingo, Estado de México, basado en el enfoque de planificación estratégica, en la que se hace referencia a la necesidad que tienen los visitantes para disfrutar de actividades como son el campismo, gotcha, recorridos turísticos, natación, diversión, visitas guiadas los cuales serán integrados en el proyecto del parque; entre los principales motivos por el cual los turistas visitan Tenancingo son el descanso y diversión, aspectos considerados dentro del proyecto ecoturístico.

En cuanto al análisis de la oferta turística en el municipio se demuestra que existen prestadores de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, y recreación pero los servicios ofertados al turismo de naturaleza solo cuentan con actividades de manera aislada, además no cuentan con personal con la capacitación adecuada para prestar un servicio eficiente, por lo que el proyecto del parque considera que es importante ofertar de manera integral los servicios especializados que requiere este tipo de mercado.

Por otra parte, la contrastación de la oferta y la demanda con respecto al alojamiento en el municipio de Tenancingo, considera una oferta de 69,120 habitaciones por año lo cual es baja comparada con la demanda de 79,300



habitaciones así que en conclusión se tiene una oferta insuficiente de servicio de alojamiento.

Ante la pregunta de investigación ¿El Parque Ecoturístico Ecobambú es técnicamente viable para ser implementado en la comunidad de Agua Bendita? Es respondida directamente del estudio técnico del plan de negocios debido a que considera aspectos tales como la construcción arquitectónica basada en ecotecnia y material amigable con el medio ambiente, además del equipo necesario para el buen funcionamiento operacional, administrativo y de servicio, sumado a éste último el proceso que ha de implementarse para ofertar un servicio integral de calidad.

El estudio técnico arroja a manera de conclusión que las características y requerimientos operacionales que necesita el Parque Ecoturístico “Ecobambú” para su apertura se encuentran en disposición, por tanto se puede contar con ellos en el momento de iniciar operaciones.

El último cuestionamiento ¿El proyecto del Parque Ecoturístico Ecobambú es financieramente rentable para su desarrollo? se ve reflejada en los datos que arroja dicho estudio; con una estimación en un escenario pesimista donde la proyecciones se muestran en un periodo de 4 años, debido a que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 184% que corresponde a 2 años; de este modo la inversión inicial de funcionamiento es de \$92,000.00, adicional a los \$ 35,868.13 de capital de trabajo que confirman una rentabilidad financiera aceptable para la empresa del Parque Ecoturístico “Ecobambú”.

De acuerdo a la hipótesis “La creación de un plan de negocios proporcionará información detallada y adecuada para establecer la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú” que ofertará servicios de turismo de naturaleza, en la comunidad de



Agua Bendita, Tenancingo” se concluye es aceptada pues dicha empresa cuenta con la capacidad para la prestación de servicios de turismo de naturaleza de acuerdo a los estudios que contempla el plan de negocios.

Otra conclusión importante está centrada en el cumplimiento del objetivo general, debido a que se diseñó un plan de negocios para determinar que el Parque Ecoturístico “Ecobambú” es técnicamente viable y financieramente rentable.





Finalmente, se toman en cuenta los beneficios que el proyecto genera dentro de la investigación, pues es considerado incluyente con la comunidad, además de generar ganancias económicas y sociales y sobre todo ambientales que son las bases de una empresa sustentable.





## Propuestas

A fin de promover adecuadamente el turismo sustentable en el municipio de Tenancingo y en particular en la comunidad de Agua Bendita; se plasman a continuación las propuestas que operan bajo un mismo enfoque y que permiten el desarrollo de una empresa turística de naturaleza.

El turismo sustentable como ya se mencionó, parte de tres pilares la sociedad, economía y ambiente; de esta manera en el enfoque que parte de la sustentabilidad ambiental se considera:

-  Implementar programas periódicos que estén dirigidos a mantener dentro la empresa una aceptable capacidad turística en el parque.
-  Aplicar en conjunto con empresas o instituciones especializadas en el tema, programas de diagnóstico ambiental que monitoreen el uso de los recursos naturales y definir acciones que mantengan el espacio en condiciones ideales para su uso.
-  Diseño de talleres ambientales dirigidos a los turistas y visitantes que tengan un impacto en su lugar de origen y en el parque.
-  Diseño e implementación de un plan de rescate y conservación medioambiental con los empleados, visitantes y/o turistas en la comunidad y sus alrededores.

En cuanto a la sustentabilidad social las propuestas son las siguientes:

-  Efectuar un estudio sociocultural en la comunidad de Agua Bendita, Tenancingo para ser integrado de forma complementaria en el desarrollo de la empresa Parque Ecoturístico “Ecobambú”.
-  Propuesta de bienestar social dirigido a los colaboradores de la empresa y sus familias para una mejor calidad de vida y satisfacción humana.



- Aplicación de herramientas de medición del impacto sociocultural del proyecto de manera directa e indirecta en la población

Para cuestiones de sustentabilidad económica se proponen las siguientes acciones:

- Diseño de programas por parte del departamento de finanzas para llevar registro de utilidades y gastos de la empresa y contribuir en la toma de decisiones.
- Diseño y aplicación de estrategias para minimizar impactos económicos externos e internos.
- Impulsar en los empleados la cultura del ahorro por medio del diseño y aplicación de programas para mejorar el manejo de sus recursos financieros.

En cuanto al proyecto del Parque Ecoturístico Ecobambú las propuestas para un desarrollo de alcances interdisciplinarios son:

- Realizar manuales de procedimiento operacional y programas de inducción/ capacitación a personal del Parque Ecoturístico “Ecobambú”, por parte del departamento de recursos humanos de la empresa.
- Diseño de un programa de gestión interna que marque la sistematización del proyecto.
- Efectuar un diseño de mercadotecnia empresarial para la imagen y la publicidad que habrán de identificar a la empresa.
- Gestionar el registro de la marca empresarial ante las autoridades competentes.



# *Referencias Bibliográficas*





## Referencias Bibliográficas

Acerenza, M. A. (2006). *Coceptualización, origen y evolución del turismo*. Trillas.

Arizmendi, A. (2000). *Determinación de la etiología de las malformaciones congénitas en recién nacidos del Hospital General de Tenancingo*. 20: Facultad de Medicina, UAEM.

Balancko, G. (2008). *Comó preparar un plan de negocios exitoso*. México: McGraw Hill.

Camacaro, A. (s.f.). *Calidad en el servicio*. Obtenido de [www.monografias.com](http://www.monografias.com).

CEPANAF. (2012). *Zoológico de Zacango y Parques del Estado de México*. Obtenido de [www.edomexico.gob.mx/cepanaf/parques/home.html](http://www.edomexico.gob.mx/cepanaf/parques/home.html).

Chavez de la Peña, J. (2005). *Ecoturismo TAP*. México: Trillas.

COFEMER. (22 de Septiembre de 2010). [www.cofemer.gob.mx](http://www.cofemer.gob.mx). Recuperado el 3 de Octubre de 2013

Comisión Nacional Forestal. (Mayo de 2007). *Guía del turismo de naturaleza en zonas forestales*. Recuperado el 10 de Mayo de 2013, de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2010/CDForestal/pdf/D001.pdf>.

CONEVAL. (2010). *Como se mide la pobreza en México*. Recuperado el Abril de 2013, de [http://www.coneval.gob.mx/Informes/Med\\_Pobreza/Como\\_se\\_mide\\_la\\_pobreza\\_en%20Mexico.pdf](http://www.coneval.gob.mx/Informes/Med_Pobreza/Como_se_mide_la_pobreza_en%20Mexico.pdf)

Deffis Caso, A. (2000). *Ecoturismo Categoría 5 estrellas*. Colombia: árbol editorial.

El Universal. (29 de Marzo de 2010). Verde, empresas sustentables.

Estrada, L. (2012). *Plan de negocios del hotel boutique Quinta del Sol en Ixtapan de la Sal*. México: Centro Universitario UAEM Tenancingo.

Gobierno del Estado de México, IGECEM. (2012). *IGECEM*. Recuperado el Noviembre de 2013, de [http://igecem.edomex.gob.mx/recursos/Estadistica/PRODUCTOS/AGENDA\\_ESTADISTICABASICAMUNICIPAL/ARCHIVOS/Tenancingo.pdf](http://igecem.edomex.gob.mx/recursos/Estadistica/PRODUCTOS/AGENDA_ESTADISTICABASICAMUNICIPAL/ARCHIVOS/Tenancingo.pdf)





- González Salazar, D. (2007). *Plan de negocios para emprendedores al éxito*. México: Mc Graw Hill.
- González Vélez, R. (1992). Datos prácticos sobre el diseño bioclimático y las ecotecnias. México.
- H. Ayuntamiento de Tenancingo. (2013). *H. Ayuntamiento de Tenancingo*. Obtenido de <http://www.edomex.gob.mx/legistelfon/doc/pdf/bdo/bdo090.pdf>.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). México: Mac Graw-Hill.
- IMPI. (2013). *Registro de marcas en México*. Recuperado el 27 de Octubre de 2013, de [http://www.impi.gob.mx/wb/IMPI/marcas\\_avisos\\_y\\_nombres\\_comerciales](http://www.impi.gob.mx/wb/IMPI/marcas_avisos_y_nombres_comerciales)
- INCUBASK, UAEM. (2011). *Manuales de cursos INCUBASK-UAEM*. México.
- INEGI. (OCTUBRE de 2010). *México en Cifras*. Recuperado el 26 de Octubre de 2013, de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?src=487&e=15>.
- Instituto de Investigaciones Sociales S.C. (noviembre de 2009). *Los niveles socioeconómicos y la distribución del gasto*. Recuperado el 05 de julio de 2013, de <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>.
- Kotler, P. (2004). *Marketing para el turismo* (Tercera ed.). España: Person educación.
- León Gómez, D. (2009). *Introducción al derecho turístico*. México: Trillas.
- Molina Castillo, S. (2013). Diagnóstico de la actividad turística del municipio de Tenancingo, Estado de México, basado en el enfoque de planificación estratégica. México.
- Padilla, G. G. (2013). *Plan de negocios: Hostal etnoecológico Hñahñu*. México: Centro Universitario UAEM Tenancingo.
- Pérez de las Heras, M. (2003). *La guía del ecoturismo o como conservar la naturaleza a través del turismo*. México: Mundi prensa.
- Pérez de las Heras, M. (2004). *Manual del Turismo Sostenible*. España: Mundi Prensa.



- Pérez Martínez, Y., Guerrero, M., & González Ferrer, J. (Enero de 2010). *Procedimiento para obtener y caracterizar comportamientos y determinantes individuales de elección de paciones turísticas*. Recuperado el 16 de Mayo de 2013, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/655/index.htm>.
- Reyes Báez, G. E. (Agosto de 2009). *“Actividades propuestas para el desarrollo de turismo alternativo en la localidad de Santiago Lanchiguirí; Distrito de Teuhantepec*. Recuperado el 2013, de [http://www.umar.mx/tesis\\_HX/TESIS\\_UMAR\\_HUATULCO/REYES-BAEZ-%20AT/REYES-BAEZ-AT.pdf](http://www.umar.mx/tesis_HX/TESIS_UMAR_HUATULCO/REYES-BAEZ-%20AT/REYES-BAEZ-AT.pdf).
- Rhodes Espinoza, A. R. (s.f.). *ecoturismolatino*. Obtenido de <http://claroline.ucaribe.edu.mx/claroline/claroline/backends/download.php?url=L0Vjb3R1cmIzbW8ucGRm&cidReset=true&cidReq=SMR0702>
- Rhodes Espinoza, A. R. (s.f.). *www.ecoturismolatino.com*. Obtenido de <http://claroline.ucaribe.edu.mx/claroline/claroline/backends/download.php?url=L0Vjb3R1cmIzbW8ucGRm&cidReset=true&cidReq=SMR0702>.
- Ruiz, E. (2006). *Turismo sostenible*. Recuperado el Mayo de 2013, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/laex/patino\\_l\\_re/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/patino_l_re/capitulo2.pdf).
- SCIAN. (2002). *www.inegi.gob.mx*.
- Secretaría de Economía. (6 de Julio de 2011). *Guía de trámites para iniciar un negocio*. Recuperado el 27 de Octubre de 2013, de <http://www.siem.gob.mx/guiasdetramites/guia.asp?lenguaje=0>
- Secretaría de Economía. (2 de Octubre de 2013). *www.economia.gob.mx*.
- Secretaría de Turismo, Gobierno del Estado de México. (2011). *Anuario Estadístico de turismo 2011*. México: Gobierno del Estado de México.
- Secretaría de Turismo, Gobierno del Estado de México. (2 de Marzo de 2014). *Turismo Estado de México*. Obtenido de <http://turismo.edomex.gob.mx/turismo/html/html/tenancingo-atractivos.html>
- SECTUR. (2008). *Consejo de promoción turística*. Recuperado el 8 de Mayo de 2013, de [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx).
- SECTUR. (2008). *Planeación y gestión para el desarrollo del turismo municipal*. Recuperado el 15 de Mayo de 2013, de



[http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Planeacion\\_y\\_Gestion\\_para\\_el\\_Development\\_Turis](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Planeacion_y_Gestion_para_el_Development_Turis).

SECTUR. (8 de Septiembre de 2009). *Ley General del Turismo*. Recuperado el 12 de Mayo de 2013, de [http://www.dof.gob.mx/avisos/1922/TURISMO\\_170609/TURISMO\\_170609.htm](http://www.dof.gob.mx/avisos/1922/TURISMO_170609/TURISMO_170609.htm).

SECTUR, CESTUR, UAM. (2007). *Elementos para evaluar el impacto social y ambiental del turismo de naturaleza en México*. Recuperado el Mayo de 2013, de [http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/15035/turismo\\_de\\_naturaleza.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/15035/turismo_de_naturaleza.pdf).

SECTUR, Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo. (Noviembre de 2006). *El turismo de naturaleza: retos y oportunidades*. Recuperado el 11 de Mayo de 2013, de <http://manuelmiroglio.files.wordpress.com/2011/05/el-turismo-de-naturaleza-en-mexico.pdf>.

SECTUR, FIDETUR. (2004). *Manual de comercialización de spas*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/work/models/Resource/14748/ManualTurismoSalud.pdf>.

SECTUR, SEMARNAT. (30 de ABRIL de 2012). *Guía para la presentación de proyectos ecoturísticos*. Obtenido de [http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/guia\\_presentacion\\_proyectos\\_semarnat.pdf](http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/docs/guia_presentacion_proyectos_semarnat.pdf).

SECTUR, SEMARNAT, SE, SRA. (2008). *Guía de apoyos federales para el desarrollo de proyectos de turismo de naturaleza*. Obtenido de [http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/15661/Guia\\_Apoyos\\_Turismo\\_Naturaleza.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/15661/Guia_Apoyos_Turismo_Naturaleza.pdf).

SEDEREC. (Septiembre de 2009). *Programa de turismo alternativo y patrimonial de la ciudad de México 2009-2012*. Obtenido de [http://www.sederec.df.gob.mx/?q=programas/turismo\\_alternativo](http://www.sederec.df.gob.mx/?q=programas/turismo_alternativo).

SEDETUR OAXACA. (2002). *Turismo convencional y alternativo*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Oaxaca>.

SEGOB. (Mayo de 2012). Obtenido de [www.fondopime.gob.mx](http://www.fondopime.gob.mx).



SEMARNAT. (2012). *Compendio de Estadísticas ambientales 2012*. Obtenido de [http://app1.semarnat.gob.mx/dgeia/Compendio\\_2012/dgeiawf.semarnat.gob.mx\\_8080/ibi\\_apps/WFServlet43c3.html](http://app1.semarnat.gob.mx/dgeia/Compendio_2012/dgeiawf.semarnat.gob.mx_8080/ibi_apps/WFServlet43c3.html).

SHCP, Gobierno Federal. (Septiembre de 2013). *Financiera Rural*. Obtenido de [http://www.financierarural.gob.mx/Prog\\_prod\\_cred/programas%20y%20productos/ANEXOS%20MEZCLA%20DE%20RECURSOS/Sector%20Turístico%20Rural.pdf](http://www.financierarural.gob.mx/Prog_prod_cred/programas%20y%20productos/ANEXOS%20MEZCLA%20DE%20RECURSOS/Sector%20Turístico%20Rural.pdf)

STPS, CONASAMI. (1 de Enero de 2013). [www.conasami.gob.mx](http://www.conasami.gob.mx). Recuperado el 2 de Octubre de 2013

Thompson, I. (agosto de 2006). *Características de los servicios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>.

UNESCO. (2003). *El patrimonio mundial de la UNESCO; los santuarios de la naturaleza*. México: Océano .

Universidad de Huelva. (2005). *Jornadas de turismo: concepto de turismo, el producto turístico de la empresa turística y del turista*. Recuperado el 11 de Mayo de 2013, de <http://www.uhu.es/GEIDETUR/archivos/JORNADAS%20TURISMO%20UHU%20JUAN%20M%20JAEN.pdf>.

Velazquez Suarez, M., & Avila Arzate, J. (2012). Plan de negocios para la creación del restaurante "La casa de alfarero" en el municipio de Metepec, Estado de México. Tenancingo, México: UAEM Tenancingo.

Zamorano Casal, F. M. (2002). Turismo alternativo; servicios turísticos diferenciados. Trillas.

Zamorano Casal, F. M. (2007). Turismo alternativo; servicios turísticos diferenciados. México: Trillas.

Ziperovich, A. (2004). Turismo y recreación. México: Trillas.



# *Anexos*





Referente a los cuestionarios que se elaboraron, uno de ellos fue aplicado a los visitantes que llegaron al municipio de Tenancingo en los meses de Abril y Junio 2012, para lo cual se consideró una población de 76300 visitantes, dato proporcionado por la Coordinación de Turismo del Ayuntamiento con base en un conteo realizado en el año 2010 y el segundo fue dirigido a la población del municipio; estos cuestionarios fueron aplicados en la tesis denominada Diagnostico de la actividad turística del municipio de Tenancingo, Estado de México, basado en el enfoque de planificación estratégica.



## ANEXO 1 CUESTIONARIO A HABITANTES DEL MUNICIPIO DE TENANCINGO

### Anexo 4. Cuestionario dirigido a habitantes del municipio de Tenancingo

El presente cuestionario tiene como finalidad recaudar información para la realización de un trabajo de investigación de la actividad turística en el municipio de Tenancingo de Degollado, los datos que se obtienen son netamente de índole social, no involucra ningún partido político e interés económico.

La información recaudada se tratará con total discreción.

Ocupación \_\_\_\_\_ Género \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

1.- ¿Cuál de las siguientes opciones considera que es la más representativa de Tenancingo? (Favor de seleccionar una)

- A) Cultura
- B) Artesanías
- C) Paisajes naturales
- D) Monumentos históricos y religiosos
- E) Servicios

2.- ¿Cuáles considera usted que son los recursos más importantes del municipio? (Favor de seleccionarlos)

- |                                      |                             |                               |
|--------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| A) Monumento a Cristo Rey            | E) P.N. Desierto del Carmen | H) P.E. Hiermenegildo Galeana |
| B) Catedral San Clemente             | F) Salto de Santa Anna      | I) Mercado de la Flor         |
| C) PARRQUIA DE SAN FRANCISCO DE ASIS | G) La Malinche              | J) Ahuehuetz                  |
| D) Otro _____                        |                             |                               |

3.- ¿Está usted a favor de que se aumente la cantidad de turistas que llegan a Tenancingo?

- A) SI                      B) No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_

4.- En caso de haber respondido SI a la pregunta anterior ¿Qué considera que sea necesario implementar dentro del municipio para atraer más turistas? \_\_\_\_\_

5.- ¿Considera que la infraestructura con la que cuenta el municipio es la adecuada para atender a los visitantes que llegan a Tenancingo?

- A) SI                      B) No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_

6.- ¿Considera usted que Tenancingo podría posicionarse como un municipio turístico?

- A) SI                      B) No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_

7.- ¿Cuál es su participación en la actividad turística dentro de Tenancingo?

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| A) Elaboración de artesanías   | D) Prestación de servicios turísticos |
| B) Venta de artesanías   | E) Otro _____                         |
| C) Recomendando los recursos del municipio, dentro y fuera del mismo | F) No participo                       |

8.- ¿Estaría usted de acuerdo en participar en acciones a favor de la actividad turística de Tenancingo?

- A) SI                      B) No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_

9.- ¿Qué cambios ha notado dentro del municipio de Tenancingo, como resultado de la actividad turística?

- |                          |                |
|--------------------------|----------------|
| A) Ventajas económicas   | D) Otros _____ |
| B) Mejor infraestructura | E) Ninguno     |
| C) Beneficios ecológicos |                |

10.- ¿Considera que la actividad turística en Tenancingo ha traído beneficios a los habitantes en general?

- A) SI                      B) No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_

11.- ¿Considera usted que la actividad turística en Tenancingo le ha dejado beneficios personales?

- B) SI                      B) No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_

¡Gracias por su cooperación!



## ANEXO 2 CUESTIONARIO A VISITANTES DE TENANCINGO

### Anexo 3. Cuestionario dirigido a visitantes del municipio de Tenancingo

El presente cuestionario tiene como finalidad recaudar información para la realización de un trabajo de investigación de la actividad turística en el municipio de Tenancingo, los datos que se obtienen son netamente de índole social, no involucra ningún partido político e interés económico.

Por lo tanto la información recaudada se tratará con total discreción.

Lugar de procedencia \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_ Genero: ( F ) ( M ) Fecha \_\_\_\_\_

1. Viaja en:

Amigos \_\_\_ Familia \_\_\_ Grupo \_\_\_ Solo \_\_\_

2. ¿Cuánto tiempo permanecerá en Tenancingo?

1 día \_\_\_ 2-4 días \_\_\_ 5-7 días \_\_\_ Más \_\_\_

3. Económicamente ¿Cuánto destina para su viaje?

01-500 \_\_\_ 501-1000 \_\_\_ 1001-2000 \_\_\_ 2001-más \_\_\_

4. El transporte que utiliza para llegar a Tenancingo es

Particular \_\_\_ Público \_\_\_

5. ¿Qué lugares visita dentro del municipio?

Monumento a Cristo Rey \_\_\_ Catedral \_\_\_ Salto de Santa Anna \_\_\_

P.N. Desierto del Carmen \_\_\_ Parroquia de San Francisco de Asís \_\_\_ La Malinche \_\_\_

P.E. Hermenegildo Galeana \_\_\_ Mercado de la flor \_\_\_ Ahuehuate \_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

6. ¿Cuántas veces visita Tenancingo en un año?

1-5 veces \_\_\_ 6-10 veces \_\_\_ 11-15 veces \_\_\_ 16-más veces \_\_\_

7. Motivo por el cual elige Tenancingo para visitar

Descanso \_\_\_ Diversión \_\_\_ Religión \_\_\_ Familiar \_\_\_ Negocios \_\_\_

8. ¿Qué actividades realiza en Tenancingo durante sus visitas?

Compra de artesanías \_\_\_ Compra de flor \_\_\_ Campismo \_\_\_ Ciclismo \_\_\_ Gotcha \_\_\_

Recorrido por los principales atractivos \_\_\_ Natación \_\_\_ Negocios \_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

9. De los siguientes servicios y actividades ¿Qué le gustaría encontrar en Tenancingo?

Visitas guiadas \_\_\_ Talleres artesanales \_\_\_ Actividades nocturnas \_\_\_ Actividades de aventura \_\_\_ Museo \_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

10. ¿Cuáles de los siguientes municipios ha visitado?

Malinalco \_\_\_ Ixtapan de la Sal \_\_\_ Tonalco \_\_\_

11. ¿Qué atractivos de los municipios antes mencionados prefiere visitar?

Malinalco: Zona Arqueológica Cuauhtinchan \_\_\_ Ex convento \_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

Ixtapan de la Sal: Parque Acuático Ixtapan \_\_\_ Balneario Municipal “El Bañito” \_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

Tonalco: Grutas de la estrella \_\_\_ Balneario Municipal \_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

12. ¿En dónde vio, escucho o leyó publicidad de Tenancingo?

Internet \_\_\_ Folletos \_\_\_ Anuncio en Radio \_\_\_ Revista \_\_\_ Espectaculares \_\_\_ Anuncio TV \_\_\_  
Recomendaciones \_\_\_

¡Gracias por su cooperación!





### ANEXO 3 FOTOGRAFÍA DE LAS CARBONERAS EN LA COMUNIDAD DE AGUA BENDITA



Fuente: (elaboración propia)



#### ANEXO 4 REFORESTACIÓN EN LA COMUNIDAD DE AGUA BENDITA.



Fuente: (elaboración propia)

#### Anexo 5 DONACIÓN DE ÁRBOLES POR PROBOSQUE



Fuente: (elaboración propia)





ANEXO 6 VIVIENDAS DE LA COMUNIDAD DE AGUA BENDITA, TENANCINGO



Fuente: (elaboración propia)



## ANEXO 7 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para la creación de las etapas de construcción del Parque Ecoturístico “Ecobambú” se cuenta con el apoyo de los inversionistas, los cuales en caso de requerir otro tipo de financiamiento se contempla la posibilidad de solicitar un financiamiento por parte de la Financiera Rural para la puesta en operación del parque.

La Financiera Rural cuenta con un programa que respalda operaciones crediticias de proyectos turísticos del sector rural, a corto, mediano y largo plazo, a través de un fondo en el que se constituyen garantías con los recursos asignados por el fideicomiso México Emprende de la Secretaría de Economía.

Debido a que la actividad turística representa un nicho importante en el medio rural, y constituye una fuente significativa de recursos en las comunidades, la inversión que requieren los proyectos turísticos son a largo plazo, es por eso que el Programa de Financiamiento del Sector Turístico Rural sería una opción para la realización del Parque Ecoturístico “Ecobambú”, debido a que éste se enfoca en proporcionar financiamiento para la operación de actividades turísticas dentro del medio rural.

Los montos se otorgan en relación a cada proyecto y la tasa porcentual está por debajo de las tasas vigentes, cuentan con más de 25 apoyos diferentes para las etapas de diseño, incubación y fortalecimiento de productores y empresas en el sector rural.

Este financiamiento se brinda a comunidades menores de 50,000 habitantes, el monto es hasta el 80% del valor del proyecto cuyas tasas de interés son accesibles con el fin de apoyar al empresario para mejorar su rentabilidad y competitividad., la Financiera Rural puede requerir garantías de acuerdo con las



características del proyecto y el Fondo Mutual de Garantía Líquidas opera a través de un esquema “solidario” y solo pueden tener acceso a él los proyectos con un monto menor a los 30 millones de pesos (SHCP, Gobierno Federal, 2013).