



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO



CENTRO UNIVERSITARIO TENANCINGO

“ESTUDIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ESPECTÁCULO DE LUZ Y SONIDO EN EL CENTRO CEREMONIAL OTOMÍ, MUNICIPIO DE TEMOAYA, ESTADO DE MÉXICO”

TESIS

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

PRESENTA:

OSCAR DE LA CRUZ ARANA

DIRECTORES DE TESIS:

M. EN A. Y E.C. BEATRIZ DOMÍNGUEZ CASTAÑEDA

C.P. RICARDO REYES GONZÁLEZ

TENANCINGO, ESTADO DE MÉXICO

MARZO, 2017.

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	4
1. Estado del arte.....	6
2. Justificación.....	12
3. Planteamiento del problema.....	13
4. Hipótesis.....	14
5. Objetivos.....	14
A. General.....	14
B. Particulares.....	14
6. Metodología.....	14
CAPÍTULO I: TEMOAYA	18
1.1 Aspectos Geográficos.....	18
A. Ubicación geográfica.....	18
B. Orografía.....	18
C. Hidrografía.....	18
D. Clima.....	19
E. Flora y Fauna.....	19
1.2 Aspectos Históricos.....	20
1.3 Aspectos Turísticos.....	22
CAPÍTULO II: CENTRO CEREMONIAL-OTOMÍ	26
2.1 Localización.....	26
2.2 Historia.....	27
2.3 Turismo en el-CCO.....	34
CAPÍTULO III: MARCO-TEÓRICO	35
3.1 Turismo.....	35
3.2 Atractivos Turísticos.....	36
3.2.1 Atractivos Turísticos Culturales.....	36
3.3 Turismo Cultural.....	38
3.4 Espectáculos.....	39
A. Concepto de espectáculo.....	39
B. Tipos de espectáculos.....	39
3.5 Espectáculos de luz y sonido.....	40
A. Ejemplos de espectáculos de luz y sonido.....	40
3.6 Espectáculos en el Centro Ceremonial-Otomí.....	42
A. Ceremonias y rituales en el Centro Ceremonial-Otomí.....	42
3.7 Plan de negocios.....	44
3.7.1 Elementos que integran un plan de negocios.....	45
A. Estudio de mercado.....	45
B. Estudio técnico.....	46
C. Estudio administrativo.....	47
D. Estudio financiero.....	47
CAPÍTULO IV: PLAN DE NEGOCIOS DEL ESPECTÁCULO DE LUZ Y SONIDO EN EL CENTRO CEREMONIAL OTOMÍ	49
4.1 Planeación estratégica	50
4.1.1 Filosofía empresarial.....	50
4.1.2 Imagen del negocio.....	51
4.1.3 Objetivos a corto, mediano y largo plazo.....	52
4.1.4 Necesidades que atiende.....	53
4.1.5 Análisis FODA.....	53
4.2 Estudio de mercado	56
4.2.1 Información relevante del cliente.....	56
4.2.2 Información relevante de la competencia.....	56
4.2.3 Información relevante de los proveedores.....	58
4.2.4 Oferta.....	59

4.2.5 Demanda.....	60
4.2.6 Cuestionario.....	60
4.2.7 Resultado de la encuesta.....	62
4.2.8 Canal de distribución.....	68
4.2.9 Plan de mercadotecnia.....	68
4.2.10 Fuentes de información.....	68
4.2.11 Ubicación de la empresa.....	68
4.2.12 Establecimiento del precio.....	69
4.2.13 Proyección de ventas.....	70
4.3 Estudio técnico.....	71
4.3.1 Características técnicas del producto y/o servicio.....	71
4.3.2 Descripción del proceso de producción.....	71
4.3.3 Diagrama del proceso productivo.....	72
4.3.4 Programación del Servicio.....	74
4.3.5 Diseño de las instalaciones.....	74
4.3.6 Capacidad de producción de la empresa.....	74
4.3.7 Recursos necesarios.....	75
4.4 Estudio administrativo.....	78
4.4.1 Cultura organizacional.....	78
4.4.2 Estructura organizacional de la empresa.....	78
4.4.3 Organigrama.....	78
4.4.4 Descripción de puestos.....	80
4.4.5 Régimen fiscal.....	84
4.4.6 Obligaciones fiscales.....	84
4.4.7 Contrato de trabajo.....	85
4.4.8 Reglamento interno de trabajo.....	92
4.4.9 Políticas de la empresa.....	97
4.4.10 Convenio de pago de salarios.....	101
4.4.11 Carta de confidencialidad.....	102
4.5 Estudio financiero.....	105
4.5.1 Inversión inicial.....	105
4.5.2 Inversión total.....	106
4.5.3 Pronóstico de ingresos.....	106
4.5.4 Análisis del costo.....	107
4.5.5 Pronóstico de gastos de operación.....	108
4.5.6 Estados financieros.....	109
4.5.7 Puntos a Analizar.....	112
4.5.8 Análisis de las razones financieras de liquidez.....	112
4.5.9 Análisis de las razones financieras de administración de activo.....	113
4.5.10 Análisis de las razones financieras de apalancamiento financiero o de endeudamiento.....	113
4.5.11 Análisis de las razones financieras de rentabilidad.....	114
4.6 Resumen ejecutivo.....	117
Conclusiones.....	120
Bibliografía.....	132
Hemerografía.....	133
Cibergrafía.....	134

INTRODUCCIÓN

La riqueza cultural de nuestro país es extensa y se caracteriza por la diversidad de sus manifestaciones como son eventos, zonas arqueológicas centros ceremoniales, entre otros.

En el Estado de México existen sitios de interés cultural como es el Centro Ceremonial Otomí, ubicado en el municipio de Temoaya, en el cual se ponen de manifiesto costumbres y tradiciones del pueblo otomí que allí se asienta desde la época precolombina.

Esta cultura se caracteriza por su vestimenta, en donde las mujeres utilizan un chincuete a manera de falda, un saco bordado con manga corta y los hombres utilizan un gabán bordado con dibujos muy variados de color azul y blanco regularmente.

Este sitio ha motivado el desplazamiento de visitantes que desean conocer más acerca de la cultura de este grupo étnico y en otros casos con el propósito de realizar actividades de carácter físico deportivo.

Ante tal situación se pretende realizar un análisis de la oferta y la demanda turística, para la implementación de un espectáculo de luz y sonido en este sitio, lo que llevará a tener un acercamiento sobre la manera en que se lleva a cabo la actividad turística y así presentar propuestas y/o estrategias para mejorar las expectativas de viaje de los visitantes.

Es así que la presente investigación tiene la siguiente estructura:

El capítulo I se refiere a los aspectos históricos y características principales del municipio de Temoaya, como lo son: hidrografía, clima, flora, fauna, atractivos turísticos, gastronomía, entre otras.

El capítulo II describe la localización, historia y turismo del CCO (Centro Ceremonial Otomí), desde su construcción hasta el día de hoy, así también los elementos monumentales por los que está conformado.

El capítulo III denominado: marco teórico, hace mención del turismo, nuevas tendencias en este factor, atractivos turísticos, su importancia, el turismo cultural hasta llegar a los espectáculos, su clasificación y la diversión que estos generan para el público en general, así como los que se realizan en el CCO. También se alude a conceptos básicos que se llevan a cabo en un plan de negocios como son los estudios de: mercado, técnico, administrativo y financiero.

De igual manera se presenta el capítulo IV, el cual refiere de forma detallada las características necesarias que se realizarán para que se lleve a cabo un espectáculo de luz y sonido en el CCO, abarcando los temas necesarios que conlleva un plan de negocios y los cuatro estudios que se mencionan en el capítulo III.

Así mismo, se presentan las conclusiones, resultado de la investigación y una de las partes primordiales trabajadas en el documento.

1. Estado del arte

La actividad turística se manifiesta por la presencia de atractivos turísticos, mismos que se pueden concebir como motivadores de las corrientes turísticas, estos atractivos pueden ser los eventos masivos que se realizan en función del disfrute para el turista o visitante. Dichos eventos suelen clasificarse en eventos taurinos, deportivos, culturales, de diversión, de entretenimiento y recreación; uno de ellos lo conforman los espectáculos de luz y sonido, ejemplo de ello es el realizado en Chichén Itzá, actualmente de gran aceptación.

Un espectáculo de luz y sonido es llevado a cabo en Monumentos Históricos, lugares emblemáticos para la nación, Zonas Arqueológicas y Centros Ceremoniales pertenecientes a las mismas, con la finalidad de promover y difundir aquellos sucesos históricos que fueron realizados en dichos lugares, además de preservar la esencia y originalidad del mismo; tales eventos se hacen en un horario nocturno, para iluminar algunas partes que conforman el recinto, narrando la historia y los sucesos importantes ocurridos en el lugar, con una duración según la historia del lugar.

Asimismo el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) tiene bajo su resguardo un total de 187 zonas arqueológicas abiertas al público en todo el país, los 365 días del año. A excepción de aquellas zonas arqueológicas ubicadas en el estado de Guanajuato, las cuales son resguardadas por el comité interno de cada Municipio y del Estado, el acceso es libre todos los días para niños menores de 13 años, estudiantes, maestros y personas de la tercera edad con credencial vigente. Los domingos la entrada es libre para mexicanos y residentes (Ver: www.inah.gob.mx)[Consultado el 11/03/2016].

Chichén Itzá, mencionada al inicio de este escrito está ubicada en la península de Yucatán, es otra de las ciudades más importantes para la civilización Maya, además de ser una de las siete nuevas maravillas del mundo actual. Ésta utiliza un espectáculo de luz y sonido nocturno al tener como atractivo principal el castillo o pirámide de Kukulcán y que por su ubicación es una de las zonas arqueológicas más visitadas del sureste mexicano. Tiene una capacidad para

300 personas, las cuales pueden presenciar el show nocturno con dos funciones a partir de las 7:00 pm. En lo que respecta a la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Yucatán, cobra una cuota adicional de 71 pesos a nacionales y 125 pesos a extranjeros (Ver: [www.inah.gob.mx/zonas arqueológicas](http://www.inah.gob.mx/zonas_arqueologicas)) [Consultado el 11/03/2016].

Cabe destacar que la mayoría de las características presentadas en zonas arqueológicas y centros ceremoniales son similares para la implementación de espectáculos de luz y sonido, como el claro ejemplo de Teotihuacán, en el que actualmente se proyecta un espectáculo multimedia denominado “experiencia nocturna”.

En el caso del CCO, éste contiene una construcción cercana a la prehispánica a pesar de que fue construido en el siglo XX, así como información cultural de la etnia Otomí y de las pertenecientes al Estado de México como: Nahuatl, Matlazinca, Tlahuica y Mazahua. (Ver: www.ciudadmexico.com) [Consultado el 16/11/2015].

Igualmente, por la infraestructura con la que cuenta el CCO, los hallazgos históricos ocurridos con el paso del tiempo en el municipio de Temoaya y alrededores, ahora plasmadas en el recinto, es importante que se retome el tema de “Espectáculos de Luz y Sonido”, para fortalecer la actividad turística en el municipio, destacando su historia, así como costumbres y tradiciones.

Derivado de lo anterior, a continuación se presentan algunos datos referenciales de Temoaya.

Temoaya proviene del náhuatl Temoayan, que se compone de los vocablos Temoa, derivado del verbo temo: "bajar o descender" y de yan, que es el efecto de la acción; por lo tanto Temoaya significa: "Lugar donde se desciende" (Ver: <http://elocal.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM15mexico/municipios/15087a.html>) [Consultado el 05/05/2016].

El municipio se encuentra en la parte centro norte del Estado de México, en las coordenadas 19°28'50" de latitud norte y 99°36'12" de longitud oeste, a una altura de 2,680 metros sobre el nivel del mar.

Por las características etnográficas y climatológicas con las que cuenta el municipio, se estableció el grupo indígena Otomí, mismo que en la actualidad ha prevalecido a pesar de que en la época de la conquista se desataran guerras entre los españoles e incluso entre etnias aledañas hacia este grupo étnico. Dicha población ha conservado su cultura, tradición y vestimenta, la cual con el paso del tiempo ha ido cambiando poco a poco.

Temoaya es un municipio en el que la mayor parte de su población es de etnia otomí. De acuerdo a datos consultados en la página de turismo del Estado de México, se llegó a la conclusión de que después de la conquista española, se adoptaron, fusionaron, y crearon nuevas creencias, así como danzas, celebraciones patronales, ideologías, artesanías, entre otras.

Los otomíes conservaron ciertos arraigos y costumbres pertenecientes a su etnia como el lenguaje, rituales, dioses, vestimenta, etc. También se vieron afectados, con la implementación del cristianismo, es por eso que se crea la parroquia de Santiago Apóstol, actualmente con dos ubicaciones: una en la cabecera municipal de Temoaya y la otra en la localidad de *Xiquipilco*, hoy conocido como Jiquipilco el viejo. Según la leyenda de este municipio, la localidad perteneciente al mismo fue la base del desarrollo durante y después de la conquista como asentamiento religioso y artesanal de los habitantes de esa región.

Si bien la religión está influenciada por el catolicismo, subsiste en algunas localidades, sobre todo en las más aisladas, un sustrato más tradicional, particularmente en lo que se refiere al culto a los muertos, la creencia en el nagualismo y la causalidad de las enfermedades y su curación. Todo ello conlleva a la elaboración de rituales o ceremonias religiosas en lugares sagrados como lo es el centro ceremonial otomí (Ver: <http://portal2.edomex.gob.mx/edomex/estado/identidadmexiquense/pueblosindigenas/otomi/index.htm>) [Consultado el 25/03/2016].

Por consiguiente el CCO contiene gran trayectoria histórica y cultural, la cual es la razón que influye para hacer un estudio de implementación de un espectáculo de luz y sonido, en el que la idea es plasmar aquella información que hace identificar a la cultura Otomí, a través de la iluminación de esculturas, arquitectura, etc. narrando aquellos sucesos históricos e importantes ocurridos con el paso del tiempo.

Para llevar a cabo el estudio sobre la implementación de un espectáculo de luz y sonido fue necesario acudir a La Comisión Estatal de Parques Naturales y de la Fauna (CEPANAF), ya que es una dependencia quien tiene a su cargo el resguardo del CCO, así como trámites, reglas y normas necesarias para proyectos e información general que contenga cierta relación con el mismo.

La Comisión Estatal de Parques Naturales y de la Fauna (CEPANAF), fue creada en el año de 1978 como un organismo desconcentrado del Poder Ejecutivo, teniendo como propósito fundamental contribuir a la preservación del equilibrio ecológico y brindar a la comunidad alternativas de esparcimiento y recreación cercanas a sus lugares de origen.

Mediante decreto el 9 de enero de 2004 se convierte en Órgano Descentralizado del Poder Ejecutivo del Estado de México y sectorizado a la Secretaría del Medio Ambiente, para dotarlo de personalidad jurídica y patrimonio propio, para alcanzar con mayor eficiencia los programas y acciones que tiene encomendados(Ver:http://portal2.edomex.gob.mx/cepanaf/acerca_cepanaf/antecedentes/index.htm) [Consultado el 05/05/2016].

Otro de los organismos a los que se acudió para la elaboración de un estudio de implementación de espectáculo de luz y sonido, es el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), dependencia de gobierno que estudia, difunde y conserva el patrimonio histórico antropológico para el fortalecimiento del conocimiento de una sociedad.

El Instituto Nacional de Antropología e Historia se encarga de la creación, difusión y de dar seguimiento a los espectáculos de luz y sonido realizados en zonas arqueológicas.

Así mismo se consultaron artículos del escritor, Jesús Sánchez García, en donde hace mención sobre la importancia del cine y el lugar en donde los espectáculos son proyectados como zonas arqueológicas, monumentos históricos y centros ceremoniales (Sánchez, 2005).

Es algo similar lo que piensa Débora Tabacof sobre un espectáculo, afirmando que es aquel realizado con el fin de entretener al público de diferente manera, (Tabacof, 2011).

Ahora bien, en el caso del estudio sobre la implementación de un espectáculo en el CCO, es necesario tomar en cuenta aquellas características establecidas por el INAH para evitar el deterioro del recinto, así como brindar importancia y entretenimiento al público participante en el espectáculo.

Otro aspecto importante es lo que menciona Gérard Imbert, de un espectáculo entre la separación del hombre y lo real, la realidad y la imagen. El autor hace referencia especialmente a espectáculos realizados con el fin de transportar a las personas que presencian estos, a un lugar enigmático a través de la imagen proyectada y las obras realizadas. En particular, lo que se pretende realizar en el CCO es algo similar, es decir, brindar un espectáculo que transporte a las personas a través del tiempo para aprender más sobre la etnia denominada Otomí. De esta manera se podrá contribuir al fortalecimiento y difusión del CCO (Imbert, 2004).

Recapitulando, los espectáculos de todo tipo como los que se mencionan al principio del escrito tienen su origen en personajes cuyo papel era importante ante la sociedad. Gonzalo Ramírez Macías, habla de espectáculos como deporte y menciona ejemplos como los espectáculos de toros en España. Lo rescatable de esto es poder relacionar la manera de brindar un buen espectáculo en este

caso de luz y sonido en el CCO, puesto que el recinto resulta atractivo para las personas que lo visitan (Ramírez 2007).

Otro artículo que sirvió de apoyo para la realización de este estudio, es “el desarrollo de nuevos productos a la luz y a la sombra de las capacidades dinámicas” (Álvarez, 2012:115), en éste se menciona el desarrollo de nuevos productos, dándoles cierta innovación para obtener mayor potencial de rendimiento en el mercado, además ayudó a identificar los puntos clave para implementarse en el estudio de un espectáculo de luz y sonido, es decir, identificar el potencial a observar lo viable que es destacar construcciones e historias con las que cuenta el recinto, a fin de poder realizar alguna innovación que sirva para implementar el espectáculo (Álvarez, 2012).

Derivado de lo anterior, para la ejecución de este proyecto, es necesario considerar a los espectáculos de manera teatral, donde actores representen a grandes personajes de la cultura e historia otomí (Rodríguez, 2009).

Del mismo modo, hay espectáculos con diferente temática, que son realizados en diferente secuencia. Para ello es preciso identificar el tema primordial a presentarse como espectáculo en el recinto (Muntaner, 2000).

En definitiva para complementar la investigación, es necesario presentar proyecciones plasmadas como espectáculos, narrando la vida cotidiana de la etnia otomí (Romano, 2009).

Por otra parte, La publicidad es indispensable para la promoción del espectáculo, logrando dar a conocer la información que se pretende dar al público (Vega, 1998).

En este centrado: Kotler en su libro Marketing Turístico, menciona los medios para un buen manejo de la mercadotecnia, que pueden aplicarse a la promoción del espectáculo de luz y sonido en el CCO, la forma en que se promueve un producto turístico, además de redactar una serie de pasos para identificar al tipo

de mercado y el cómo acceder al mismo para la venta del producto (Kotler, 2004).

La segmentación de mercado sirve en el estudio de investigación, para seleccionar al tipo de personas que acuden al CCO, en pequeños grupos con características semejantes y de esta manera identificar la cantidad de personas interesadas por la realización de un espectáculo de luz y sonido en el recinto (Cárdenas, 2001).

Debido a la segmentación de mercado, es más fácil diseñar un producto con características similares para lograr la satisfacción de los posibles consumidores (Boullón, 1999).

A causa de lo anterior, es necesario realizar un plan de negocios para determinar la viabilidad de realizar un espectáculo de luz y sonido en el CCO (Araujo, 2012).

2. Justificación

Temoaya es un municipio perteneciente al Estado de México, en el cual la mayoría de sus habitantes son Otomíes, pero donde, con el paso del tiempo ha ido desapareciendo el idioma por las nuevas generaciones, que han olvidado el valor representativo de la cultura Otomí, así como costumbres y tradiciones, pero gracias al poco apoyo que se ha brindado con la comunidad se han logrado mantener y difundir, a través del Centro Ceremonial Otomí, en el cual además de promover sus usos y costumbres, se habla de los grupos étnicos, existentes en el Estado de México: Matlazinca, Mazahua, Nahuatl, y Tlahuica.

Temoaya finalmente es conocida como, cuna de la herencia otomí, asimismo con mayor número de habitantes que representan a la misma, por esta razón surgió la inquietud de elaborar un estudio para la implementación de un espectáculo de luz y sonido, con el cual se pretende desarrollar y fortalecer turismo en la región, además de poder difundir la historia de esta gran cultura, a través de la iluminación controlada de los edificios existentes e informar al visitante el uso otorgado del CCO por esta etnia, anexando la promoción de artesanías y gastronomía elaborada por los propios habitantes de la región.

A partir de la implementación de un espectáculo de luz y sonido en el CCO, se provocara un desarrollo económico en la región, que permitirá modificar el estilo de vida de los habitantes, puesto que el recinto incrementara el flujo de turistas generando una derrama económica, factible para la comunidad.

3. Planteamiento del problema

El Centro Ceremonial Otomí (CCO) ubicado en el municipio de Temoaya, Estado de México se creó con la finalidad de brindar información sobre el grupo étnico denominado: Otomí, sus ceremonias, rituales, tradiciones y costumbres. Pero cabe destacar que en este atractivo turístico se desconoce información sobre esculturas y monumentos localizados en el mismo por las personas que llegan a visitarlo, ya que no cuenta con cédulas informativas o volantes que describan la historia y características del recinto.

Por lo tanto en el presente estudio, se planteó realizar un espectáculo de luz y sonido en el CCO con el fin de recopilar toda clase de información necesaria y así realizar una propuesta en la que se detecte la viabilidad de que este proyecto traería consigo, con el propósito de difundir el aspecto cultural y tradicional que aborda la etnia Otomí, vertiendo historias propias de este grupo indígena en los contenidos gráficos y teatrales propios del proyecto.

Debido a lo estudiado surgieron las siguientes interrogantes:

- Afectará la instalación estructural y de contenidos temáticos de un espectáculo de luz y sonido al Centro Ceremonial Otomí?
- La instalación estructural y de contenidos temáticos de un espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí, contribuirán al fortalecimiento y desarrollo turístico del lugar?

4. Hipótesis

Con la implementación, estructuración y puesta en marcha de un espectáculo de luz y sonido en el centro ceremonial Otomí se incrementará el flujo de turistas, asimismo contribuirá al fortalecimiento y desarrollo turístico del lugar.

5. Objetivos

A. General

Elaborar un estudio para la instalación estructural y de contenidos temáticos de un espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí del municipio de Temoaya, Estado de México, con el objeto de contribuir al fortalecimiento y desarrollo turístico del lugar.

B. Particulares

- Conocer las instituciones u organizaciones que se encargan de la administración, sustento y preservación del centro ceremonial Otomí.
- Obtener conocimiento de las reglas y normas establecidas por el INAH que se deben seguir para poder instalar aparatos de luz y sonido.
- Realizar un plan de negocios que permita observar lo viable que es la implementación de un espectáculo de luz y sonido en el CCO.
- Establecer un programa de mejora continua para los contenidos del espectáculo.

6. Metodología

La metodología empleada para este estudio de implementación sobre el espectáculo de luz y sonido en el CCO se basó en el método deductivo, ya que parte de un estudio general sobre la actividad turística, así como atractivos, eventos masivos, taurinos, deportivos, espectáculos, etc. que sirven de gran índole para el disfrute del turista, hasta llegar a lo particular que son los espectáculos de luz y sonido y las características con las que cuentan, utilizando el centro ceremonial Otomí de manera particular, como el principal tema de interés de este estudio de investigación.

El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera.

Respecto a las técnicas documentales se utilizaron libros, tesis, cibergrafía en concordancia con los espectáculos de luz y sonido, también estudios realizados en el CCO así como técnicas de campo como entrevistas aplicadas a visitantes del recinto.

La muestra en la que se fundamentó la investigación de campo, se determinó mediante un muestreo probabilístico.

Asimismo, el muestreo probabilístico consiste en elegir una muestra de la población al azar. En este caso se eligió una parte de los datos registrados del número de visitantes en el CCO, logrando de esta manera simplificar la información estadística requerida para la integración del estudio.

De igual manera, para efectos de la investigación relativa al estudio para la implementación de un espectáculo de luz y sonido en el CCO, el presente trabajo se basó en el modelo de incubación INCUBASK-UAEM, modelo que nace en el año 1990 con la creación de la primera incubadora de empresas, la cual se ubica en el municipio de Tecamac, Estado de México.

La incubadora INCUBASK de Tecamac, es un centro de desarrollo de negocios especializada en empresas de alta tecnología, la cual surge con la finalidad de ayudar a micro, pequeñas y medianas empresas, para desarrollar las habilidades empresariales con ayuda del modelo INCUBASK.

Dicho modelo consta de 4 etapas, mencionadas a continuación:

A. Estudio de mercado

Ayuda al empresario a identificar o corroborar la existencia de un mercado que demandará su producto y servicio, del mismo modo establecerá las acciones necesarias para poder satisfacerlas; con el objetivo de determinar el mercado, identificar áreas de oportunidad así como ventajas competitivas, con el fin de asegurar que las proyecciones de venta de un producto y servicio se alcancen.

B. Estudio técnico

Éste comprenderá los recursos técnicos y materiales que son fundamentales para el buen funcionamiento del negocio, no solo que deben estar planteados de acuerdo a las expectativas del empresario; con el objetivo de diseñar el proceso de operación que facilite el desarrollo del negocio, si no también sea funcional de acuerdo a las necesidades, del mismo modo capacidades del empresario, de la misma manera su empresa.

C. Estudio administrativo

Éste comprenderá aspectos relacionados con capital humano del cual resulta fundamental para el buen funcionamiento de su negocio y por lo tanto su organización debe ser estructurada de acuerdo a los recursos del empresario o requerimientos del negocio; por lo que es necesario contar con una estructura administrativa adecuada a sus necesidades con el objetivo de diseñar una estructura organizacional que ayude al desarrollo o consolidación del negocio, siendo funcional y acorde a los recursos y necesidades del empresario, misma que deberá quedar plasmada en un manual de operación.

D. Estudio financiero

Herramienta que sirve para cuantificar la inversión, los costos e ingresos que se generarán en la operación, éste definirá los costos y gastos así como los ingresos o ventas requeridos para cubrirlos; con el objetivo de cuantificar la inversión inicial necesaria, así como los gastos y costos en los que se incurrirán los ingresos que generará la empresa, a fin de determinar la viabilidad financiera del negocio (INCUBASK-UAEM, 2010).

CAPÍTULO I: TEMOAYA

El presente capítulo muestra los aspectos geográficos, históricos y turísticos del lugar de estudio, con el objeto de conocer los datos referenciales donde se llevó a cabo la investigación.

1.1 Aspectos Geográficos

A. Ubicación geográfica

Se trata de una comunidad principalmente rural que tiene una superficie de 190.34 km² y cuya cabecera municipal es la población homónima de Temoaya. Se encuentra en el centro del estado y limita al norte con Jiquipilco; al noreste con Isidro Fabela y Nicolás Romero; al noroeste con Ixtlahuaca; al sur con Toluca; al sureste con Otzolotepec; y al oeste con Almoloya de Juárez. Según el censo del 2010 tiene una población total de 90 010 habitantes (INEGI 2016).

B. Orografía

En la Orografía sobresalen dos porciones bien diferenciadas, la parte montañosa en el extremo occidental de la sierra de Monte Alto, con una altura de 3,500 metros sobre el nivel del mar en la que destacan los cerros Gordo, Los Lobos, Xitoxi, Nepeni, Catedral, Cervantes, Las Tablas y Las Navajas; la parte baja, con suaves lomeríos como las lomas del Campamento, Los Coyotes, Las Culebras y El Cerrito de Don Melesio (Ver:[http://elocal.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM15mexico/municipios/15087^a.htm](http://elocal.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM15mexico/municipios/15087a.htm)) [Consultado el 09/04/2016].

C. Hidrografía

También cuenta con gran potencial natural de manantiales, los cuales dan vida a diversos arroyos, lo cual permite el desarrollo de la agricultura en la región.

Destacan los manantiales de El Capulín, Caballero, Santiago, Tres Ojuelos y Agua Blanca, que dan vida a algunos arroyos y a los ríos Miranda, Caballero y Temoaya, El río Lerma sirve de límite sur al municipio y forma a su paso la presa

Alzate(Ver:<http://elocal.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM15mexico/municipios/15087a.html>) [consultado el 09/04/2016].

D. Clima

Por la ubicación el clima es subhúmedo, en temporada de verano amanece con neblina y en algunas ocasiones con lluvia. Durante invierno la temperatura es baja por la altura en la que se encuentra, ya que es uno de los municipios con mayor altitud en el Estado de México.

Es un clima templado subhúmedo con lluvias en verano y una temperatura media anual de 13.4°C. Sus temperaturas extremas van de los 9 a los 35.5° C. Es uno de los lugares más fríos del valle de Toluca debido a su altitud (Ver: <http://www.turismoenmexico.com.mx/estado-de-mexico/temoaya/>) [Consultado el 09/04/2016].

E. Flora y Fauna

El municipio es muy rico por los recursos naturales con los que cuenta como lo son manantiales, cascadas, etc. Y la flora que rodea a los mismos por lo general está constituida por árboles de bosque como lo son pino, ocote, cedro y oyamel, no sin olvidar las plantas medicinales, el maguey, del cual se deriva una bebida tradicional llamada pulque que es consumida por los habitantes de la región, pero un aspecto muy importante es la poca fauna con la que cuenta, los cuales son: ardillas, tuzas, conejo, liebre, lechuza, tecolote, gato montés de los más destacados, entre otros.

En la parte alta predominan árboles de bosque como pino, ocote, cedro y oyamel; en las faldas y lomeríos predominan especies como encino, madroño, fresno, gigante y eucalipto, además de arbustos como escobilla, cardo y zacatón. En la parte baja hay sauce llorón, mimbre, trueno, colorín y tepozán; diversos frutales (pera, manzano, membrillo, ciruelo, chabacano, durazno, tejocote y capulín), plantas medicinales y de ornato, hierbas comestibles y cactáceas como maguey y nopal. La zona del Centro Ceremonial Otomí pertenece a la reserva ecológica estatal "Parque Otomí-Mexica".

La fauna silvestre está desapareciendo debido al deterioro ecológico de la zona montañosa. No obstante, aún pueden encontrarse: cacomixtle, ardilla, tuza, conejo, liebre, tlacuache, hurón, tecolote, lechuga, gorrión, colibrí y tórtola. La fauna acuática desapareció del río Lerma hace ya varios años, pero en algunos bordos hay acociles, ajolotes y carpas (Ver:<http://elocal.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM15mexico/municipios/15087a.html>)[Consultado el 09/04/2016].

1.2 Aspectos Históricos

La historia de este municipio comienza desde el asentamiento de la etnia Otomí, quienes desde antes de la conquista vivían de cierta manera tranquilos pero también en conflicto por la lucha de territorio, poder y comida con otras etnias, como los Aztecas, quienes a su paso por conquistar algunos pueblos pertenecientes hoy en día Estado de Michoacán desde la Antigua *Tenochtitlan* exigían a la comunidad Otomí ciertos tributos para obtener armonía y tranquilidad en el lugar donde habitaban.

En consecuencia, la etnia otomí decidió levantarse en armas y luchar por la tranquilidad que deseaban tener para vivir mejor, no obstante, después del descubrimiento de América, 1492 e inicio de la conquista (y como en la mayor parte del país) Temoaya llegó a formar parte de este suceso histórico el cual sufrió de impactos como la imposición de un Dios, Santos y sobre todo del cristianismo, por medio de golpes y maltratos.

Por esa razón, el municipio de Temoaya venera al santo Sr. Santiago Apóstol que por causas divinas y actos heroicos ayudo a los habitantes de este municipio, mismas que se dan a conocer por testimonios, historias de la gente nativa del lugar (Caballero, 1985).

A partir de ahí, en el municipio de Temoaya se suscitaron eventos que marcaron su historia, un claro ejemplo al final de la Revolución; donde gran parte de los Otomíes fueron transformando su cultura y tradición, con la adherencia del mestizaje y despojamiento de sus tierras. Aparecieron las denominadas tiendas

de raya (lugar dónde se les pagaba a los trabajadores con utensilios básicos como comida para su subsistencia).

En consiguiente, la población Otomí, inconforme, decidió luchar por las tierras que les fueron arrebatadas por los mestizos, convirtiendo a Temoaya como oportunidad de una mejora de vida y oportunidad para los mismos.

La cultura otomí fue quien habitó esta zona, en el año de 1220, también fundaron el pueblo de Xiquipilco, hoy Jiquipilco.

El primer contacto con los españoles se da en el año de 1521 y para 1593 Temoaya cobra una gran importancia, pues por órdenes del Virrey, se ordena a los indígenas que vivían en poblados dispersos, reubicarse en este lugar. En 1720 se construye la Parroquia de Temoaya del Señor Santiago y en el año de 1825 se erige el primer Ayuntamiento constitucional.

Temoaya es considerado, actualmente, la patria del pueblo otomí, por ser el municipio que cuenta con el mayor número de habitantes de esta etnia en el Estado de México, los cuales han sido considerados la "primera luz en el amanecer de nuestra historia". Consciente de la importancia histórica de este grupo social, el gobierno del Estado de México erigió en 1980 el Centro Ceremonial Otomí como un monumento destinado a preservar las tradiciones y rescatar la identidad de este pueblo (Ver: <http://e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM15mexico/municipios/15087a.html>)[Consultado el 05/05/2016]

El municipio contiene enigmáticos aspectos, ya sea por sus historias, tradiciones, costumbres y el grandioso potencial natural y cultural con el que cuenta. Cabe destacar que es uno de los lugares más fríos del estado por la ubicación y altitud en donde se encuentra (Caballero, 1985).

1.3 Aspectos Turísticos

Dentro del ámbito turístico en Temoaya se pueden encontrar los famosos tapetes textiles elaborados a mano por los habitantes de la región.

Los tapetes fusionan la técnica de anudado de estilo persa con diseños representativos de la cultura mexicana. Existen tapetes con figuras que evocan a los emblemas de cada estado de la república, representando así a las culturas indígenas de nuestro país (Ver: <http://culturacolectiva.com/el-arte-otomi-de-temoaya-mexico/>)[Consultado el 25/03/2016].

Los tapetes artesanales de Temoaya reflejan la originalidad y el esfuerzo con que fueron elaborados, además en el municipio también se elaboran chincuetes (vestimenta típica del lugar), así como utensilios para campo como lo son ayates y sarapes.

La comida es un factor importante dentro de este municipio destacando: la barbacoa, quelites, nopales, hongos y el pulque como bebida tradicional.

También está el Centro Ceremonial Otomí como atractivo principal turístico de la región, este fue edificado en 1981 con el objetivo de proporcionar un espacio para las celebraciones religiosas del pueblo otomí, así como para fomentar el desarrollo de la región por medio del turismo.

Para su diseño, los constructores del Centro Ceremonial Otomí se inspiraron en los elementos característicos de la arquitectura prehispánica del centro de México, elementos como grandes escalinatas, taludes y plazas a los cuales se sumó la expresión plástica contemporánea con diversas esculturas de grandes dimensiones que crean en conjunto un sitio de gran personalidad y evocador misticismo (Ver: <http://www.ciudadmexico.com.mx/cercanias/otomi.htm>)[Consultado el 25/03/2016].

En otras palabras, el Centro Ceremonial Otomí está ubicado al norte de Toluca y en el municipio de Temoaya, en el cual a pesar de que fue construido en el

siglo XX con características prehispánicas detallando la cultura Otomí, mismo que se realizó mediante una firma de un decretó el 4 de enero de 1980, por el Poder Ejecutivo del Estado, en el que se crea el Parque Ecológico, Turístico y Recreativo Zempoala-La Bufa, que se denominaba Parque Otomí-Mexica del Estado de México, publicado el 8 del mismo mes y año en la "GACETA DEL GOBIERNO", Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de México.

En dicho decreto menciona en sus considerandos, entre otras cosas, que el recinto era para responder a las necesidades de recreo y combate a la contaminación, el Parque Otomí-Mexica debía permitir la integración de una infraestructura turística para servir fundamentalmente a los habitantes del área metropolitana de la Ciudad de México y del Valle de Toluca, donde encontrarían las condiciones más propicias de pureza atmosférica y de esparcimiento (<http://www.redindigena.net/conao/parque.html>) [Consultado el 25/03/2016]

A. Atractivos Turísticos

Santuario del Señor Santiago: El templo parroquial acusa características arquitectónicas de varios siglos, principalmente de la época colonial. La construcción de la cimentación y de los muros empezó a raíz de la fundación del pueblo el 22 de marzo de 1593. La bóveda, la cúpula, la torre y la casa cural proceden del siglo XVIII. La fachada y parte de la capilla del Señor Santiago fueron construidas a fines del XVIII y principios del XIX; la capilla del santísimo Sacramento es de fines del siglo XX (Arzate, 2016).

Centro Histórico de Temoaya: La mayor parte de las viejas casonas que enmarcan la plaza principal fueron construidas durante el siglo XIX. Se caracterizan por estar edificadas con muros de adobe, portales con terrados de viga y tabla o tejamanil y techos a dos aguas con tejas rojas (Ibíd).

Hacienda de San José Buenavista el Grande: con un estilo colonial mezclando tendencias arquitectónicas, mexicanas y españolas fue fundada en el siglo XVI.

A través de los siglos, la Hacienda Buenavista ha tenido diversos herederos y propietarios. Entre otros, perteneció al Hospital de San Hipólito, al Virrey Marqués de las Maravillas, y su reciente Historia -a partir del siglo XIX- ha pertenecido a la Familia Icaza hasta el día de hoy (Ver: <http://www.haciendabuenavista.com.mx/?fw-portfolio=historia>) [Consultado el 16/11/2016].

La hacienda de Buenavista constituye un verdadero testimonio de lo que fueron las antiguas haciendas mexicanas. Es un monumento arquitectónico que encierra entre sus muros invaluable tesoro artístico e histórico digno de ser admirados (Arzate, 2016).

Fiestas y Tradiciones: Las principales fiestas del municipio guardan relación con el calendario religioso, las conmemoraciones cívicas y la charrería. Las festividades de mayor tradición, arraigo e impregnadas de prácticas propias de una fiesta popular con matices religiosos y profanos están vinculadas con el culto católico. En ellas predominan los usos y costumbres ancestrales, lo improvisado y el sabor popular.

Casi todas las comunidades del municipio celebran con gran fervor la fiesta titular de su Santo Patrón, en medio de prácticas que incluyen oficios religiosos, procesiones, música, danzas, fuegos pirotécnicos, juegos mecánicos y baile de feria.

Otras fiestas importantes de la comarca son la Semana Santa, los Fieles Difuntos, el día de San José en Las Lomas, donde hay jaripeos y peleas de gallos. El 15 de mayo “En Molino Abajo” se celebra a San Isidro Labrador con desfiles de yuntas y tractores. El primer domingo de diciembre se celebra la fiesta de San Pedro Arriba con corridas de toros y rejoneo.

Producción Artesanal: Los tapetes anudados a mano, son el atractivo principal del municipio, además de ser de estilo persa y los diseños únicos que se manejan son de gran importancia para la comunidad otomí.

CAPÍTULO II: CENTRO CEREMONIAL OTOMÍ

En este capítulo se hace mención de la localización, historia, actividad turística, festividades, rituales y ceremonias en relación al CCO, logrando de esta manera obtener información que sirvió para dar a conocer el objeto de estudio y su posible implementación.

2.1 Localización

El CCO es un recinto que se encuentra ubicado a 31 km al norte de la ciudad de Toluca en el municipio de Temoaya Estado de México dentro del parque Otomí-Mexica y que a su vez es administrado por La comisión Estatal de Parques Naturales y de la Fauna (CEPANAF).

Es un lugar en donde se puede encontrar información sobre el asentamiento de la etnia denominada Otomí, al igual que sus usos y costumbres.

En la tabla se presentan las características esenciales del parque Otomí-mexica:

Ubicación Municipal	Temoaya
Administración	CEPANAF
Superficie protegida	57.57 has
Clima	Templado frío con temperaturas de 10° a 14° C
Altitud	3,100 msnm
Tenencia de la tierra	Estatal
Uso del Suelo	Forestal, cultural y de protección
Fauna Protegida	Se cuenta con especies en cautiverio como venado cola blanca, ganso y patos de diferentes especies.
Vegetación Predominante	Bosque de oyamel, pino, encino y aile, además de algunos pastizales.

Atractivos Naturales	Cuenta con escenarios de bosque, manantiales y ríos, cerros y montañas con vegetación natural y miradores naturales.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Días de campo • Excursiones • Campismo • Recorridos culturales • Caminata
Instalaciones	Salón de consejo, Mercado de Artesanías, Plaza Ceremonial del Sol, Museo de la Etnia Otomí, Auditorio. El IMCUFIDE administra las instalaciones para alojamiento de los deportistas.
Ruta	A 31 km. de la ciudad de Toluca, llegando a Temoaya se encuentra la desviación y a 12 km. se encuentra la entrada al parque.
Afluencia	Más de 140,000 visitantes en promedio anual

Fuente: (CEPANAF 2016).

2.2 Historia

El CCO es un recinto creado en los años 80's durante el gobierno de Jorge Jiménez Cantú, en el que se pretende la difusión de tradiciones culturales acerca de los Otomíes, entre otras cosas.

Es un centro ceremonial religioso abierto que muestra la presencia de la etnia mexiquense otomí, la cual se estableció en este valle, años atrás de la conquista española.

El Centro Ceremonial Otomí se construyó con el objetivo de proporcionar un espacio para las celebraciones religiosas del pueblo otomí, así como para fomentar el desarrollo de la región por medio del turismo (Ver:

<http://visitasvirtualesvega.com/centro-ceremonial-otomi-i.html>) [Consultado el 05/05/2014].

Para la realización de este proyecto como parque otomí-mexica quien más adelante se convertiría en área natural protegida por la CEPANAF, con un centro ceremonial Otomí en honor a la difusión y preservación de esta cultura, participaron grandes personalidades, como políticos, especialistas, ingenieros, profesionales, arquitectos, escultores, entre otros.

Entre los participantes en este proyecto resaltan como creador al Dr. Jorge Jiménez Cantú siendo gobernador del Estado. Constructores: Ing. Cacho Macías Ceceña, Ing. Jorge Ocampo Álvarez del Castillo, Ing. Humberto Correa González. Arquitectos: Iker Larrauri, Luis Aragón, Luis Gil y Carlos Obregón, Escultores: Gastón González y Luis Aragón Sánchez (1980).

Ahora bien el recinto cuenta con circulaciones, plazas, lagos, cascadas, un anfiteatro (para realizar actos masivos del pueblo Otomí), túmulos, pebeteros (con fuego eterno e Instalaciones para actos multitudinarios). Además existen departamentos de gran utilidad social como: Salón del Consejo Supremo (para los líderes del pueblo otomí), Escuela Agropecuaria (donde se prepara a los campesinos en agricultura y ganadería), un Museo (en el que se plasma información de la etnia denominada otomí, así como, costumbres y tradiciones), y un mercado artesanal (donde se difunde artesanía elaborada por los habitantes de la región Otomí).

A continuación se presentan algunas esculturas y monumentos que se encuentran en el Centro Ceremonial Otomí.

En la entrada del parque Otomí- mexicana se puede apreciar una escultura con el nombre de Botzanga (hombre lagartija negra).

Foto 1: Botzanga, hombre lagartija negra



Fuente: Trabajo de campo 2016

Se decidió colocar esta escultura en la entrada del parque, en honor al personaje histórico con el nombre de Botzanga, nombrado así por el pueblo Otomí, al convertirse en el último defensor de la comunidad Otomí, durante las invasiones aztecas (Cepanaf, 2016).

Foto 2: Thaay, señor mensajero del fuego y de la vida



Fuente: Trabajo de campo 2016

Otra escultura, que rinde homenaje a Thaay, quien es el señor mensajero del fuego y de la vida; anuncia el nuevo amanecer, al señor de agua, flores y frutos, y se encuentra ubicado en la Plaza Coloso dentro del CCO (Arzate; 1999).

Foto 3: Mural del Jaguar Damishi



Fuente: Trabajo de campo 2016

Del mismo modo se encuentra, el mural del jaguar Damishi por el escultor Luis Aragón. Tiene 2000 metros cuadrados de superficie y está realizado con piedras de colores procedentes de las canteras de Taxco, Guerrero. Consta en la parte superior del Gospi o fuego sagrado, representado por tres piedras orientadas en armonía astral para propiciar el ritual del fuego, más arriba aparecen dos formas de aves entrelazadas, símbolo prehispánico de la unión de los pueblos indígenas; en la parte inferior está el Damishi, el jaguar que habla y camina “tótem otomí” representativo del sol y de la tierra. El escultor trata de transmitir un mensaje plasmado en el mural, el cual dice: “nos alimentamos en los pechos de Makime–Zana, diosa donde están los ojos de la noche, son ventanas para asomarnos al sol el padre que nos da el mensaje para estar con nuestros dioses”. Ante el crótalo de Dakiña, serpiente donde están las estrellas rojas del eterno retorno. Ella que separa lo blanco y lo negro y nos recuerda que lo que es arriba es abajo. Cuerpo de Damishi cabalgando sobre Tzintzi, pájaro de la imaginación celeste, ojo Tzintzi (parte central de Damishi) en la cual 2 cabezas de pájaros entrelazadas (significa movimiento – Ollin), todo ante el fuego del Gospi en actitud real con las 3 piedras orientadas en armonía astral para integrar un solo personaje, “Damishi mhuyi” somos cuerpo corazón que lanza una ofrenda a dios, “Damishi” es la cabeza del gran tigre en donde se juntan: serpiente, tradición, memoria ancestral, naturaleza y rito para pasar de nfini az nñha (de pensamiento a palabra) “Yie Damishi” en las manos del gran tigre esta la cruz de los 4 tiempos que resurge llevando un mensaje al futuro (Arzate; 1999).

Foto 4: Plaza Sagitario CCO



Fuente: Trabajo de campo, 2016

Igualmente, la plaza del Sagitario cuenta con diversas escalinatas que flanquean los cuatro puntos cardinales y tiene 365 escalones que simbolizan los días del año, además hay serpientes trenzadas que son igual a los 52 años del siglo prehispánico que es la manera en como el otomí precolombino media las etapas cosmogónicas. Al igual representa el ciclo de venus y las 52 semanas del año cristiano (Arzate; 1999).

Foto 5: Serpientes Entrelazadas



Fuente: Trabajo de campo, 2016

Asimismo, las serpientes salen del suelo y tratan de alcanzar el espacio, en donde se encuentra la fuerza y voluntad del hombre Otomí, por querer salir adelante de las fauces de las serpientes trenzadas (donde sale el fuego para diferenciar la noche del día, lo blanco de lo negro, donde está el surgimiento del todo). Estos Gospels del mundo cosmogónico indo-americano tienen una dimensión de 8 metros (Arzate; 1999).

Foto 6: Edificio del Consejo Supremo Otomí



Fuente: Trabajo de campo, 2016

También, sobre el edificio del consejo supremo otomí, hay 7 cuerpos escultóricos que simbolizan las 7 tribus nahuatlacas que parieron del mítico chicomoztoc hacia el año 820 d.c; también representan los días de la semana, los colores del arcoíris y sonidos de la escala musical (Arzate; 1999).

Foto 7: Centro Ceremonial Otomí



Fuente: Trabajo de campo, 2016

De la misma manera, Pedro Cervantes, habla del gran sol como elemento creador de todo lo que existe y rige sobre la tierra como fuente principal del CCO, además plasma los 4 elementos de la naturaleza en su interior (tierra, agua, aire y fuego). A su costado se pueden observar 12 conos que simbolizan los meses del año cristiano y las constelaciones que recorre el astro rey en su curso anual. Estos conos o silos son caracoles en forma estilizada (símbolo agua) que representa las sucesivas generaciones durante los 3000 años de existencia del pueblo otomí (Arzate; 1999).

Foto 8: Sol y Fuente Lustral del CCO



Fuente: Trabajo de campo, 2016

De la parte inferior del sol nace una fuente lustral que forma una cascada de forma artificial de forma piramidal, la cual representa al agua en unión con el sol (fuego) dejando a la tierra y el aire como elementos esenciales de la filosofía indígena (Arzate; 1999).

Foto 9: Plaza Sagitario del CCO



Fuente: Trabajo de campo, 2016

La Plaza sagitario está compuesta por 3 llamas que cruzan el círculo formado por una serpiente que se muerde la cola, las Llamas son áreas de acción en las que el hombre se realiza mediante, la razón, la emoción, y la fuerza que son igual a la mente, espíritu y cuerpo (Arzate; 1999).

En conclusión, el CCO es un recinto donde el pueblo Otomí realiza ceremonias ancestrales y ritos religiosos, enfocados a los componentes de la naturaleza.

2.3 Turismo en el CCO

Como se sabe, el turismo es una actividad realizada por las personas, es decir dejar su lugar de origen por un lapso de tiempo no mayor a seis meses en el que la persona viaja con motivos de ocio, viaje y recreación.

El CCO es visitado por turistas locales, nacionales e internacionales, de los que destacan deportistas como boxeadores, corredores, asimismo de ocio y recreación.

El motivo de atracción de los visitantes a este recinto, además de su belleza e historia, es la altitud y la temperatura, ya que son las condiciones perfectas para entrenamiento de alto nivel para algunos deportistas; también se han realizado conciertos de gran magnitud, eventos televisivos, documentales, etc.

CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO

En este capítulo se mencionan aspectos fundamentales sobre turismo, atractivos turísticos, atractivos culturales, turismo cultural, espectáculos, su importancia en eventos y clasificación, haciendo énfasis en espectáculos de luz y sonido, citando algunos ejemplos en centros ceremoniales y zonas arqueológicas, logrando de esta manera observar los beneficios que se pueden concebir al realizar lo plasmado en el objeto de estudio, como lo es un espectáculo de luz y sonido en CCO. A continuación se mencionan aspectos relevantes al término Turismo.

3.1 Turismo

Actualmente el turismo es considerado como una de las principales tendencias y actividades económicas a nivel nacional e internacional, que provoca un desarrollo económico en el lugar, además de generar derrama económica, generación de empleos, etcétera.

En tanto, se entiende por turismo al concepto que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en, y fuera, de un determinado municipio, estado o país (Herman von Schullern, 1911).

Asimismo, Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa (Hunziker y Krapf, 1942).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

De la misma manera, existen diversas clasificaciones del turismo de acorde a las actividades que se realizan en el destino, ya sean culturales, naturales, de ocio, deportes, educativas, etc.

3.2 Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos pueden ser de muchos tipos, ya sea permanentes o temporales, y se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: atractivos naturales y atractivos culturales (Gurría Di Bella; 2014).

Actualmente, un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés entre los viajeros. De este modo, puede tratarse de un motivo para que una persona tome la decisión de visitar una ciudad o un país. En algunos casos, se trata de espacios de importancia histórica. En otros, la atracción surge por la belleza natural (Ver: <http://definicion.de/attractivo-turistico/>) [Consultado el 17/11/2016].

Es decir, los atractivos turísticos naturales son aquellos creados por la naturaleza, que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana (Gurría Di Bella; 2014).

Sin embargo, el Turismo Cultural es aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico (Sectur, 2016).

3.2.1 Atractivos Turísticos Culturales

Según Ana García Silberman (2002), los Atractivos Turísticos Culturales se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Atractivos históricos: son tanto las obras que han dejado las civilizaciones, como los lugares que tienen un significado en la historia sociopolítica de los pueblos, naciones y regiones.

Por lo general, tienen carácter permanente; acerca de ellos se obtiene información con relativa facilidad, ya que son manifestaciones que estudian muchas ramas de la ciencia.

- Zonas arqueológicas
- Arquitectura antigua
- Lugares históricos
- Poblados típicos
- Folklore
- Fiestas tradicionales

Cada lugar puede mejorar sus atractivos turísticos si se pone el interés adecuado en el acondicionamiento de sus atractivos culturales, como son sistemas de luz y sonido, así como la restauración de ciudades históricas.

- Atractivos contemporáneos (no comerciales): son aquellas manifestaciones de un país o región que conservan y fomentan su patrimonio cultural; lo cual es en sí un motivo de orgullo para quienes lo quieren conocer y disfrutar. Es el caso de:
 - 1- Centros de convenciones
 - 2- Instituciones de enseñanza
 - 3- Bibliotecas
 - 4- Museos y pinturas murales
 - 5- Obras monumentales
 - 6- Invernaderos
 - 7- Zoológicos
- Atractivos contemporáneos (comerciales): son aquellas manifestaciones de agrupaciones públicas o privadas que, por lo general, tienen carácter temporal, se crean para visitantes ofreciéndoles distracción, esparcimiento, mercancías, salud, etcétera. Ejemplos de ellos:
 - 1- Parque de diversiones
 - 2- Balnearios
 - 3- Espectáculos culturales y deportivos
 - 4- Campos deportivos

- 5- Exposiciones nacionales e internacionales
- 6- Mercados de artesanías
- 7- Comercios
- 8- Centros de salud
- 9- Ferias y carnavales
- 10-Celebraciones religiosas
- 11-Casinos
- 12-Concursos y competencias

Por lo tanto, los atractivos turísticos culturales: son aquellos elementos en que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales (Gurría Di Bella; 2014).

3.3 Turismo Cultural

México es uno de los países con mayor turismo cultural en el mundo. La riqueza cultural, geográfica e histórica del país se aprecia a través de sus destinos turísticos, su gastronomía, su arquitectura, sus tradiciones y todo lo que forma parte del ser de un pueblo.

Es así que, el Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico (SECTUR; 2016).

Los turistas con interés especial en la cultura, corresponden al segmento del Turismo Cultural, es decir, su tamaño y valor son directamente imputables a los valores culturales del país que motivan a los turistas a realizar un viaje (Ibíd).

Recapitulando, el turismo representa una oportunidad de aprovechar el patrimonio cultural si se planea, organiza y promueve, generando recursos para su conservación y desarrollo.

3.4 Espectáculos

A. Concepto de espectáculo

Un espectáculo, es considerado como un arte multidisciplinario, puesto que abarca temas de gran interés, que conllevan, arte, danza, cultura, tradición, etc.

Es decir, Un espectáculo proviene del latín spectacŭlum, donde su función o diversión, tiene lugar en un espacio que congrega al público para presenciara. Lo habitual de los espectáculos es que se lleven a cabo en teatros, estadios, circos o recintos semejantes (Ver: Concepto <http://definición.de/espectaculo/#ixzz48qh6NnQY>) [Consultado el 16-05-2016].

Dado que, la finalidad de un espectáculo, es la diversión pública, superando las expectativas de quienes son apreciados; para la realización de éste, es preciso que se cuente con un lugar apropiado y que se adapte a las necesidades y facilidades de los actores, logrando de esta manera la diversión pública. Para lograr hacer de éste un éxito.

B. Tipos de espectáculos

Dentro del mundo variado del espectáculo, éstos se dividen en 6 tipos, mencionados por (Amorós, 1999), en su libro Historia de los espectáculos en España, los cuales son:

Espectáculos:

- Teatrales
- De la fiesta
- De baile y danza
- De música
- De voz y la palabra
- De riesgo, competición y habilidad.

En lo que respecta a los espectáculos y eventos de diversión, han tomado forma y se han ido clasificando de acorde a su tipo, en el cual cada vez más personas se ven interesadas en los temas y deciden tomar una especialidad y diplomacia,

para realizar un espectáculo con excelente calidad. Claro ejemplo de ello, son los espectáculos de luz y sonido.

3.5 Espectáculos de luz y sonido

Un espectáculo de luz y sonido consiste en la iluminación de basamentos históricos y arquitectónicos, narrando los sucesos importantes, así como heroicos.

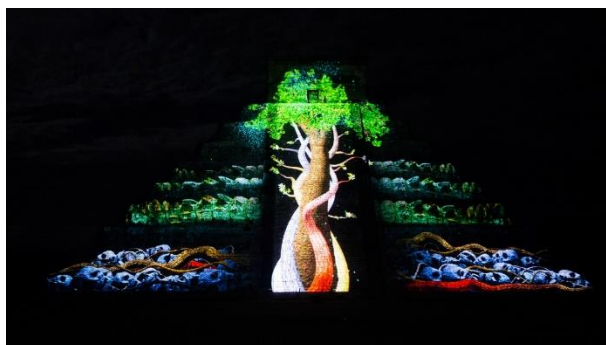
La mayoría de los espectáculos de luz y sonido, son realizados en zonas arqueológicas, centros ceremoniales, monumentos históricos o edificaciones con gran trayectoria artística e histórica.

A. Ejemplos de espectáculos de luz y sonido

1.-Chichen Itzá, Yucatán

Tiene lugar en una de las explanadas mayores de la zona arqueológica, justo a un costado del gran Juego de Pelota y ante la imponente estructura de El Castillo, recientemente reconocida como una de las siete nuevas maravillas del mundo. El relato (que comienza alrededor de las 19:00 horas, o de las 20:00 durante el verano) explica la historia de la ciudad, desde su fundación en el siglo II o III de nuestra era, hasta las épocas de crecimiento y gran desarrollo que alcanzó gracias a su importante actividad guerrera y comercial, lo que le valió para convertirse en la metrópoli más poderosa e influyente de la Península de Yucatán durante el periodo Clásico (400-900) y gran parte del Posclásico (1300-1521) (SECTUR 2016).

Foto 10: Espectáculo de luz y sonido Chichen Itza

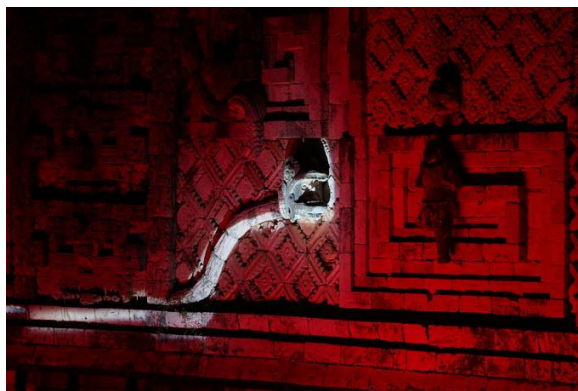


Fuente: Trabajo de campo, 2016

2.- Uxmal, Yucatán

Se trata de un notable show de iluminación monumental donde el “sonido” narra la historia de un joven guerrero que, enamorado de una joven princesa maya, lucha por el amor de ésta a costa del poder de un pueblo enemigo que no sólo intenta evitar esa unión sino también conquistar Uxmal y someter otros pueblos cercanos. El final es inesperado, pero el desarrollo de la crónica permite explicar a los asistentes el día a día de un pueblo maya, sus costumbres y fiestas, así como el terrible tema de las guerras entre ciudades hermanas (de etnia) hambrientas de ambición y poder. Durante este espectáculo, se explican las acciones de los dioses a favor de los hombres y su universo: la iluminación, exquisitamente lograda, permite al espectador admirar la delicada silueta de una serpiente coronando uno de los pórticos del llamado Palacio del Gobernador (SECTUR 2016).

Foto 11: Espectáculo de luz y sonido Uxmal



Fuente: Trabajo de campo, 2016

3.- Teotihuacán, Estado de México

El espectáculo de luz y sonido que se lleva a cabo en Teotihuacán denominado “Experiencia nocturna” trata de una proyección de 45 minutos en dos escenarios; sobre la pirámide del Sol y también en la Calzada de los Muertos, que lleva a la pirámide de la Luna. Sobre la pirámide del Sol se proyectan imágenes en relación a la cultura Teotihuacana, acompañadas de una narración en donde se cuenta la historia y tradición del lugar. El espíritu del espectáculo es que los visitantes tengan la oportunidad de vivir una experiencia en la que el pasado y la cultura encerrados en este emblemático sitio brillen de colores y adquieran vida propia por unos minutos (SECTUR 2016).

Foto 12: Espectáculo de luz y sonido Teotihuacán



Fuente: Trabajo de campo, 2016

3.6 Espectáculos en el Centro Ceremonial Otomí

Hoy en día los espectáculos son una fase importante para el ocio y entretenimiento de las personas, cabe destacar que en el centro ceremonial se realizan espectáculos de gran relevancia como lo son ceremonias religiosas, rituales, etc.

A. Ceremonias y rituales en el Centro Ceremonial Otomí

Las ceremonias religiosas, culturales, festivas, del ciclo solar y lunar o en relación con la naturaleza como el equinoccio de primavera o festival del V sol, son eventos que se realizan en el recinto cada primer y tercer domingo de cada mes, por el jefe supremo Otomí de la región y el centro superior de estudios de la nación otomí, entre otros con la finalidad de dar continuidad a aquellas tradiciones transmitidas de generación en generación por esta etnia denominada Otomí. La ceremonia o ritual religioso tiene una duración de 30 minutos como máximo y es realizada en punto de las 12 horas, los días ya antes mencionados (Díaz; 2016).

Foto 13: Encendido del fuego sagrado



Fuente: Trabajo de campo, 2016

La ceremonia se inicia mediante el encendido del fuego sagrado, (realizada por el Sacerdote otomí) y a su vez los participantes forman un círculo seguido de ejercicios metafísicos guiándose del Consejo Supremo Otomí (personas con rango jerárquico en la etnia Otomí).

Foto 14: Inicio de ritual 5° Sol



Fuente: Trabajo de campo, 2016

Posteriormente se anuncia el propósito de la ceremonia, se presenta a los miembros del Consejo Supremo Otomí, en donde participa el Jefe Supremo Otomí (encargado de llevar a cabo el ritual sagrado para la ceremonia) y al mismo tiempo explica el procedimiento ancestral para llevar a cabo una boda Otomí.

Foto 15: Ceremonia religiosa



Fuente: Trabajo de campo, 2016

Finalmente se agradece a los cuatro elementos, ancestros de la etnia Otomí y a la naturaleza al permitir realizar la ceremonia tradicional.

Foto 16: Círculo magnético, ceremonia religiosa



Fuente: Trabajo de campo, 2016

3.7 Plan de negocios

Un plan de negocios es un instrumento clave y necesario para los empresarios, emprendedores, etc. Es decir, es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo en el desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar metas determinadas; es también una carta de presentación a posibles inversionistas o para obtener financiamiento, minimiza la incertidumbre y el riesgo del inicio al crecimiento de una empresa, facilita el análisis de la viabilidad y la parte económica de un proyecto, además se utiliza para documentar los propósitos 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. También se emplea cuando se solicitan créditos empresariales, este contiene tanto objetivos estratégicos como tácticos para que el negocio alcance su meta más importante: la rentabilidad, este puede ser informal o formal (Geg Balanko-Dickson, 2008).

También es definido como un documento formal, elaborado por escrito, que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen las acciones futuras que deberán ejecutarse, tanto por el empresario como por sus colaboradores, utilizando los recursos que dispone la organización, para procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que al mismo tiempo, se establezcan los mecanismos que permitirán controlar dicho logro (Ver: <http://www.monografias.com/trabajos15/plan-negocio/plan-negocio.shtml>) [Consultado el 16-06-2016].

3.7.1 Elementos que integran un plan de negocios

Un plan de negocios debe de estar constituido por varios elementos, los cuales están clasificados en 4 estudios: mercado, técnico, administrativo y financiero, no obstante cabe hacer mención que éste debe de contar con un resumen ejecutivo y una descripción del proyecto (Araujo; 2012).

A. Estudio de mercado

O plan de mercado, como lo denomina Pinson, es la sección del plan de negocios que se dedica a llevar el producto o servicio al cliente, con la finalidad de hallar los medios para que el producto o servicio ofertado, sea atractivo y esté disponible para los posibles consumidores (Pinson, 2003).

Sin embargo para Araujo, es aquel que tiene como objetivo principal medir y cuantificar el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que potencialmente representen una demanda que justifique la instalación y puesta en marcha de una entidad productora de bienes o servicios debidamente identificados, en un periodo determinado, incluida la estimación del precio que

estos consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto. Adicionalmente, a través del estudio de mercado se pretende.

- Determinar las condiciones en que se efectuarían las ventas previstas.
- Identificar los factores que podrían modificar la estructura comercial del producto.
- Localización geográfica de los principales competidores y centros de consumo (Araujo, 2012).

Asimismo, el plan de marketing o mercado debe comenzar con una definición del segmento de mercado o público objetivo al que se pretende llegar y cuál es el posicionamiento que la empresa quiere lograr, es decir, cómo quiere el empresario que la empresa sea vista o recordada (Weinberger, 2009).

B. Estudio técnico

Es aquella formulación de cualquier proyecto de inversión, independientemente del sector económico a que se oriente, un capítulo del plan, tal vez igualmente importante que el estudio de mercado, que es el estudio técnico (Araujo, 2012).

En este estudio se busca manejar términos como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias, así como coeficientes e índices de rendimiento y relaciones como hora- hombre, hora- máquina y otros parámetros de carácter técnico económico (Ibíd).

De la misma manera, para Pinson, el estudio técnico es un plan de organización en donde se incluye información sobre la industria en general y el negocio en particular, usando palabras clave como: descripción del negocio, productos o servicios, ubicación, estructura legal, administración y personal, contabilidad, seguros, y seguridad (Pinson, 2003).

Sin embargo Weinberger, menciona que el estudio técnico o plan de operaciones tiene como fin establecer: objetivos de producción, procesos de producción, estándares de producción y presupuesto de inversión (Weinberger, 2009).

El objetivo general del estudio técnico es demostrar si el proyecto de inversión es o no técnicamente factible, justificando además, desde un punto de vista económico, haber seleccionado la mejor alternativa en materiales, tamaño, localización e ingeniería del proceso productivo para abastecer el mercado demandante del bien o servicio. Todo ello en función de la disponibilidad y restricción de los recursos y factores productivos como:

- Materias primas y sus fuentes de abastecimiento.
- Alternativas tecnológicas accesibles al proyecto.
- Recursos financieros.
- Recursos humanos.
- Costos explícitos e implícitos.
- Factores exógenos al proyecto, como las políticas de la empresa o del grupo de inversionistas, la política económica del país, el ambiente fiscal, etc. (Araujo, 2012).

C. Estudio administrativo

El estudio administrativo o plan organizacional de la empresa, se enfoca en determinar un análisis interno y externo de la empresa, identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que esta pudiera generar (Weinberger, 2009).

De la misma manera, hace referencia a la manera de lograr claridad al abordar el planteamiento y la organización de los aspectos administrativos, organizacionales, jurídicos y operativos de la empresa que ejecuta un proyecto (Araujo, 2012).

D. Estudio financiero

Los Documentos Financieros, como los menciona Pinson, son los registros que se usan para mostrar las finanzas del pasado, así como las actuales y las proyectadas para el futuro, es decir, es la interpretación cuantitativa de todo lo que se ha declarado en la parte escrita del plan de negocios (Pinson, 2003).

Para Araujo, los objetivos de este estudio son:

- Elaborar los presupuestos y estados financieros proforma conforme a las normas y principios contables generalmente aceptados.
- Instrumentar las estrategias de financiamiento que permitan al proyecto obtener el financiamiento de los recursos necesarios para su implantación.
- Contar con la suficiente liquidez necesaria para desarrollar con éxito las operaciones productivas y comerciales planeadas.
- Aportar la información necesaria para estimar la rentabilidad de los recursos que se utilizarán y que deberá ser evaluada en función de los parámetros del mercado empresarial (Araujo, 2012).

CAPÍTULO IV: PLAN DE NEGOCIOS DEL ESPECTÁCULO DE LUZ Y SONIDO EN EL CENTRO CEREMONIAL OTOMÍ

El presente capítulo denominado: plan de negocios del espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí se basa en una planeación estratégica, en la cual se hace mención de la estructura física que conlleva dicho estudio, mediante un análisis FODA, giro de la empresa, planeación estratégica, entre otras.

Por lo tanto, se habla de un estudio de mercado en el cual se plasma la relación al análisis de la competencia, posibles clientes y proveedores, plan mercadológico, proyección de ventas entre otras.

También se hace alusión al estudio técnico en donde se mencionan las características del espectáculo de luz y sonido, como la implementación Instalación y estructuración física de los instrumentos que se utilizarán para el proyecto, los costos generados, equipo didáctico, etc.

Además se retoma el análisis administrativo, sobre la cultura organizacional del espectáculo, organigrama, los aspectos legales, políticas, reglamentos en relación al funcionamiento de la empresa u organismo que se conforma para brindar el espectáculo.

Y por último se menciona el estudio financiero donde se plasma la inversión para este proyecto, el equipo requerido para el mismo, el análisis de los costos, balance general, el pronóstico de ingresos, las razones financieras y un análisis, mediante el cual se determinó la factibilidad económica.

4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

A. Giro de la empresa

El giro al que se dedicará este proyecto es de servicios, puesto que su principal interés, es lograr la satisfacción de los clientes, mediante la percepción visual y auditiva de un espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí y de esta manera promover el turismo del mismo.

B. Descripción de la empresa

El Centro Ceremonial Otomí, es un recinto que se encuentra ubicado a 12 km de la cabecera municipal de Temoaya, lugar en donde se realizará la iluminación por videomapping de edificaciones arquitectónicas nocturnas para la proyección del espectáculo de luz y sonido, el cual consiste en la reproducción de audio que narre la historia, cultura y tradición de la etnia otomí, así como el significado de los monumentos mediante la iluminación de los mismos.

C. Planteamiento del problema

El Centro Ceremonial Otomí (CCO) es un espacio en donde se puede encontrar información sobre el grupo étnico denominado: Otomí, sus ceremonias, rituales, tradiciones y costumbres, sin embargo, carece de afluencia turística y es poco conocido a nivel nacional. Es por ello que se ha visto una oportunidad de negocio el implementar el servicio de un espectáculo de luz y sonido, que capte el interés de los clientes logrando de esta manera la incrementación de afluencia turística, y derrama económica para el municipio y el recinto.

4.1.1 Filosofía empresarial

➤ Misión

Somos una empresa dedicada al entretenimiento cultural mediante la proyección de espectáculos de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí, realizando la belleza arquitectónica de los basamentos históricos con el fin de cubrir necesidades de entretenimiento y cultura.

➤ **Visión**

Seremos una empresa de entretenimiento cultural que este posicionada y reconocida en el mercado, para aumentar la afluencia turística del Centro Ceremonial Otomí en su capacidad máxima, contribuyendo a su mejoramiento y cuidado.

➤ **Valores**

- **Honestidad:** El personal que labore debe responsable en las actividades desarrolladas en el trabajo, así como en el servicio a los clientes.
- **Respeto:** El equipo de trabajo deberá de comportarse de manera respetuosa en las instalaciones del recinto y parte involucrada, así como con clientes y compañeros.

➤ **Políticas**

- Todos los colaboradores en el proyecto podrán aportar propuestas de mejora y con base a ello resolver los problemas que se generen antes, durante y después de la proyección de un espectáculo de luz y sonido.
- Todos los colaboradores en el proyecto tienen la misma responsabilidad, así como derechos.
- Seguimiento de horario establecido para la proyección del espectáculo de luz y sonido.
- Mantener el cuidado del mobiliario y equipo perteneciente al recinto.
- El equipo de trabajo debe de brindar una buena prestación y calidad, en todo momento al cliente.

4.1.2 Imagen del negocio

La imagen del negocio se dará a través de la marca, slogan y logotipo, haciendo referencia a la cultura otomí:

Marca

La marca que se manejará para el espectáculo es “**Damishi**” (que quiere decir **jaguar que habla y camina**), ya que de esta manera se pretende distinguir el servicio de luz y sonido como espectáculo dentro del recinto.

Slogan

El slogan planteado para el espectáculo es: “**Cultura y Tradición Otomí Viviente**” con este lema se pretende que los visitantes se identifiquen y se sientan atraídos para presenciar el ya antes mencionado.

Logotipo



4.1.3 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a corto plazo:

- Realizar un estudio que permita la adquisición de los materiales necesarios para la proyección del espectáculo de luz y sonido sin dañar el recinto.
- Obtener permisos para la instalación y electrificación del espectáculo de luz y sonido, en el recinto.
- Obtener las facilidades correspondientes de las organizaciones dependientes y administrativas del CCO para realizar el espectáculo de luz y sonido.

Objetivos a mediano plazo:

- Elaborar el audio informativo que se proyectará en el espectáculo de luz y sonido.
- Elaborar alternativas como shows interpretativos en fechas especiales.
- Brindar al público, el espectáculo de luz y sonido.
- Ofrecer al turista información de la etnia otomí a través de la proyección del espectáculo de luz y sonido.

Objetivos a largo plazo:

- Posicionar el espectáculo de luz y sonido como uno de los mejores en el Estado de México.
- Que a través del espectáculo de luz y sonido, aumente la afluencia turística, nacional e internacional.

4.1.4 Necesidades que atiende

El espectáculo de luz y sonido en el CCO es un show que a través de la iluminación de monumentos que conforman el recinto, se narra la historia, cultura y tradición relevante de la etnia denominada Otomí.

4.1.5 Análisis FODA

Para el análisis FODA se tomaron en cuenta algunas variables, mostradas a continuación.

Variable: Ubicación del producto para presenciar el espectáculo de luz y sonido

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	El espectáculo de luz y sonido se estará proyectando en un recinto con gran realce de la cultura Otomí.	No se cuenta con transporte colectivo para nuestros clientes, que permita acércalos o desplazarlos a las ciudades más cercanas.
	Oportunidades (O)	Amenazas (A)
	Incrementar la oferta de la empresa, estableciendo	Incremento de inseguridad en la zona. Factores climatológicos

	mecanismos de transporte más accesibles para los clientes.	
--	--	--

Estrategia DO: adquirir equipo de transporte que permita a nuestros consumidores acercarse al recinto para presenciar el espectáculo de luz y sonido ubicándolos en zonas estratégicas, de esta manera se incrementarían las ganancias así como la oferta de la empresa.

Estrategia FA: establecer ideas innovadoras de transporte enfocándose en el tipo de desplazamiento que utilizaba la etnia Otomí, con la finalidad de transmitir vivencias culturales a nuestros competidores.

Estrategia DA: establecer convenios con el municipio para incrementar la seguridad antes, durante y después de la proyección del espectáculo de luz y sonido en el C.C.O.

En caso de lluvias que impidan el desarrollo de la proyección, se acondicionara el salón del consejo supremo Otomí para evitar que los clientes sufran perjuicios por los factores climatológicos.

Estrategia FO: establecer convenios y gestiones con la Secretaria de Turismo, Estatal y Federal, así como con el Municipio para obtener promoción del espectáculo, ya que la empresa se encuentra ubicada en un recinto de la etnia Otomí que está incorporada a uno de los corredores turísticos del Estado de México.

Variable: venta del producto de luz y sonido en el C.C.O

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	Personal capacitado para realizar las ventas con excelente uso de la tecnología.	Solo tenemos un canal de distribución de la venta de los accesos el cual es vía internet.
	Oportunidades (O)	Amenazas (A)
	Existen empresas que pueden hacer la venta en puntos clave en los mercados emisores.	Que la industria de la piratería haga falsificaciones de los boletos de acceso.

Estrategia DO: realizar una alianza estratégica con farmacias del ahorro para que venda en sus instalaciones los boletos de acceso al espectáculo, mostrando en un video lo innovador del producto.

Estrategia FA: diseñar un ticket especial con candados de seguridad que sean complicados de copiar por los piratas.

Estrategia DA: dar a conocer en la publicidad que los tickets solo se venderán en algunas empresas autorizadas por la empresa Damishi y en el sitio oficial del C.C.O.

Estrategia FO: los colaboradores de ventas impartirán curso sobre las bondades del producto al personal de los puntos de venta de las empresas con las cuales hicimos las alianzas estratégicas para la venta de los boletos de acceso del C.C.O.

4.2 ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1 Información relevante del cliente

Para determinar la información relevante de nuestros clientes potenciales, fue necesario realizar una encuesta (mencionada en el apartado 4.2.6), a visitantes del Centro Ceremonial Otomí, en donde se plasmaron diversas características que se deseaban conocer de nuestros posibles clientes, las cuales se mencionan en el siguiente cuadro con la palabra SI y No.

Donde

SI = lo que nos interesa saber de los visitantes al recinto

NO = lo que no nos interesa saber de los visitantes:

SERVICIOS							
	CLIENTES GENERALES	FAMILIAS	JÓVENES	TURISMO DE NEGOCIOS	TURISMO CULTURAL	TURISMO DEPORTIVO	OTROS
PRECIO POR EL SERVICIO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
CALIDAD EN EL SERVICIO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
GENERO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
EDAD	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
NIVEL SOCIOECONÓMICO	NO	SI	NO	SI	SI	NO	NO
NIVEL DE ESTUDIOS	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO
PROCEDENCIA	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
INTERÉS SOCIAL	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
POR QUÉ BUSCA ESTE SERVICIO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
GUSTOS Y PREFERENCIAS	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI

Por lo tanto, el CCO, es un recinto que recibe a 8,000 ocho mil visitantes en promedio por mes (Cepanaf, 2016). De los cuales un 20% son turistas internacionales y un 80 % turistas nacionales, de igual manera se dividen en familias, jóvenes, turismo de negocios, turismo cultural, turismo deportivo, etc. Interesados en presenciar un espectáculo de luz y sonido con buena calidad y a un bajo precio, además de obtener más conocimiento sobre la etnia Otomí mediante este tipo de espectáculo.

4.2.2 Información relevante de la competencia

Nuestros principales competidores son los corredores turísticos ubicados en el Estado de México los cuales están denominados como: Toluca y sus

alrededores, Santuarios, Bellezas del Nevado, Mariposa Monarca, Esplendor Mazahua, Teotihuacán y Volcanes, (Sectur, 2016).

En el siguiente cuadro se menciona la información relevante de la competencia que se desea conocer.

SERVICIOS	CORREDORES TURÍSTICOS							
	DAMISHI	TOLUCA Y SUS ALREDEDORES	SANTUARIO S	BELLEZAS DEL NEVADO	MARIPOSA MONARCA	ESPLENDOR MAZAHUA	TEOTIHUACAN	VOLCANES
SERVICIOS	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
PRECIO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
UBICACIÓN	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
ACCESIBILIDAD	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO
HORARIOS	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
NIVEL DE ATENCIÓN AL CLIENTE	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
MEDIOS DE PAGO QUE UTILIZAN	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
COMO ES SU SISTEMA DE RECLAMOS	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
QUE TAN RÁPIDO CONTESTAN COTIZACIONES EN INTERNET	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
TIENEN SITIO WEB	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
VENTAS ON LINE	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI

En conclusión, los servicios que ofrecen estos corredores turísticos, son de ocio y recreación en un horario de 9:00 a 18:00 horas, solo el show multimedia en Teotihuacán tiene un horario nocturno, después de las 19:00 horas.

Para acceder a ellos no rebasan los \$50.00 cincuenta pesos, a excepción del espectáculo “Experiencia nocturna en Teotihuacán” con un valor de \$390.00 trescientos noventa pesos, en algunos lugares el acceso es gratis (Sectur, 2016).

La ubicación de estos destinos turísticos es muy factible, al encontrarse cerca de la Ciudad de México, aeropuertos, hospitales, etc. Su atención al cliente es mediante su sitio web, directamente en el atractivo y el organismo público que los administra (Cepanaf), así como la venta de tickets para el acceso es

directamente en el destino turístico y para el show multimedia “Experiencia nocturna en Teotihuacán” la cual es ON LINE, (Cepanaf, 2016).

4.2.3 Información relevante de los proveedores

Para la implementación de luz y sonido, es necesario contar con equipo de electrificación, audio, y complementos necesarios para la proyección del espectáculo. Por lo cual, como proveedores principales se tienen:

Procolor producciones: empresa con experiencia en el mercado desde 1989, con sede en Guadalajara, Jalisco; brinda servicio de producción de todo tipo de eventos.

PROCOLOR DE OCCIDENTE S.A. DE C.V.
Guadalajara, Jalisco
México

En Guadalajara: **3642-1615**
Resto de México: **(33) 3642-1615**
Fuera de México: **+52 (33) 3642-1615**

Music club: ha sido reconocida como la tienda de instrumentos musicales y equipo de audio e iluminación más importante en México, destacada por su personal calificado y altamente responsable, por la amplia variedad y calidad que ofrece en cada uno de sus productos y por su constante innovación, marcando tendencia en sus instalaciones, dirigidas a hacer más placentera y satisfactoria la experiencia de compra.

Music Club, Calle Bolívar # 86 Col. Centro México, DF.
Teléfono: 01 800 8416515

En el siguiente cuadro se mencionan las características de nuestros proveedores.

SERVICIOS	PROVEEDORES	
	PROCOLOR	MUSIC CLUB
PRECIOS BAJOS	SI	SI
CALIDAD EN EL PRODUCTO/SERVICIO	SI	SI
DISTANCIA	SI	SI
PAGO ACREDITO	SI	SI

PAGO ALCONTADO	SI	SI
FACILIDADES DE PAGO	SI	SI
RAPIDEZ	SI	SI
BUEN SERVICIO	SI	SI

4.2.4 Oferta

El Estado de México cuenta con un total de 13 pueblos mágicos, 9 corredores turísticos, mismos que se encuentran clasificados en zonas arqueológicas, monumentos históricos, centros ceremoniales, museos, etc. (Datatur, 2017).

De igual manera, se proyecta un espectáculo de luz y sonido, actualmente en la zona arqueológica de Teotihuacán.

Como productos complementarios en el Estado, hay 702 hoteles con 23, 827 habitaciones, así como restaurantes, centros comerciales, etc. (Datatur, 2016).

Por lo tanto, en el municipio de Temoaya hay un total de 6 hoteles, 5 restaurantes, atractivos naturales y culturales, como el Centro Ceremonial Otomí que tiene capacidad para recibir a 30,000 treinta mil visitantes, dispersados en sus áreas verdes, museo, mercado de artesanías, etc. De la misma manera existe un estacionamiento con una capacidad máxima para resguardar a 100 vehículos aproximadamente, (Cepanaf, 2016).

En otras palabras, el Estado de México solo cuenta con un atractivo turístico que proyecta un espectáculo de luz y sonido, nombrado “Experiencia Nocturna en Teotihuacán”, con un total de 870 personas divididas en tres funciones, para presenciar el show multimedia, (Sectur, 2016).

Es decir, en el Estado, no se cuenta con gran oferta sobre espectáculos de luz y sonido en zonas arqueológicas, centros ceremoniales, monumentos históricos, etc.

4.2.5 Demanda

Características de la demanda turística en el Estado de México

Por su origen	2, 690, 359 turismo nacional, equivalente al 80% 128, 323 turismo internacional, equivalente al 20 %
Por la forma de viajar	Individual y grupal
Por el tipo de transporte	Terrestre y aéreo
Por el tipo de viaje	Independiente y organizado
Por el motivo del viaje	Cultural, de salud, diversión, negocios, religioso, deportivo, etc.

(Datatur, 2014)

Por lo tanto, el Centro Ceremonial Otomí, recibe actualmente a 8000 mil visitantes en promedio, por mes, que viajan por motivo de salud, diversión, religioso, deportivo, cultural, negocios, etc.

4.2.6 Cuestionario

El presente cuestionario se realizó mediante el muestreo probabilístico puesto que se eligió una pequeña parte de la población, para aplicar el antes mencionado.

Para determinar el número de cuestionarios aplicados, se utilizaron los siguientes datos, partiendo desde los 8000 mil visitantes promedio que tiene el recinto por mes, apoyándose de la siguiente fórmula empleada por Gauss.

$$n = \frac{N(Z)^2(P)(1-P)}{(N-1)(e)^2 + (Z)^2(P)(1-p)}$$

Donde

.n= ? el número de cuestionarios que se desea saber para aplicar

N=8000 visitantes que tiene el recinto por mes

Z= 1.96 (95 %) desviación del valor medio para aceptar el valor de confianza deseado.

.e= .5 % margen de error

P= 50 % proporción que se desea encontrar

$$n = \frac{(8000)(1.96)^2(0.5)(1-0.5)}{(8000 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(1-0.5)}$$
$$= 366$$

366 es el número de cuestionarios aplicados, obtenidos como resultado de la fórmula empleada por Gauss.



Universidad Autónoma del Estado de México



Centro Universitario Tenancingo

Licenciatura en Turismo

Objetivo: Identificar el tipo de afluencia de los visitantes al Centro Ceremonial Otomí (CCO) y al mismo tiempo analizar el segmento de mercado para quién ira dirigido el espectáculo de luz y sonido.

Edad: _____ **Sexo:** M ___ F ___ **Procedencia:** _____ **Ocupación:** _____

Nacionalidad: _____

Instrucciones: Conteste correctamente las siguientes preguntas.

1.- ¿Cómo se enteró del Centro Ceremonial Otomí?

Recomendación ___ Anuncio en TV, radio, etc. ___ Otro: ___

2.- ¿Cuántas veces al año visita el Centro Ceremonial Otomí?

1 vez ___ 2 a 3 veces ___ Más de 3 veces ___

3.- ¿Quiénes lo acompañan en su visita al CCO?

Amigos ___ Familiares ___ Compañeros de trabajo ___ Nadie ___

4.- ¿Le agradaría la implementación de un espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí?

Sí ___ No ___ ¿Por qué? ___

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por presenciar un espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí?

Menos de \$ 220 ___ Menos de \$300 ___ Más de \$ 300 ___

6.- ¿Qué días estaría dispuesto a presenciar un espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí en un horario a partir de las 7 de la noche?

Viernes ___ Sábado ___ Domingo ___

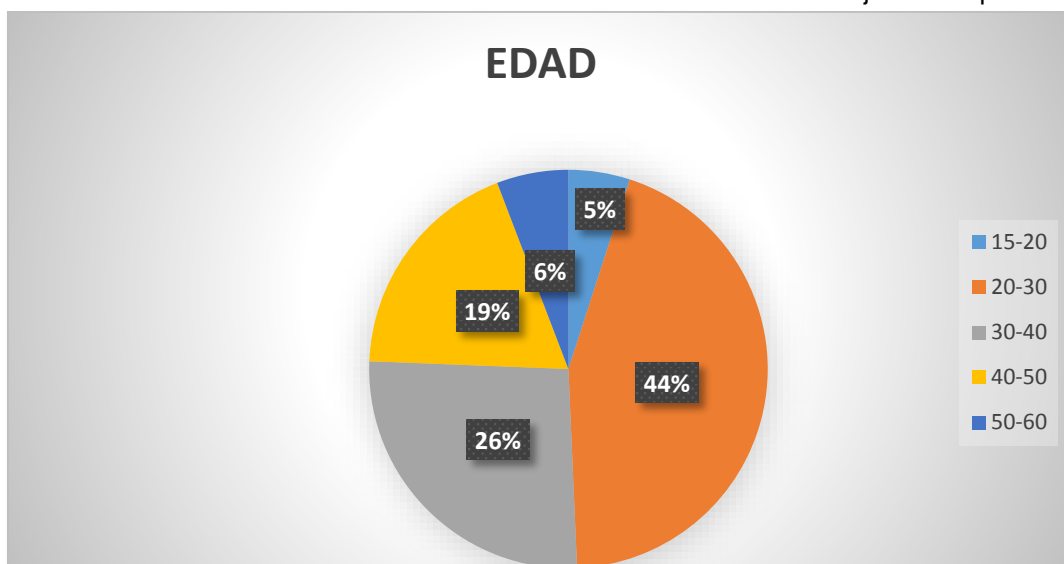
Gracias

4.2.7 Resultado de la encuesta

Los resultados obtenidos en la aplicación de los 366 cuestionarios a turistas del CCO, de acorde a la fórmula empleada por Gauss, misma que sirvió de muestra para cuantificar el 100%, fueron los siguientes:

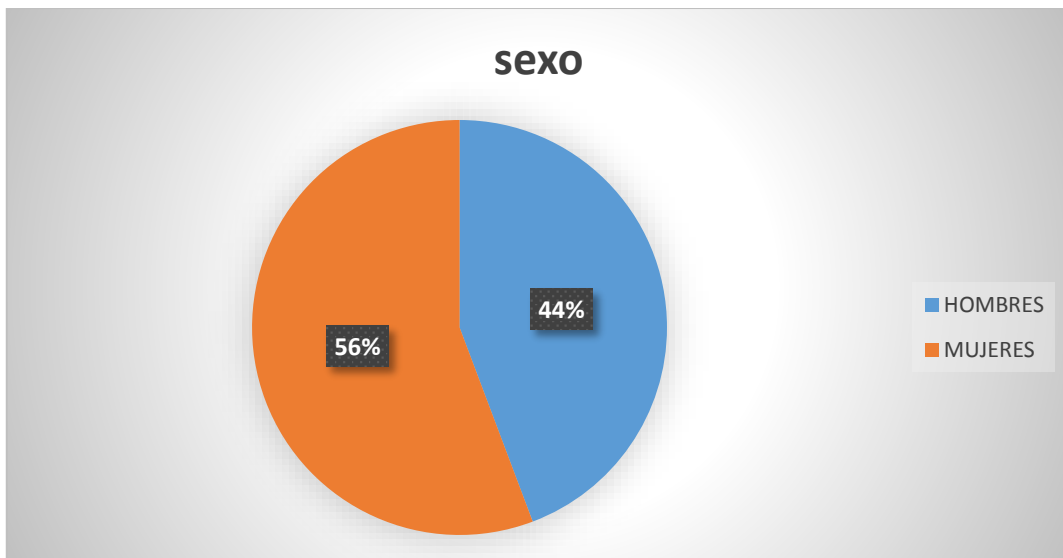
Gráfica 1

Fuente: Trabajo de campo 2016



El 44% de los visitantes al recinto tiene una edad promedio de 20 y 30 años y el 26 % tiene una edad entre 30 y 40 años, lo cual se llega a la conclusión en que la mayor parte de los visitantes al recinto son adultos jóvenes.

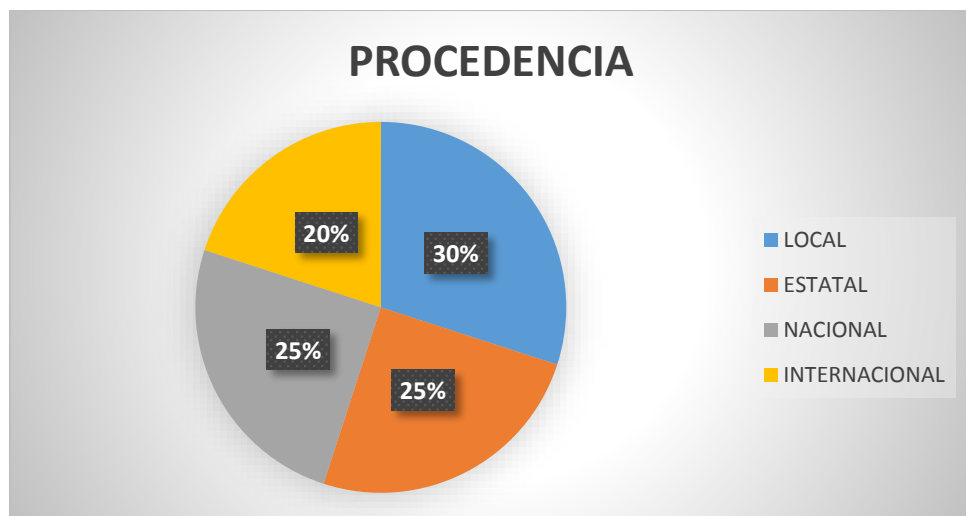
Gráfica 2



Fuente: Trabajo de campo 2016

El 56 % de los visitantes son mujeres interesadas por la cultura, el 44% hombres.

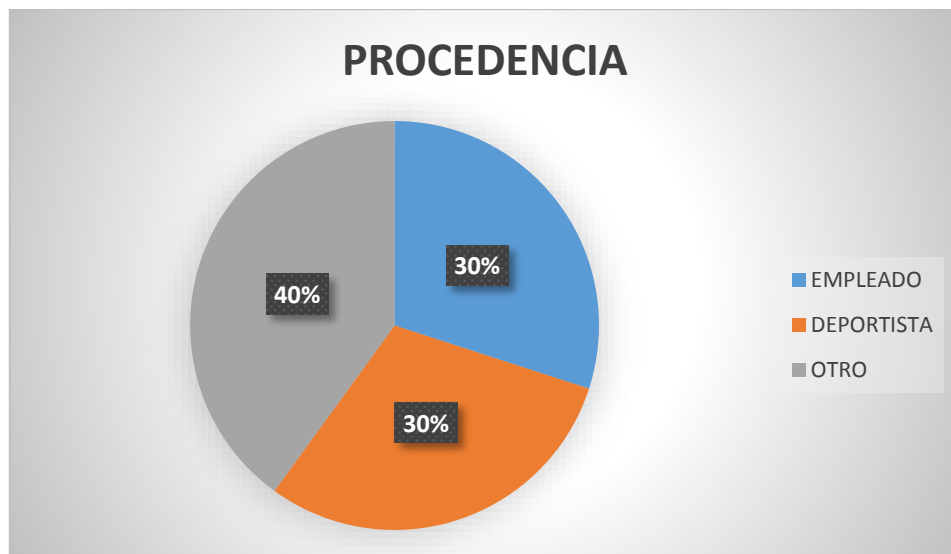
Gráfica 3



Fuente: Trabajo de campo 2016

El 30 % de los visitantes que acuden al recinto “Centro Ceremonial Otomí” es local, mientras que un 25 % estatal y otro 25 % nacional, provenientes de la Ciudad de México, Puebla, Zacatecas, Querétaro, Michoacán y Jalisco, en su mayoría, sólo un 20 % internacional.

Gráfica 4



Fuente: Trabajo de campo 2016

El 30 % de las personas encuestadas son empleadas y otro 30 % son deportistas que acuden constantemente al recinto, con la finalidad de practicar deporte, mientras que un 40 % no especificó su ocupación.

Gráfica 5

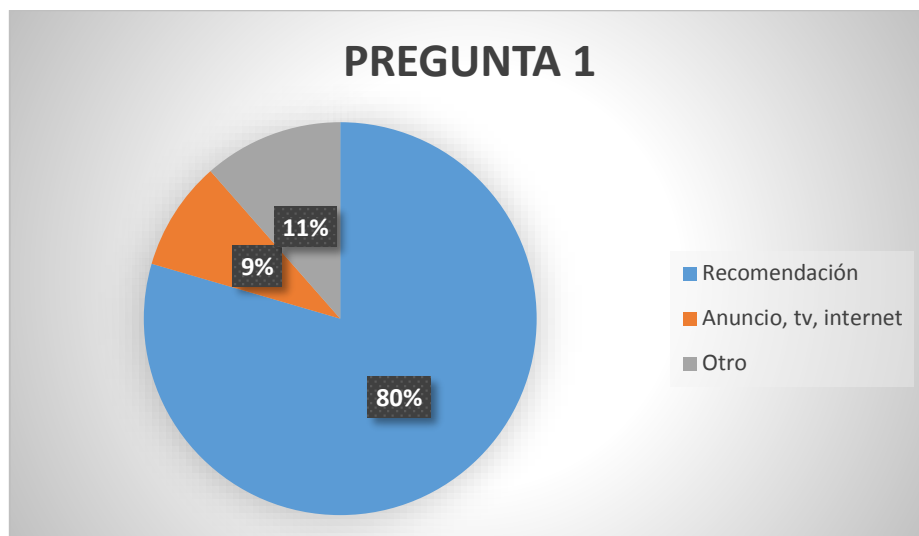


Fuente: Trabajo de campo 2016

El 80 % de las personas que acuden al recinto es de nacionalidad mexicana mientras que un 20 % internacional destacando a turistas provenientes de Europa, Asia y América principalmente.

1.-¿Cómo se enteró del Centro Ceremonial Otomí?

Gráfica 6

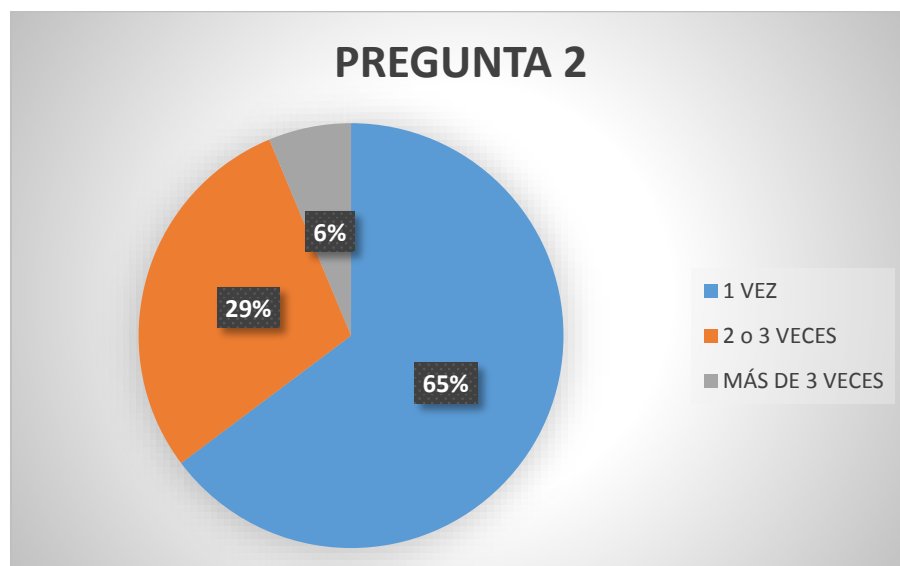


Fuente: Trabajo de campo 2016

El 80 % de los visitantes, acuden al recinto por recomendación, mientras que el 9% obtiene información mediante anuncios televisivos, internet, etc. Solo el 11% de los turistas acude al CCO por otras cuestiones.

2.- ¿Cuántas veces al año visita al Centro Ceremonial Otomí?

Gráfica 7

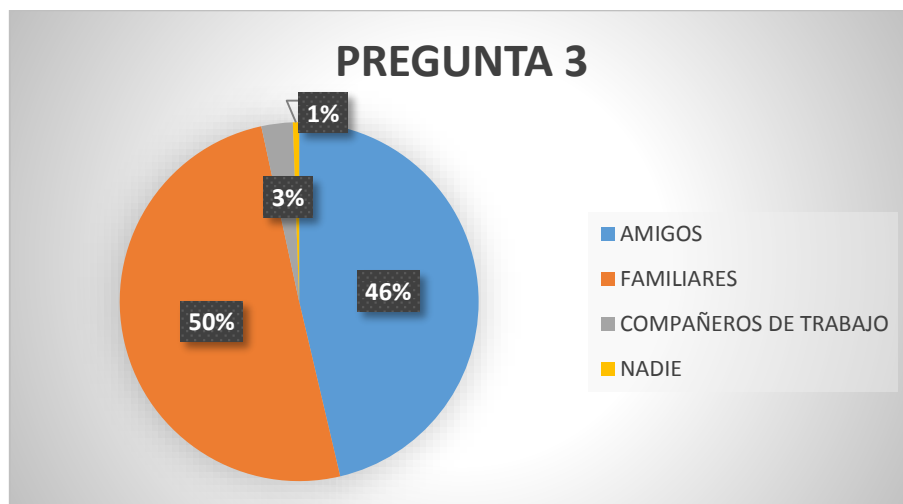


Fuente: Trabajo de campo 2016

El 65 % de los visitantes al recinto acuden por primera vez y el 29 % van al recinto 2 o 3 veces al año.

3.- ¿Quiénes lo acompañan en su visita al Centro Ceremonial Otomí?

Gráfica 8

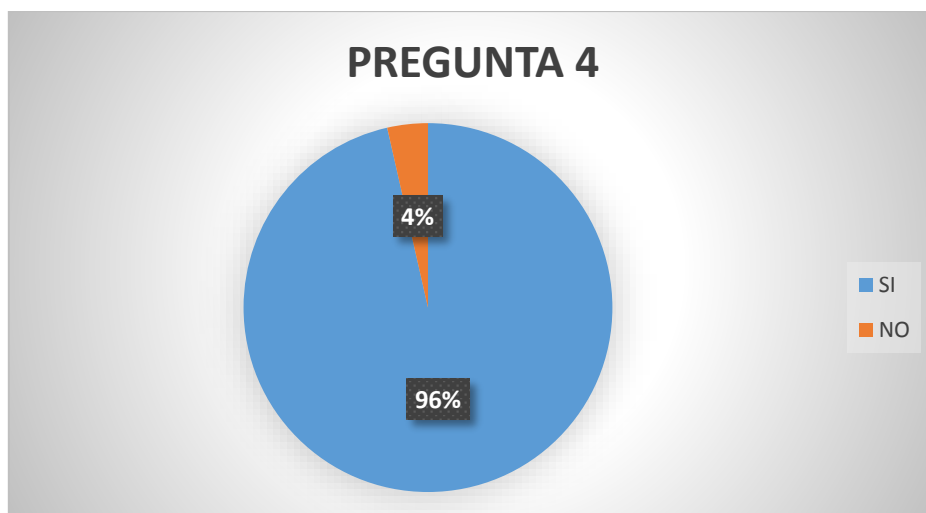


Fuente: Trabajo de campo 2016

El 46 % de los visitantes acude al CCO, con amigos, el 50 % con familiares, mientras que un 3 % acude con compañeros de trabajo y el 1 % con nadie.

4.-¿Le agradecería la implementación de un espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí?

Gráfica 9

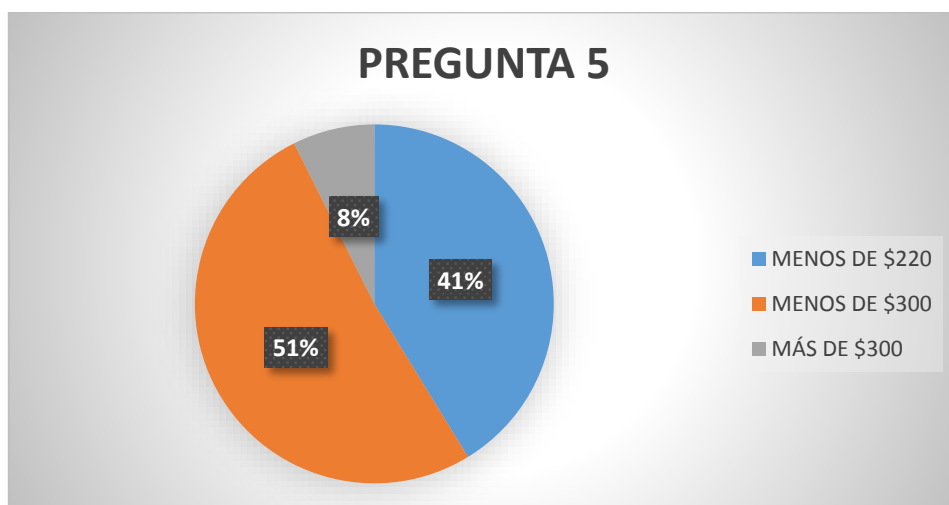


Fuente: Trabajo de campo 2016

El 96 % de las personas está de acuerdo en la implementación de un espectáculo de luz y sonido nocturno en el recinto y 4 % no lo está.

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por presenciar un espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí?

Gráfica 10

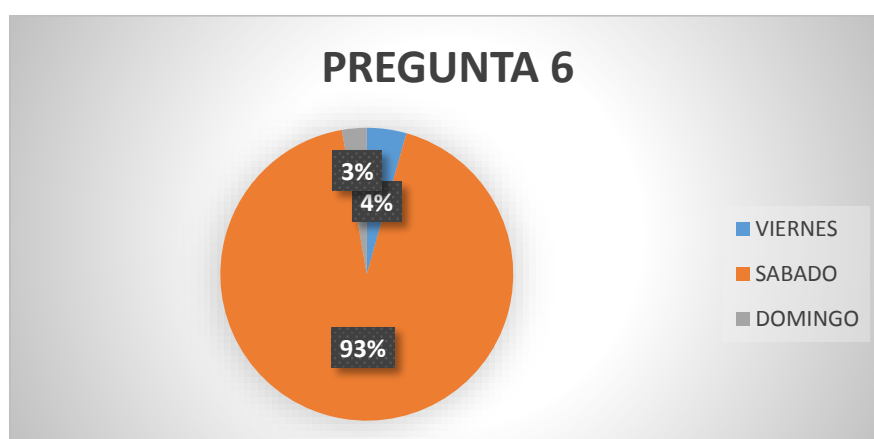


Fuente: Trabajo de campo 2016

El 51 % de los visitantes, estaría dispuesto a pagar menos de 300 pesos por presenciar el espectáculo de luz y sonido en el recinto, mientras que el 41 % estaría dispuesto a pagar menos de 200 pesos y solo el 8 % pagaría más de 300 pesos.

6.- ¿Qué días estaría dispuesto a presenciar un espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí, en un horario a partir de las 7 de la noche?

Gráfica 11



Fuente: Trabajo de campo 2016

El 96 % de los encuestados prefieren presenciar el espectáculo de luz y sonido nocturno, en fin de semana los días sábados, el 4 % prefiere presenciar el espectáculo los días viernes y el 3 % los días domingo.

En conclusión, los visitantes que acuden al CCO, es turismo cultural y deportivo en su mayoría, que radica en las ciudades cercanas al atractivo, con una edad promedio de 20 a 50 años de edad, interesados en aprender sobre la etnia otomí, costumbres, tradiciones, etc. asimismo en presenciar un espectáculo de luz y sonido.

4.2.8 Canal de distribución

Nuestro canal de distribución es directo empresario a cliente, es decir, brindar un servicio para presenciar la proyección de espectáculo de luz y sonido directamente al consumidor.

4.2.9 Plan de Mercadotecnia

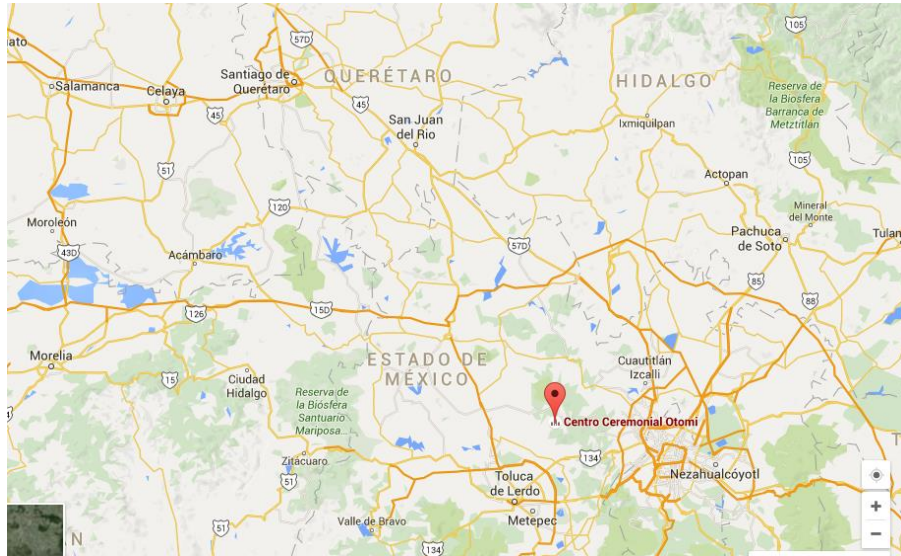
Nuestro plan de mercadotecnia, se apoyará directamente con CEPANAF, quien es quien administra el recinto, así como SECTUR (Secretaría de Turismo) estatal, federal, comunicación del ayuntamiento municipal, estatal, redes sociales, revistas, anuncios espectaculares, gustos y preferencias de la población, artículos sobre las nuevas tendencias de turismo, etc.

4.2.10 Fuentes de información

Nuestras fuentes de información serían revistas, estadísticas de afluencia turística, información del lugar, revistas, monografías, artículos, tendencias del sector turístico.

4.2.11 Ubicación de la empresa

El espectáculo de luz y sonido será proyectado en el Centro Ceremonial Otomí que se ubica en la carretera Temoaya Centro Ceremonial Otomí km12, Temoaya, Estado de México.



4.2.12 Establecimiento del precio

Se tomaron los siguientes datos para establecer el precio:

Materia prima	N/A
Mano de obra	\$ 80
Gastos	\$ 110
Comisión	\$ 36
IVA	\$ 20.2
ISR	\$ 36.8
Utilidad	\$ 23
Total	\$306

En el presente cuadro representa los precios que tendrán los servicios.

PRECIOS DEL SERVICIO	
CONCEPTO	Precio
Espectáculo de Luz y Sonido	306.00

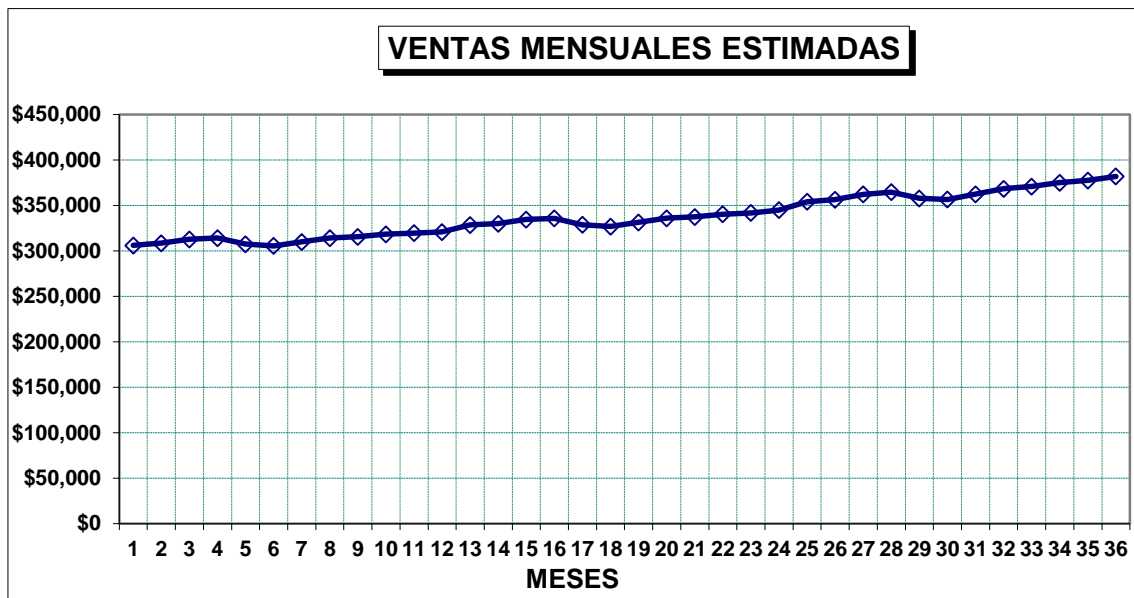
El CCO por sus características no pertenece al cuidado y resguardo del INAH, por lo tanto el precio estipulado para presenciar el espectáculo de luz y sonido en el recinto, no es el mismo a otros espectáculos realizados en zonas arqueológicas resguardadas por el INAH.

4.2.13 Proyección de ventas

La empresa DAMISHI pronostica que tendrá ingresos al inicio de sus operaciones por \$306,000 y transcurridos 36 meses se estima llegar a \$381,890 pesos considerando un incremento sostenido del 2.46 % anualizado.

VENTAS MENSUALES ESTIMADAS					
Meses	Monto	Meses	Monto	Meses	Monto
1	\$306,000	13	\$328,571	25	\$354,039
2	\$308,453	14	\$329,886	26	\$356,340
3	\$312,784	15	\$334,517	27	\$362,243
4	\$314,035	16	\$335,855	28	\$364,597
5	\$307,409	17	\$328,769	29	\$357,793
6	\$305,552	18	\$326,783	30	\$356,517
7	\$309,842	19	\$331,371	31	\$362,423
8	\$314,192	20	\$336,024	32	\$368,427
9	\$315,449	21	\$337,368	33	\$370,821
10	\$318,294	22	\$340,411	34	\$375,098
11	\$319,567	23	\$341,772	35	\$377,536
12	\$320,846	24	\$344,855	36	\$381,890

Las ventas mensuales que estima tener la empresa DAMISHI tienden a ser ascendentes desde el inicio de sus operaciones y hasta el mes 36.



4.3 ESTUDIO TÉCNICO

4.3.1 Características técnicas del producto y/o servicio

Las características técnicas de la proyección del espectáculo nocturno de luz y sonido en el CCO, son las siguientes.

- Se ofrecerá una proyección de luz y sonido con videomapping en el CCO, en el que se iluminen sus basamentos arquitectónicos, narrando la historia de la etnia Otomí.
- En temporada de lluvias, se realizarán cambios de horario para la proyección del espectáculo.
- El servicio del espectáculo de luz y sonido será realizado en la plaza Sagitario del CCO, en donde habrá sillas en orden estratégico para los clientes. Asimismo estará colocado material de iluminación en los monumentos que conforman el recinto.
- La duración aproximada del material de iluminación y audio es de 13 años, de igual manera se podrán realizar más de 2500 proyecciones por aparato de iluminación y videomapping (material para dar forma y color al basamento iluminado).
- Se valorará la estructuración del equipo de iluminación en el recinto, por generar deterioro de las instalaciones, factores climatológicos que dañen el equipo de trabajo, etc. por lo cual se montará y desmontará el equipo de audio e iluminación antes y después de la proyección del espectáculo.

4.3.2 Descripción del proceso de producción

Pre- producción: comienza cuando se analiza todo lo necesario que se tendrá que utilizar para el espectáculo de luz y sonido, así mismo se identifican los posibles factores climatológicos, imprevistos que podrían suscitarse en el espectáculo que pudieran generar algún costo extra.

De igual manera se toma en cuenta la información referente al espectáculo como; fecha del espectáculo, acudirá algún artista invitado, carga y descarga del equipo de luz y sonido, requerimientos por parte del artista (si lo hay), seguridad,

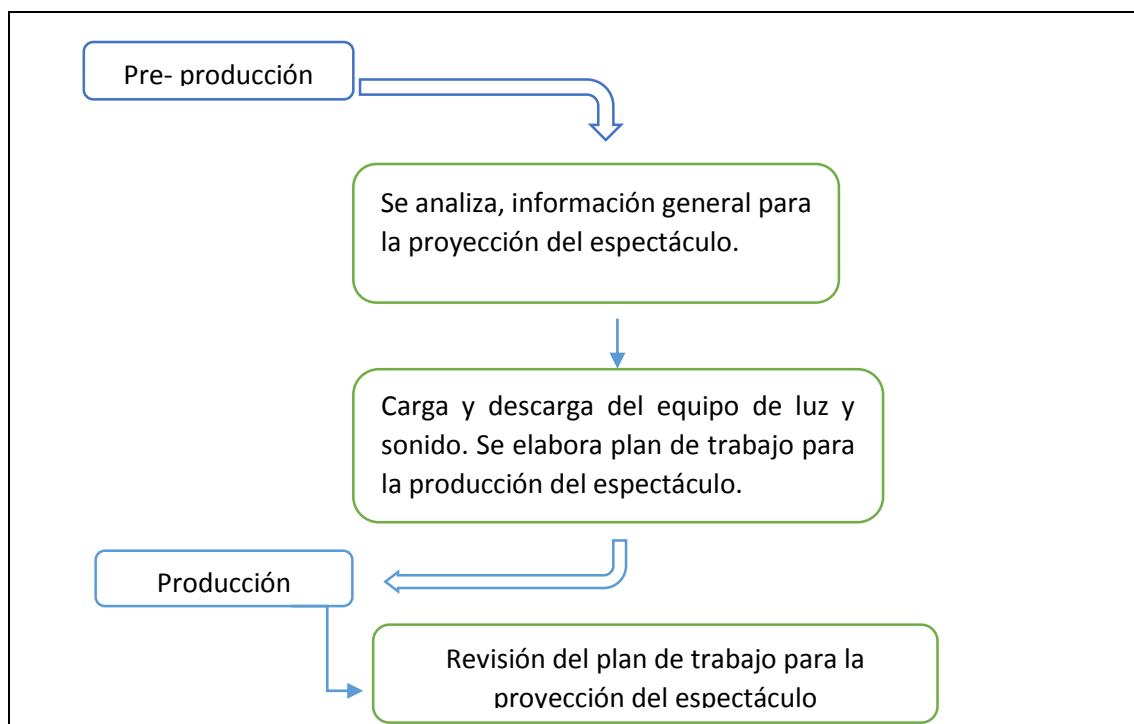
personal necesario, permisos en orden (si se requiere), establecer horarios de ensayo, se elabora un plan de trabajo para la producción.

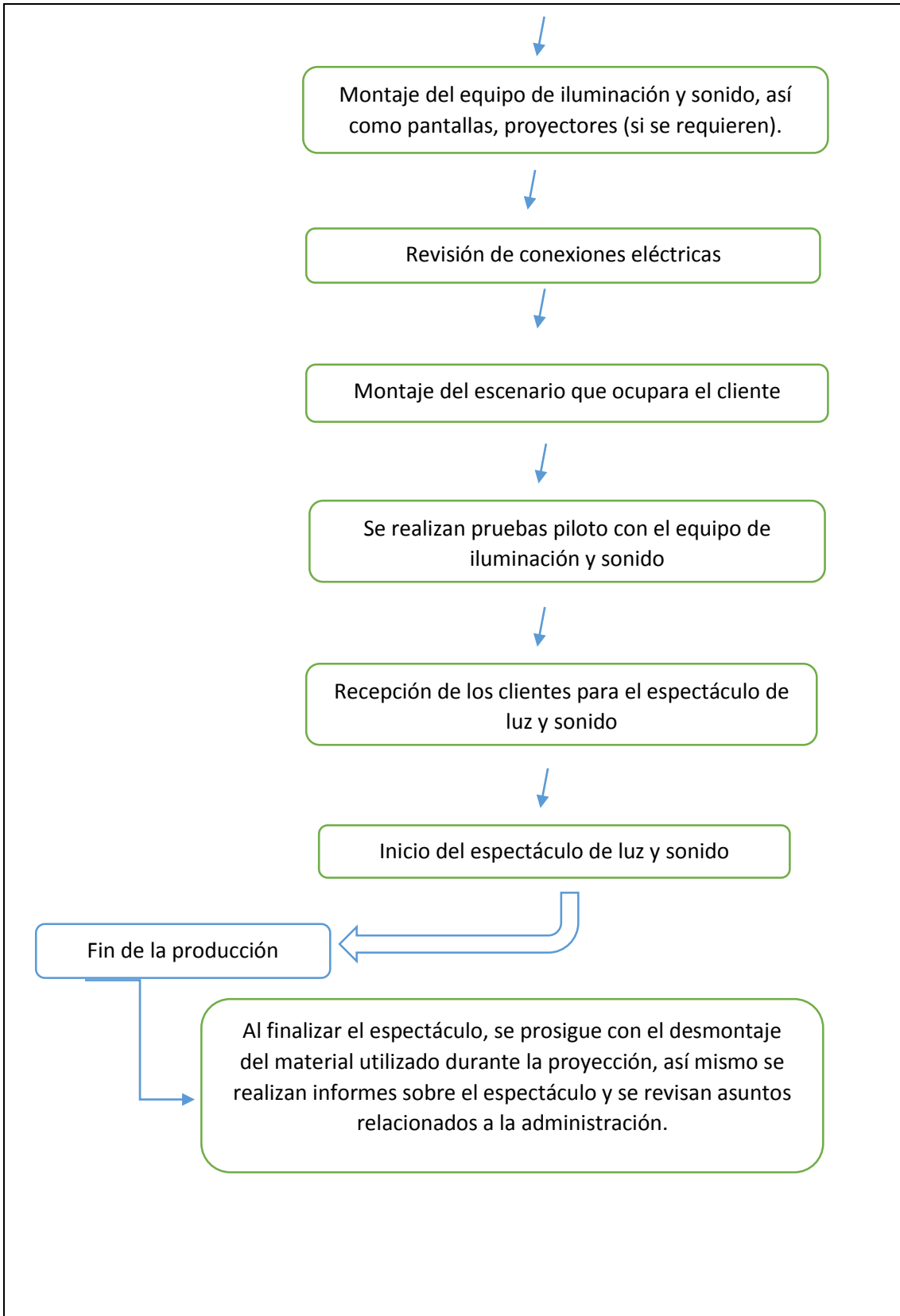
Producción: comienza con la revisión del plan de trabajo, se prosigue con el montaje del equipo de luz y sonido en el CCO, a su vez se delimita el espacio que ocupara, se revisan las conexiones eléctricas, se monta el escenario que ocupara el cliente, se realiza montaje de oficina móvil y camerinos (si se requiere), o cualquier otro tipo de material como; proyectores, bocinas, pantallas, etc.

Posteriormente se realizan pruebas con el equipo de luz y sonido, se hace la recepción de los clientes y se inicia con el espectáculo de luz y sonido en el recinto.

Al finalizar el espectáculo, se realizan todas las tareas inversas al montaje, es decir se procede al desmontaje de equipos y materiales utilizados, así como informes finales del espectáculo, asuntos relacionados con la administración, etc.

4.3.3 Diagrama del proceso productivo





4.3.4 Programación del servicio

La proyección del espectáculo nocturno, tendrá dos funciones al mes, en días consecutivos, en el siguiente cuadro se presenta la programación anual del espectáculo de luz y sonido en el CCO.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Viernes	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Sábado	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

4.3.5 Diseño de las instalaciones

El espectáculo de luz y sonido, será proyectado en la plaza Sagitario del CCO, en donde se iluminaran los basamentos que conforman el recinto, de la misma manera se narrara el significado de cada monumento enfocándose a la etnia otomí.

Asimismo en la parte central de la plaza Sagitario, se montara el equipo de audio e instalación de sillas para los espectadores.

A continuación se muestra la imagen de la plaza Sagitario del CCO.



4.3.6 Capacidad de servicios de la empresa

La capacidad máxima que puede ofrecer Damishi para presenciar el espectáculo de luz y sonido en el CCO, a la demanda turística, es la recepción y atención a 500 turistas por proyección.

Para determinar el número de asistentes para presenciar la proyección del espectáculo, se realizó un estudio sobre la capacidad de carga física del CCO, mencionada a continuación:

CCF= capacidad de carga física

$$CCF = S \times T / s \times t$$

Donde:

S= superficie del área visitada

T= Tiempo total en hora y día, para visitar el recinto

s= espacio ocupado por cada visitante

t= tiempo necesario para presenciar el espectáculo de luz y sonido

$$CCF = (62 \text{ hectáreas}) (24 \text{ horas}) / (1 \text{ metro}) (2 \text{ horas}) =$$

$$CCF = 744$$

Considerando que el recinto cuenta con seguridad las 24 horas del día y servicio de sanitarios y aseo personal, para 16 personas.

Así mismo hay 3 secciones de estacionamiento para albergar a 100 vehículos.

4.3.7 Recursos necesarios

➤ Equipo de transporte

Para la proyección del espectáculo de luz y sonido, no es necesario contar con equipo de transporte, puesto que no se requiere de desplazamiento constante.

Así mismo, el equipo necesario para llevar a cabo el espectáculo de luz y sonido, se resguardara en la bodega general del recinto.

➤ Análisis del costo

Mano de obra

Concepto (Construcción)	Precio	Cantidad	Inversión
Instalación de audio			
• Técnico en acústica (1)	20.000,00	1	
• Personal (4)	3750	4	
Total			35.000,00
Instalaciones eléctrica	25.000,00	1	
• Técnico en iluminación(1)			
• Personal eléctrico (10)	4000	10	
			65.000,00
Suma			100.000,00

Materia prima

Para la proyección del espectáculo de luz y sonido, no se requiere materia prima ya que no se elaborara un producto de consumo, solo se venderá el servicio. Sin embargo para poder realizar el servicio se requiere de los siguientes:

Presupuestos específicos

Los presupuestos específicos se clasifican y se describen en los siguientes cuadros.

Concepto Mob. Y Eq.	Precio	Cantidad	Inversión
sillas	200,00	500	100.000,00
Sillas de oficina	500,00	2	1.000,00
Escritorio	1.000,00	1	1.000,00
Archivero	1.200,00	1	1.200,00
Suma			103.200,00

Concepto Maq. Y Eq.	Precio	Cantidad	Inversión
planta de luz	25.000,00	1	25.000,00
equipo de luz (cabezas móviles)	9.000,00	9	81.000,00
equipo de sonido	8.581,00	2	17.162,00
equipo de luz	19.075,00	2	38.150,00
equipo de iluminación	1.000,00	65	65.000,00
Suma			226.312,00

Concepto Eq. De Computo	Precio	Cantidad	Inversión
1 computadora de escritorio	8.500,00	1	8.500,00
1 impresora	4.000,00	1	4.000,00
Suma			12.500,00

Gastos de operación

GASTOS ÁREA DE SERVICIOS	
Luz	6,200.00
Agua	
Papelería	5000.00
Accesorios	3,000.00
Combustibles	5,500.00
Sub total gastos fijos	19,700.00

MANO DE OBRA ÁREA DE SERVICIOS		
PUESTO	No. de puestos	Sueldo Mensual
COORDINACIÓN DE AUDIO	1	7,000
COORDINACIÓN DE ILUMINACIÓN	1	7,000
AYUDANTE GENERAL	5	920.00

Gastos de administración

MANO DE OBRA ÁREA DE ADMINISTRACIÓN		
PUESTO	No. de puestos	Sueldo mensual
ADMINISTRACIÓN	1	9,000.00
AUXILIAR ADMINISTRATIVO	1	4,000.00

➤ Gatos de venta

	Cantidad	
Impresión de tickets para el espectáculo de luz y sonido	1000	25
Total		25.000,00

Por otra parte, nuestra estrategia de mercadotecnia, será a través de la Secretaria de Comunicación, Sectur Estatal y Capanaf, esta última se encargará de la promoción y difusión del espectáculo, como lo ha realizado con el CCO.

➤ Otros gastos

GASTOS ÁREA DE SERVICIOS	
Honorarios	2500.00
comunicaciones	2500.00
Imprevistos	700
Sub total gastos fijos	5700.00

➤ Pronósticos de ingresos

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

VOLUMEN DE SERVICIOS MENSUAL		
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO
Espacios para presenciar el Espectáculo de Luz y Sonido	1,000	\$306.00
	Total	\$306,000.00

Es decir, se pretende vender 1000 boletos mensuales para presenciar el espectáculo de luz y sonido, con un costo de \$ 306.00 trescientos seis pesos cada boleto.

4.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.4.1 Cultura organizacional

La cultura organizacional, es la unión de normas, hábitos y valores que son compartidas por las personas dentro del trabajo.

4.4.2 Estructura organizacional o funcional de la empresa

Administración: se encarga de supervisar, administrar y verificar el orden y buen funcionamiento, de la proyección del espectáculo de luz y sonido, así como la contabilidad de los recursos generados durante la proyección

Coordinación de audio: se encarga de la grabación, manipulación, mezcla y reproducción del sonido, durante la proyección del espectáculo de luz y sonido.

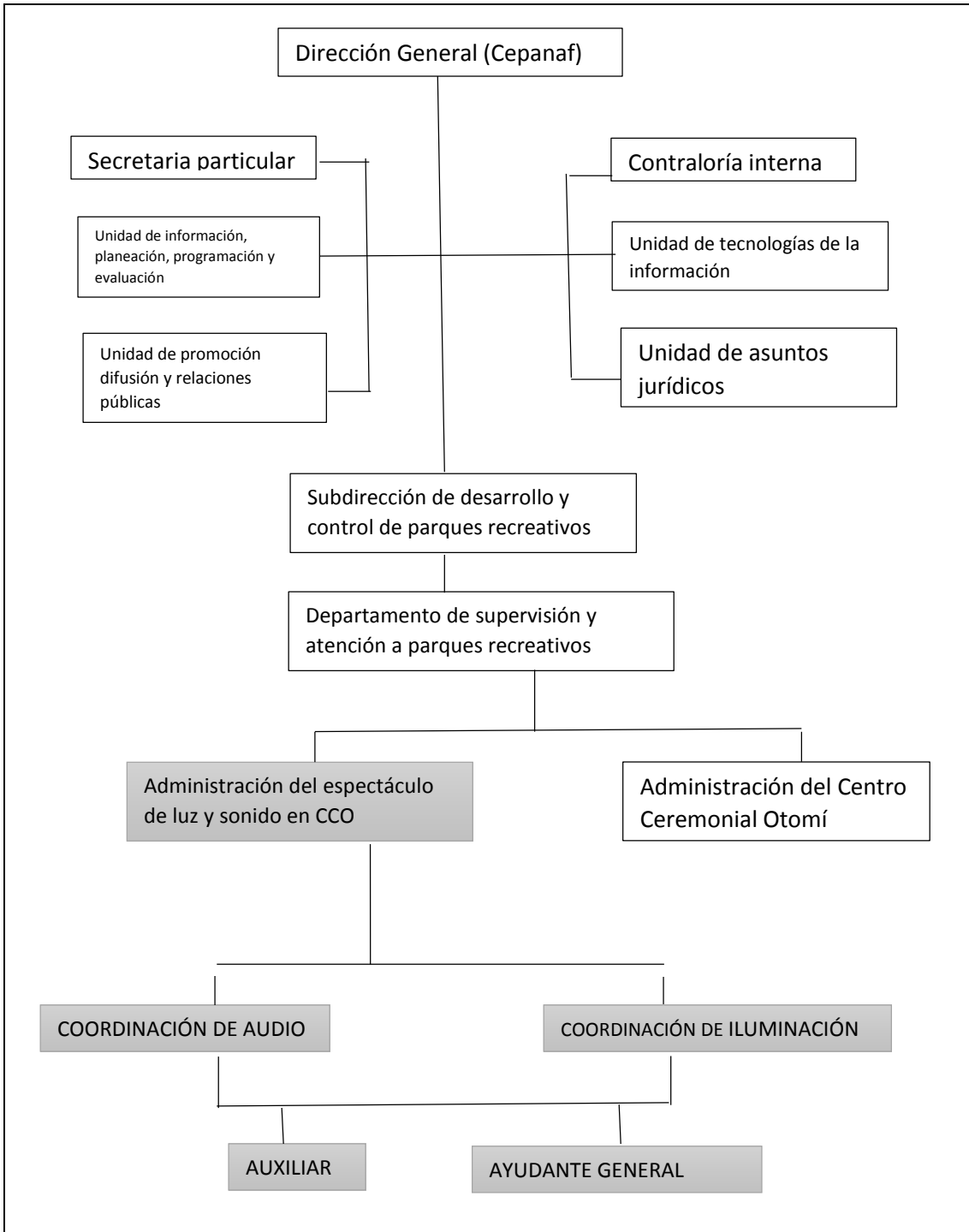
Coordinación de iluminación: se encarga de preparar, instalar y mantener todos los equipos de iluminación, necesarios para la proyección del espectáculo de luz y sonido.

Auxiliar administrativo: aquella persona encargada de ayudar a mantener el correcto y eficaz funcionamiento de las oficinas. Llevan a cabo una gran variedad de tareas de oficina y administrativas, como la actualización, registro y almacenamiento de información, fotocopiado, archivado, tratamiento de texto, atender al teléfono y encargarse del correo.

Ayudante general: Realiza las actividades de ayuda y asistencia en tareas de coordinación, preparación y control necesarias para la producción del espectáculo de luz y sonido bajo la supervisión de los directores de audio e iluminación.

4.4.3 Organigrama

El presente se adapta al organigrama de la dirección general de Cepanaf, tomando en cuenta, que es el organismo encargado del CCO. Cabe destacar que la estructura de la empresa se integraría a partir de la administración del recinto.



4.4.4 Descripción de puestos

NOMBRE DEL PUESTO:	ADMINISTRADOR	No. de Puestos:	(1) (uno)
Objetivo del puesto:	Supervisar, administrar y verificar el orden y buen funcionamiento, en todo momento de la proyección del espectáculo de luz y sonido.		

PERFIL DEL PUESTO:

EDAD:	28 a 40	Escolaridad:	Licenciatura
SEXO:	Indistinto	Experiencia:	Administración, Contabilidad.
EDO CIVIL:	Indistinto	Conocimientos:	Administración de empresas, organización de eventos, marketing turístico, turismo, idiomas, cultura, manejo de personal.

NO.	ACTIVIDAD	FRECUENCIA
1.-	Conducirse adecuadamente, dentro y fuera de las instalaciones, sin utilizar lenguaje procaz.	Diaria
2.-	Conocer en su totalidad los productos y servicios que se ofrece.	Diaria
3.-	Llevar a cabo el control administrativo de la proyección del recinto.	Diaria
4.-	Verificar junto con los compañeros que la instalación se haya realizado conforme al pedido y a satisfacción del cliente.	Diaria
5.-	Llevar a cabo el control de la contabilidad, y finanzas del espectáculo de luz y sonido	Diaria
6.-	Realizar, con sumo cuidado y siguiendo los procedimientos de seguridad, las actividades inherentes a su puesto, con el fin de evitar accidentes.	Diaria
7.-	Someterse a todas las pruebas de salud, psicológicas y otras que apliquen a su puesto.	Esporádica
8.-	Participar activamente en las capacitaciones que proporcione a la empresa.	Esporádica

Estas actividades son enunciativas, más no limitativas.

COMUNICACIÓN				
Internas			Externas	
Encargado de: coordinación de audio, coordinación de iluminación, ayudante general y Auxiliar Administrativo.		1.-	Clientes	
Elaboró		Revisó		Autorizó

NOMBRE DEL PUESTO:	COORDINADOR DE AUDIO	No. de Puestos:	(1) (uno)
Objetivo del puesto:	Llevar a cabo investigación y desarrollo para la invención de nuevas tecnologías (equipo y técnicas), a fin de mejorar los procesos y la expresión artística del espectáculo de luz y sonido.		

PERFIL DEL PUESTO:

EDAD:	23 a 40	Escolaridad:	Técnica, ingeniera o equivalente
SEXO:	Indistinto	Experiencia:	En proyecciones, espectáculos.
EDO CIVIL:	Indistinto	Conocimientos:	Grabación, manipulación, mezcla y reproducción del sonido

NO.	ACTIVIDAD	FRECUENCIA
1.-	Presentarse puntualmente en su área de trabajo.	Consecutiva
2.-	Realizar la grabación, manipulación, mezcla y reproducción de sonido durante el espectáculo de luz y sonido.	Consecutiva
3.-	Conducirse adecuadamente, dentro y fuera de las instalaciones, sin utilizar lenguaje procaz.	Consecutiva
4.-	Utilizar las herramientas y equipo para las que fueron diseñadas.	Consecutiva
5.-	Informar, a su jefe, sobre las actividades realizadas y reportar fallas y problemas identificados, de manera inmediata.	Consecutivo

Estas actividades son enunciativas, más no limitativas.

COMUNICACIÓN				
Internas			Externas	
Encargado de : ayudante general		1.-	Clientes	
_____		_____		_____
Elaboró		Revisó		Autorizó

NOMBRE DEL PUESTO:	COORDINADOR DE ILUMINACIÓN	No. de Puestos:	(1) (uno)
Objetivo del puesto:	Que el coordinador sea capaz de preparar, instalar y mantener todos los equipos de iluminación escénica presentes en el espectáculo de luz y sonido.		

PERFIL DEL PUESTO:

EDAD:	23 a 45	Escolaridad:	Técnica, Ingeniera o equivalente
SEXO:	Indistinto	Experiencia:	Iluminación, conciertos, teatro
EDO. CIVIL:	Indistinto	Conocimientos:	Manejo de equipo de iluminación, trabajo con videomapping, fotografía.

NO.	ACTIVIDAD	FRECUENCIA
1.-	Presentarse puntualmente en su área de trabajo.	Diaria
2.-	Conducirse adecuadamente, dentro y fuera de las instalaciones, sin utilizar lenguaje procaz.	Diaria
3.-	Preparar e instalar el equipo de iluminación para el espectáculo de luz y sonido	Diaria
4.-	Delimitar el espacio del equipo de iluminación ante los basamentos históricos, arquitectónicos del recinto	Diaria
7.-	Montar y desmontar el equipo de iluminación para el espectáculo	Diaria
8.-	Mantener en cuidado el equipo de iluminación, así mismo se encargara de resguardar el equipo en la bodega del recinto.	Diaria
9.-	Coordinar el equipo de iluminación durante el espectáculo de luz y sonido.	Diaria

Estas actividades son enunciativas, más no limitativas.

COMUNICACIÓN				
	Internas		Externas	
1.-	Ayudante General		Clientes	
	Elaboró		Revisó	Autorizó

NOMBRE DEL PUESTO:	Auxiliar	No. de Puestos:	(1) Uno
Objetivo del Puesto:	Que se lleve a cabo la actualización, registro y almacenamiento de información (referente al espectáculo de luz y sonido) fotocopiado, archivado, tratamiento de texto, atender al teléfono y encargarse del correo.		

PERFIL DEL PUESTO:

EDAD:	23a 40	Escolaridad:	Licenciatura trunca o técnico
SEXO:	indistinto	Experiencia:	En administración, inglés,
EDO. CIVIL:	indistinto	Conocimientos:	Administración, inglés, calculo básico, manejo de ofice, manejo de las TIC.

NO.	ACTIVIDAD	FRECUENCIA
1.-	Presentarse puntualmente en su área de trabajo.	Diaria
2.-	Recoger y abrir la correspondencia, y de entregarla al correspondiente departamento o miembro del personal.	Diaria
3.-	Prestar apoyo administrativo, llevando a cabo tareas como el envío de correos electrónicos, fotocopiado, archivado, atención al teléfono, tomar nota de los mensajes y encargar artículos de papelería y otras clases de material.	Diaria
4.-	Llevar registros y mantenerlos actualizados referente al espectáculo de luz y sonido	Diaria

Elaboró		Revisó	Autorizó

NOMBRE DEL PUESTO:	Ayudante General	No. de Puestos:	(5) Uno
---------------------------	-------------------------	------------------------	--------------------

PERFIL DEL PUESTO:

EDAD:	23a 40	Escolaridad:	No necesaria
SEXO:	indistinto	Experiencia:	Trabajo en equipo, puestos similares.
EDO. CIVIL:	indistinto	Conocimientos:	Trato al cliente, espectáculos, electricidad.

NO.	ACTIVIDAD	FRECUENCIA
1.-	Presentarse puntualmente en su área de trabajo.	Diaria
2.-	Mantenerse en coordinación con los técnicos para el montaje y desmontaje del equipo necesario para la proyección del espectáculo.	Diaria

_____		_____		_____
Elaboró		Revisó		Autorizó

4.4.5 Régimen fiscal

Respecto a las normas e instituciones que rigen la situación tributaria, se cumplirá con las declaraciones mensuales y anuales que presente Cepenaf, ya que se considera que la implantación de luz y sonido estará bajo su control.

4.4.6 Obligaciones fiscales

Las obligaciones fiscales estarán a cargo directamente de la Comisión Estatal de Parques Naturales y de la Fauna (Cepenaf), a través de la Secretaría de Medio ambiente del Estado de México. Por lo tanto, la empresa Damishi no declararía obligaciones fiscales ya que depende de Cepenaf.

4.4.7 Contrato de trabajo

Para establecer el siguiente contrato de trabajo se tomaron en cuenta ejemplos relacionados y asesoría de expertos.

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Contrato Individual de Trabajo por Obra Determinada, que celebran por una parte la empresa **proyección de espectáculos nocturnos de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí** quien en lo sucesivo se le denominará como el “PATRÓN” por conducto de su representante legal, y por otra parte el C. _____, a quien en lo sucesivo se le denominará como el “TRABAJADOR”, al tenor de La Ley Federal del TRABAJO en adelante la “Ley” y las siguientes declaraciones y cláusulas:

DECLARACIONES.

1.- Declara el “PATRÓN” estar constituido como una empresa tributando como **Régimen de incorporación fiscal** de acuerdo a las Leyes Mexicanas, con domicilio en _____.

2.- Declara el PATRÓN que la realización de su prestación de servicios ordinaria la efectúa con el personal de acuerdo a las necesidades de dicha prestación de servicios, sin embargo en algunas ocasiones requiere de la contratación temporal y/o por obra determinada de personal para el desempeño de distintas labores o proyectos por circunstancias de pedidos extraordinarios, motivo por el cual se celebra el presente contrato.

3.- Declara el “TRABAJADOR”, llamarse como ha quedado escrito, tener _____ años de edad, ser de nacionalidad MEXICANA de Sexo _____, Estado Civil _____ y tener su domicilio ubicado en _____.

4.- Declara el “TRABAJADOR” no tener enfermedad que impida el desarrollo de las labores inherentes al puesto con que está siendo contratado.

CLAU S U L A S.

PRIMERA.- Ambas partes convienen que la relación de trabajo será por obra determinada, consistiendo la obra en el proyecto de apoyo temporal por carga extraordinaria de trabajo al final del cual se terminará la obra y automáticamente sin necesidad de aviso alguno ni de ningún otro requisito, se dará por terminada la relación de trabajo entre las partes y cesarán todos los efectos del presente en los términos de la fracción III del artículo 53 de la Ley Federal del Trabajo.

SEGUNDA.- El PATRÓN' de acuerdo a las aptitudes que el TRABAJADOR" manifestó tener, mismas que ratifica bajo protesta de decir la verdad al momento de la firma del presente, acuerda con este en contratarlo en el puesto de _____, debiendo llevar a cabo las labores de _____, señalando las anteriores de manera enunciativa mas no limitativa, ya que asimismo deberá cumplir como todas aquella labores inherentes al puesto para el que está siendo contratado, conviniendo las partes que en el supuesto de que el "TRABAJADOR" no cuente con dichas aptitudes y/o conocimientos o bien en el caso de que el PATRÓN" demuestre que los documentos presentados por el TRABAJADOR" con la finalidad de comprobar dichas aptitudes y/o conocimientos, carecen de veracidad, la relación de trabajo podrá ser rescindida sin responsabilidad para el "PATRÓN" en términos de la fracción 1 del artículo 47 de la Ley.

TERCERA.- El 'TRABAJADOR acepta sujetarse a la dirección y subordinación del "PATRÓN" de manera exclusiva, asimismo se obliga a prestar sus servicios para la ejecución de las actividades que se relacionen directa o indirectamente con su puesto y con todas aquellas actividades anexas y conexas, de acuerdo al proyecto para el que fue contratado.

CUARTA.- Ambas partes convienen que el "TRABAJADOR" se encontrará obligado a prestar sus servicios personales al "PATRÓN" en forma indistinta en cualesquiera de las sucursales o centros de trabajo de este y en los lugares que designe en atención a la naturaleza de los servicios que deban prestarse y en

general en donde se requieran los servicios del TRABAJADOR', encontrándose facultado el "PATRÓN para cambiar el lugar de labores del TRABAJADOR' sin que por esta circunstancia se pueda considerar que se modifican las condiciones de trabajo, ni de "PATRÓN" siempre que dicho cambio sea dentro del territorio nacional.

QUINTA.- Ambas partes convienen que la duración laboral, se sujetará a las disposiciones legales, en a las necesidades del servicio, el horario de labores será designado de acuerdo al proyecto en el cual se preste el servicio por parte del "TRABAJADOR" y disfrutará de un período intermedio en su jornada para tomar sus alimentos fuera de la fuente de trabajo, conviniendo de igual forma que el "PATRÓN" podrá señalar el horario de labores que mejor le convenga de acuerdo a las necesidades de trabajo que se le presenten, así como repartir a su arbitrio el tiempo de trabajo en una semana para obtener algún reposo especial, con tal de que dicho tiempo no exceda el límite semanal permitido por la Ley, condición con la que el "TRABAJADOR" está de acuerdo.

El "PATRÓN" estará facultado para establecer horarios continuos y discontinuos o variar de un sistema a otro siempre que sea necesario, no será considerado por las partes como tiempo extraordinario sino aquel que exceda el límite semanal establecido por la Ley, dada la facultad del "PATRÓN" para distribuir el tiempo de labores, según ha quedado antes convenido lo anterior en términos del artículo 59 de la Ley Federal del Trabajo, otorgando de este momento el TRABAJADOR" su aceptación expresa con esta modalidad especial de la fijación del horario y jornada de labores.

SEXTA.- El "TRABAJADOR" tiene conocimiento, de que el "PATRÓN" no lleva ni acostumbra llevar documentos de control de asistencia, ni de horario de labores, si tuviese faltas justificadas o injustificadas, se anotarán en el recibo de sueldo, lo anterior para los efectos de la fracción X del artículo 47 de la Ley.

SÉPTIMO.- El "TRABAJADOR" se encontrará obligado a trabajar tiempo extraordinario cuando lo requiera el "PATRÓN" con tal de que el trabajo no exceda de las tres horas en un día, quedando estrictamente prohibido al

“TRABAJADOR” laborar jornada extraordinaria en beneficio del ‘PATRÓN” sin que previamente medie orden por escrito de este último en tal sentido, no pudiendo dicha jornada extraordinaria exceder del máximo legal permitido, por lo que las partes convienen que sí el ‘TRABAJADOR” permaneciera por cualquier causa en las instalaciones donde esté prestando sus servicios fuera de su horario de labores y sin que medie orden expresa y por escrito del “PATRÓN” para laborar tiempo extraordinario, ese tiempo en ningún momento será considerado como tiempo extraordinario de trabajo.

OCTAVA.- Ambas partes convienen que el “TRABAJADOR percibirá como contraprestación al servicio personal subordinado, un salario mensual de \$_____ (_____)

PESOS 00/100 MN. Mismo que le será cubierto en moneda de curso legal, en forma QUINCENAL y dicho pago se hará en las oficinas del ‘PATRÓN’. Asimismo el “TRABAJADOR se obliga a firmar recibo por la totalidad de salarios y prestaciones devengados a que tuviese derecho, conviniendo que la firma del mismo implicará un finiquito total a la fecha del recibo correspondiente y de conformidad con las cantidades recibidas, por lo que sí el “TRABAJADOR” tuviese alguna aclaración que hacer sobre los pagos, descuentos de ley o por cualquier otro concepto efectuado, deberá realizarla al momento de recibirlos.

NOVENA.- Ambas partes convienen en que el pago del salario correspondiente a un determinado periodo de tiempo, como por ejemplo: una semana, una decena, una quincena, etc., incluirán el pago respectivo a todos los días de trabajo del periodo, días de descanso obligatorios, descanso semanal o séptimo día según sea el caso.

DÉCIMA,- Ambas partes convienen en que el día de descanso semanal será aquel que las partes determinen de acuerdo a las necesidades del “PATRÓN” con base a lo que establece la Ley.

DÉCIMA PRIMERA - Las partes convienen en que el “TRABAJADOR’ recibirá como prestaciones única y exclusivamente las que la Ley establece, debiendo el

“PATRÓN” finiquitar al “TRABAJADOR” las mismas en forma proporcional al tiempo laborado de conformidad a lo que prevé la Ley para tal efecto.

DÉCIMA SEGUNDA.- El ‘TRABAJADOR’ no gozará de día de descanso laboral, puesto que solo laborara los días indicados para la empresa, los cuales no exceden mayor a 5 días de trabajo semanales.

DÉCIMA TERCERA.- En caso de enfermedad que impida al ‘TRABAJADOR’ desempeñar sus labores, el mismo deberá avisar al “PATRÓN”, indicando a éste su lugar de permanencia dentro de la primera hora siguiente a su ausencia, asimismo justificará su inasistencia con el certificado médico del I.M.S.S. o bien con la incapacidad médica debidamente expedida por dicho Instituto.

DÉCIMA CUARTA.- El ‘TRABAJADOR’ se obliga a someterse a los reconocimientos médicos que el “PATRÓN” ordene en las fechas señaladas por el o los médicos que éste designe, para comprobar que no padece incapacidad o enfermedad de trabajo contagiosa o incurable. Obligándose a cumplir con las normas de trabajo, así como a observar las medidas preventivas de seguridad e higiene.

DÉCIMA QUINTA.- El presente contrato a partir de su vigencia deja insubsistentes al o a los anteriores, o a cualquier otro convenio, costumbre o compromiso que las partes hayan celebrado anteriormente, substituyéndolos en cada una de sus partes. Asimismo las partes convienen que el “PATRÓN” le reconoce al “TRABAJADOR’ su antigüedad a partir de la fecha en que las partes firmen el presente.

DÉCIMA SEXTA Las partes convienen en este acto que toda modificación o adición a los derechos y obligaciones pactados en el presente deberán realizarse de manera escrita, incluyendo las respectivas firmas de las partes, por lo que cualquier acuerdo verbal que las partes aleguen haber celebrado carecerá absolutamente de validez.

DÉCIMA SÉPTIMA.- El “TRABAJADOR” se obliga a mantener en forma confidencial cualquier información que sea de su conocimiento, tanto en lo referente a las actividades del “PATRÓN”, así como a las actividades de sus clientes y proveedores; se obliga a guardar escrupulosamente los secretos técnicos comerciales y de fabricación de los productos a cuya elaboración concorra directa e indirectamente, o de los cuales tenga conocimiento por razón del trabajo que desempeñen, así como de los asuntos administrativos reservados cuya divulgación pueda causar perjuicios a la empresa. Asimismo el “TRABAJADOR” tiene prohibido usar, vender, extraer, reproducir por cualquier medio para fines personales o de terceros, la información de las operaciones que realice el ‘PATRÓN’, sus clientes y proveedores. En caso de que el “TRABAJADOR” no cumpla con las obligaciones pactadas en el párrafo anterior será directo y único responsable de las faltas o delitos que cometa por la infracción a estas obligaciones, respondiendo ante las autoridades y en su caso ante los titulares de los derechos de autor de acuerdo a lo que establecen las leyes en la materia, y deberá responder por el pago de daños y perjuicios ocasionados al propietario de la información que fue divulgada, asimismo en caso de que el “TRABAJADOR no cumpliera con las obligaciones pactadas en el párrafo anterior, dicho incumplimiento será causa de rescisión del presente contrato sin responsabilidad para el “PATRÓN” de acuerdo a lo que establece el artículo 47 de la Ley.

DÉCIMA OCTAVA.- El “TRABAJADOR” declara conocer el reglamento interior de trabajo, mismo que acepta en sus términos y se obliga a observar.

DÉCIMA NOVENA.- El ‘PATRÓN” se obliga a proporcionar capacitación y adiestramiento al “TRABAJADOR”, en los términos de la Ley en la materia, y de conformidad con el programa de capacitación y adiestramiento que la empresa establezca para tal efecto.

VIGÉSIMA.- Ambas partes convienen en sujetarse a la Ley Federal del Trabajo para el cumplimiento e interpretación del presente contrato, asimismo establecen que en caso de existir conflicto laboral, conocerá del mismo la autoridad correspondiente en el Estado de _____, renunciando

para tal efecto a la jurisdicción que les pudiere corresponder en razón a sus domicilios presentes o futuros.

Leído que fue por las partes y enteradas de su alcance y contenido legal y no existiendo dolo, coerción o mala fe, firman al margen y al calce aceptando y ratificando lo establecido en el cuerpo del presente, ante la presencia de dos testigos, en el Estado de _____ a _____ de _____ del _____, recibiendo cada una de las partes en este acto copia del mismo.

EL TRABAJADOR

TESTIGO

4.4.8 Reglamento interno de trabajo

Capítulo I

Ámbito de aplicación

1. Están sujetos al presente Reglamento, todas las personas que desempeñen cualquier trabajo subordinado a favor de la proyección del espectáculo de luz y sonido y el recinto.
2. El presente Reglamento es de observancia obligatoria tanto para la empresa como para los trabajadores a su servicio incluyendo, desde luego, a todos los trabajadores que ingresen con posterioridad a la fecha de depósito del mismo.
3. El personal de la empresa está obligado a cumplir también con las disposiciones de orden técnico y administrativo que dicte la misma, las cuales les serán dadas a conocer a través de los medios adecuados para el caso.

Capítulo II

Organización del personal

1. Los trabajadores se clasifican de acuerdo con la duración del contrato en:
 - **Trabajadores permanentes:** aquellos cuya relación de trabajo tiene el carácter de tiempo indeterminado conforme al contrato individual o colectivo de trabajo.
 - **Trabajadores temporales:** aquellos que han sido contratados para la ejecución de trabajos temporales o transitorios, ya sea por *obra* o por *tiempo determinado*, considerándose en este caso los contratos como terminados y sin responsabilidad para la empresa, al modificarse o concluir los objetivos que motivaron su celebración.

Capítulo III

Lugar y tiempo de trabajo

1. Los trabajadores iniciarán y terminarán sus labores en los lugares que la empresa les designe y deberán atender a cualquier otra actividad conexas a su ocupación principal.
2. Al iniciarse la jornada de trabajo, los trabajadores deberán checar su tarjeta de asistencia y de inmediato procederán a instalarse en los lugares de trabajo.

3. En los días y horas que se establezcan para la limpieza del área de trabajo, maquinaria, aparatos e instrumentos de trabajo o por cualquier otra causa, en los que el trabajador no se pueda dedicar a las labores que habitualmente desempeña, la empresa tiene el derecho de utilizar sus servicios y el trabajador el deber de prestarlos, en cualquier otra labor compatible que se le asigne, sin menoscabo de la retribución de su categoría. Al terminar esta circunstancia extraordinaria, el trabajador regresará a su puesto habitual.

Capítulo IV

Jornada de trabajo

1. La jornada de trabajo será de 7 horas tratándose del turno diurno. El horario u horarios que regirán en los distintos departamentos de la empresa será de viernes a domingo de las 16:00 hrs a las 23:00 hrs, con una hora para tomar alimentos
2. Los alimentos serán tomados por los trabajadores en el lugar designado en el recinto o fuera del mismo (opcional), por lo que dicho período queda fuera de la jornada laboral.
3. El horario señalado podrá ser modificado a petición de la empresa y por necesidades de la misma, previo convenio con los trabajadores.
4. Los trabajadores, sin excepción alguna, deberán estar en sus lugares de operación e iniciar sus labores exactamente a la hora señalada en el artículo 10; sin embargo, se contará con una tolerancia de 10, pasados los cuales se considerará como retardo al inicio de labores.
5. Cuando por requerimiento justificado de la empresa sea necesario prolongar la jornada, los trabajadores requeridos continuarán en el desempeño de sus labores, *previa autorización por escrito de la empresa.*
6. Los trabajadores ejecutarán su trabajo con la intensidad, cuidado y esmero apropiados en los términos convenidos.

Capítulo V

Días de descanso y vacaciones

1. La empresa no concederá días de descanso, por el periodo de tiempo de trabajo en el recinto.
2. Son días de descanso obligatorio con goce íntegro de salario, los siguientes:

Fechas obligatorias de descanso	Fechas opcionales de descanso
1° de enero: año nuevo	24 de marzo: jueves santo
5 de febrero: constitución de 1917	25 de marzo: viernes santo
21 de marzo: natalicio de Benito Juárez	5 de mayo: batalla de puebla
1° de mayo: día del trabajo	10 de mayo: día de las madres
16 de septiembre: independencia de México	2 de noviembre: día de muertos
20 de noviembre: revolución Mexicana	
25 de diciembre: navidad	

Cabe hacer mención que los días estipulados obligatorios son días laborables en el recinto por la afluencia turística, por lo tanto los días de descanso serán negociables con el trabajador para evitar cualquier inconformidad con el mismo.

Capítulo VI

Permisos

1. Los trabajadores están obligados a solicitar los permisos para faltar a sus labores, por escrito dirigido a su jefe inmediato.
2. Toda falta no amparada con autorización escrita, se computará como injustificada.
3. El trabajador que necesite retirarse de la empresa durante la jornada de trabajo por enfermedad, razones personales o extraordinarias, deberá solicitar el permiso a su jefe inmediato, quien le entregará la autorización correspondiente por escrito.

Capítulo VII

Lugar y días de pago

1. Los salarios de los trabajadores serán cubiertos en el lugar donde se presten los servicios, y dentro de las horas de trabajo.
2. Si por ausencia del trabajador hubiere necesidad de que otra persona cobre su salario, ésta deberá presentar carta poder otorgada por el trabajador ausente y suscrita por dos testigos.
3. Todos los trabajadores están obligados a firmar los recibos de pago, listas de raya o cualquier documento que exija la empresa como comprobante del pago de los salarios. La negativa del trabajador a otorgar la firma de dichos documentos, relevará a la empresa de entregar los salarios respectivos.
4. Para los efectos del pago de vacaciones, la empresa pagará a los trabajadores los salarios correspondientes al período respectivo, el día anterior al inicio de su disfrute.

Capítulo VIII

Medidas de higiene y seguridad

1. Para verificar el cumplimiento de las obligaciones que en este capítulo se establecen, se constituirá en la empresa una Comisión Mixta Permanente de Higiene y Seguridad, compuesta por igual número de representantes de los trabajadores y de la empresa, y cuyas funciones se desempeñarán dentro de las horas de trabajo sin menoscabo de su sueldo, debiendo reunirse cada último día de cada mes.
2. El personal se abstendrá de realizar todo acto que pueda poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros o las de la negociación.
3. Por ningún motivo, los trabajadores durante los períodos de incapacidades temporales médicas, ni las trabajadoras durante las incapacidades pre y postnatales deberán presentarse en los centros de trabajo, salvo para la entrega de los certificados correspondientes expedidos por el IMSS.
4. Cuando el trabajador sufra un accidente de trabajo, deberá dar aviso inmediato al jefe directo y al jefe de personal, a fin de que se adopten con toda urgencia las medidas pertinentes.

5. En cada uno de los departamentos existirá un botiquín de emergencia con todos los implementos y útiles necesarios para la atención de los trabajadores que, en caso de accidente o enfermedad, requieran de un auxilio inmediato.
 6. Para evitar accidentes de trabajo, los trabajadores deberán observar las siguientes reglas:
 - *Seguirán con todo cuidado y esmero las instrucciones que dicte la empresa respecto a la ejecución de sus trabajos, previsión de riesgos y observancia de medidas de cualquier índole encaminadas a tal efecto.*
 - *Usarán en todo caso el equipo e instrumentos de protección personales que sean necesarios en el desempeño de su trabajo.*
 - *Queda estrictamente prohibido correr o fumar dentro del centro de trabajo.*
- Cuando algún trabajador contraiga alguna enfermedad contagiosa, éste o cualquier otro trabajador de la empresa que tuviere conocimiento del hecho, están obligados a dar de inmediato aviso a su jefe inmediato, a fin de que el trabajador enfermo pueda ser examinado por los médicos del IMSS.

De acuerdo con el dictamen médico, la empresa deberá tomar las medidas que sean necesarias para evitar el contagio de la enfermedad.

Capítulo IX

Medidas disciplinarias

1. Son causas de rescisión del contrato de trabajo, las señaladas en la Ley Federal del Trabajo.
2. Todas las faltas que impliquen incumplimiento de este Reglamento, a la Ley Federal del Trabajo, o al contrato de trabajo, que no ameriten la rescisión del contrato, serán sancionadas por la empresa con suspensión de labores hasta por ocho días.
3. El tiempo no laborado por retardos, se descontará del sueldo del trabajador.
4. Los trabajadores que abandonen injustificadamente su lugar de trabajo con anticipación a la hora de la salida, serán sancionados con una amonestación o hasta con un día de suspensión, sin goce de sueldo, dependiendo de las consecuencias de su abandono en las actividades, la que además podría dar como resultado una causal de rescisión, en caso de causar un grave daño al patrimonio de la empresa.

5. Cualquier otra infracción a las disposiciones del presente reglamento será sancionada con una amonestación o con un día de suspensión de actividades, bajo el descuento salarial correspondiente, según la gravedad de la infracción.

4.4.9 Políticas de la empresa

Con esto se busca cimentar y considerar todas las opciones de trabajo para un adecuado funcionamiento de la Empresa en todas sus áreas; Administrativas y generales principalmente son:

A) De los horarios de trabajo:

- a) Se considera asistencia de 15:45 a 23:00 horas, a partir de 16:01 es considerado retardo, la acumulación de 3 retardos en un mes es considerada falta, más de tres faltas injustificadas, acumuladas en un período de treinta días, amerita la rescisión del contrato.
- b) Todos los permisos para ausentarse del Centro de trabajo deberán ser autorizados por el Director, solicitando el formato autorizado por la Empresa.
- c) La atención al visitante se hará respetando el horario de las citas ya definidas, éstas se registrarán en la agenda oficial de la Empresa, la cual será administrada por la persona correspondiente.
- d) Cada cierre de cada espectáculo se llevará a cabo una reunión de trabajo para identificar errores que se presenten y estos puedan ser mejorados, así como propuestas de mejora de trabajo.

B) Vacaciones:

- a) Los empleados solicitarán por escrito, durante el mes de enero de cada año, el período de vacaciones que desean disfrutar durante el año, con base en los días que le correspondan de acuerdo a la Ley federal del Trabajo y de acuerdo a su fecha de aniversario de ingreso al trabajo.

- b) La solicitud del periodo vacacional debe estar dirigido al Director, indicando tres propuestas de periodos vacacionales, con el objeto de que se pueda establecer un programa tentativo de todo el personal.
- c) El Director autorizará oficialmente los periodos vacacionales para cada trabajador vía memorándum y en duplicado para archivar una copia en el expediente de cada empleado.
- d) Las vacaciones podrán ser gozadas en uno o dos periodos diferentes, cubriendo el número de días de acuerdo a la antigüedad de cada trabajador.
- e) Las vacaciones deberán ser disfrutadas dentro de los 12 meses siguientes al cumplimiento del año de servicios, ya que de lo contrario caducará este beneficio.

C) De los Gastos:

- a) La Empresa tendrá el establecimiento de un Fondo de Caja, que permita hacer frente a las necesidades menores de la Empresa y que no requieran de un trámite especial, para cubrirlos.
- b) Dicho fondo, tendrá el carácter de resolvente y será repuesto semanalmente, previa entrega de la documentación comprobatoria de los gastos efectuados.
- c) El depósito de los reembolsos se efectuará en la cuenta bancaria que determine la Empresa.
- d) Será la función del área administrativa, supervisar y administrar el uso de los recursos de efectivo depositados, cuyo destino será el pago de gastos como, peajes, gastos de representación (solo los previamente autorizados), transporte, servicio de recolección de basura, compra de agua, servicio de correo, etc.
- e) Todos los gastos deben ser autorizados por el Director de la Empresa.
- f) Todo gasto debe ser comprobado con factura oficial. El responsable del gasto debe firmar cada una de los comprobantes.
- g) El área administrativa relacionará semanalmente los gastos efectuados, indicando en dicha documento la fecha, concepto y tipo de gasto. Posteriormente el Director, deberá firmar el Vo. Bo.

D) De los ingresos:

- a) Únicamente el Director tendrá la facultad para conceder descuentos en las cuotas de recuperación aplicadas a los clientes.

- b) El área administrativa extenderá un recibo provisional de ingresos, foliado, al momento de recibir los pagos de los clientes.

E) Del inmueble y mobiliario:

- a) El usuario del inmueble y mobiliario se compromete a entregar los equipos y el mobiliario utilizado, en las mismas condiciones en las que las recibió y no podrán ser retirados de la Empresa sin dar aviso al área administrativa.

F) De las copias de seguridad de información:

- a) Se establecen los días 15 y 30 de cada mes para llevar a cabo el respaldo de información, a cada uno de los equipos de cómputo del área administrativa.
- b) La información que será respaldada debe estar organizada y colocada en carpetas con un nombre que oriente sobre la información contenida en ellas.
- c) El responsable de hacer el respaldo de la información general, notificará vía electrónica con 24 horas de anticipación, la hora en que se deben tener listos los archivos que se respaldarán.
- d) Es responsabilidad del operario mantener actualizada la vacuna antivirus en su equipo de cómputo, para no infectar el respaldo.
- e) Antes de respaldar es necesario analizar el sistema de cómputo por completo con el programa antivirus correspondiente, y eliminar los virus en su totalidad ubicados en el sistema de cómputo.
- f) Se compartirán en red las carpetas con la información a respaldar.
- g) El responsable del respaldo, organizará la información por fechas y por persona respaldada.
- h) El respaldo se hará en Disco Compacto, el cual será grabado en el sistema de cómputo con CD-Writer ubicado en el área administrativa.
- i) El responsable del respaldo, archivará el Disco Compacto ya quemado.

G) De la limpieza y mantenimiento:

- a) Evitar dejar artículos, utensilios de servicio como escobas y cubetas en las áreas comunes o en las oficinas.
- b) No hacer la limpieza o labores de mantenimiento en horas de oficina, a menos que sea estrictamente necesario.

- c) No desperdiciar el material proporcionado.
- d) Revisar constantemente los sanitarios para asegurarse de que estén limpios y que cuentan con todo lo necesario.
- e) Desinfectar completamente los baños, evitando dejar olores molestos para los usuarios.
- f) Mantener todas las lámparas con la iluminación correcta.

H) Reclutamiento y Selección:

- a) El proceso de reclutamiento y selección se hará a través de una entrevista, exámenes psicométricos y de conocimientos, basándose en el perfil de puestos. Dicho proceso lo podrá realizar la Dirección General o la Gerencia de Administración.

I) Políticas:

El cliente es la persona más importante en nuestro negocio.

El cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de él.

El cliente no interrumpe nuestro trabajo, es nuestro propósito.

El cliente nos hace un honor al acudir a nuestro establecimiento.

El cliente es parte de nuestro negocio.

El Cliente NO ES una simple estadística, es de carne y hueso: una persona con sentimientos y emociones como nosotros.

El Cliente ES quien nos muestra sus deseos. Nuestro trabajo es satisfacerlos.

El Cliente NO ES alguien con quien debemos discutir o competir.

El Cliente es merecedor de la mayor cortesía y buen trato que podamos ofrecer.

El Cliente tiene el derecho a exigir un personal impecable y bien presentado

4.4.10 Convenio de pago de salarios

CONVENIO DE PAGO

México, _____ a _____ de _____ del 2_____

Proyección de espectáculos nocturnos de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí

P R E S E N T E

Por medio de la presente solicito y doy expresamente mi autorización y consentimiento, para que mi salario, cualquier otra retribución, o pago de prestación a la que tuviere derecho a partir de esta fecha me sea pagada en cheque o mediante transferencia o depósito bancario a mi tarjeta del banco _____ con número de cuenta _____, lo anterior debido al alto índice de inseguridad y violencia que impera en esta ciudad.

Conviniendo con usted que lo manifestado en este escrito forma parte integrante del contrato individual de trabajo que tenemos celebrado en términos de las cláusulas octava y décima sexta del mismo.

Ratifico la presente con mi firma.

ATEN T A M E N T E

“TRABAJADOR”

Nombre _____

Firma

4.4.11 Carta de confidencialidad

« Nombre del trabajador », en mi carácter de empleado de _____ mi único y exclusivo patrón, calidad mediante la cual obtengo acceso a información privilegiada y confidencial en relación con el manejo de la empresa y sus clientes y proveedores, y me comprometo a lo siguiente:

A guardar en estricto secreto y confidencialidad y a no divulgar a ninguna persona, sociedad o terceros parte o toda la información que aprenda u obtenga durante mi estadía en la empresa, señalando de manera enunciativa más no limitativa procedimientos, manejo de sistemas, información comercial, información administrativa y costos.

A no utilizar información de la empresa o de sus clientes o proveedores para beneficio propio o terceros.

Por ningún motivo sustraer o copiar o permitir que sustraigan o copien cualquier documentación o sistema de la empresa, sus filiales a nivel nacional e internacional, sus clientes y proveedores, ni para fines propios ni de terceros, comprometiéndome a que sea cual sea la causa de terminación de mi relación laboral con la empresa deberé devolver de manera inmediata la información que me ha sido confiada a un funcionario autorizado para tal efecto.

Reconozco y admito que conozco porque se me ha hecho saber las marcas, nombres comerciales, y en general propiedad intelectual de la que la empresa es propietaria.

De manera especial me comprometo a guardar la más estricta y absoluta confidencialidad con relación a toda aquella información, planes, proyectos, contratos, productos, programas, manuales, sistemas, estrategias de mercado, precios, listas de clientes, información financiera, administrativa y comercial, así como toda aquella información que no se me especifique pueda ser revelada a terceros de la empresa, los clientes de la empresa, así como de los proyectos que dichos clientes estén llevando a cabo, lo anterior en virtud de las relaciones

comerciales que existen entre la empresa y sus clientes, ya que en el desempeño de mis labores tengo acceso a información confidencial de los mismos, en caso de no cumplir con las obligaciones pactadas en el presente seré directo y único responsable ante las autoridades de los delitos que cometa por la infracción de estas obligaciones y en su caso ante los titulares de los derechos de acuerdo a lo que establecen las leyes en la materia, y deberé responder por el pago de daños y perjuicios ocasionados al propietario de la información que fue divulgada.

Asimismo me comprometo a guardar estricta confidencialidad de todos y cada uno de los asuntos, documentos y sistemas mencionados en la presente aún cuando los mismos me hubiesen sido revelados de manera anterior a la firma de la presente, me hayan sido dados a conocer fuera del desempeño de mis labores o según mi consideración dicha información sea del dominio público.

Tengo pleno conocimiento y acuerdo que solo podré revelar aquella información que me sea autorizada de manera escrita por un funcionario competente de la empresa propietaria de la información, siendo dicho escrito el único documento que avale la revelación de cualquier información mencionada en la presente.

Reconozco y admito que cualquier violación o amenaza de violación de este acuerdo por parte mía puede ocasionar un daño irreparable a la empresa, así como para sus filiales, por lo tanto la empresa, sus filiales a nivel nacional o internacional, sus clientes y proveedores y/o cualquier sociedad que tenga relación con la empresa y se vea afectada en sus derechos en virtud de mi incumplimiento, tendrá derecho a reclamar el pago de daños y perjuicios en la vía legal correspondiente, así como en su caso a ejercitar en mi contra las acciones legales correspondientes.

Si surgiere cualquier acción legal relativa a este acuerdo la empresa tendrá derecho a recuperar todos los costos y gastos de tribunal, así como honorarios de abogados.

El presente subsistirá por tiempo indefinido aún después del término de mi relación laboral con la empresa sea cual sea la causa de dicha terminación. Asimismo por medio de la presente hago constar y ratifico el conocer aún sin ser perito en la materia los delitos en que se puede incurrir en caso de omisión o violación a los acuerdos establecidos en la presente.

ATENTAMENTE.

« _____ »

(Firma o Huella Digital)

4.5 ESTUDIO FINANCIERO

4.5.1 Inversión inicial

La empresa DAMISHI integra su inversión inicial en activos por un total de \$ 457,012.00 pesos que consta de maquinaria y equipo de cómputo para su funcionamiento, (ver detalle en el punto 4.3.7).

INVERSIÓN INICIAL	
Concepto	Importe
Mobiliario y Equipo	103,200.00
Maquinaria y equipo	341,312.00
Equipo de computo	12,500.00
Total inversión inicial	457,012.00

También requiere, \$61,965.00 de capital de trabajo para el inicio de sus operaciones considerando las cuentas por cobrar, inventarios, así como también las cuentas por pagar.

CAPITAL DE TRABAJO		61,965.00
Cuentas por Cobrar:	Plazo promedio de cobro:	30 Días
Ventas a crédito	Ventas de contado	Total de ventas
25%	75%	100%
Inventarios:	Inventario requerido para el siguiente periodo de las ventas.	0%
Cuentas por Pagar:	Plazo promedio de pago	15 Días
Compras a crédito	Compras de contado	Total de compras
15%	85%	100%

4.5.2 Inversión total

La inversión total que requiere la empresa DAMISHI al inicio de sus actividades es de \$518,977.00 pesos, que está conformada por la inversión inicial fija en activos (maquinaria, mobiliario y equipo) y el capital de trabajo (mano de obra).

ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN	
Monto de la inversión inicial fija	457,012.00
Monto de la inversión en capital de trabajo	61,965.00
Monto de la Inversión inicial total	518,977.00

4.5.3 Pronóstico de ingresos

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

VOLUMEN DE SERVICIOS MENSUAL	
CONCEPTO	CANTIDAD
Espectáculo de Luz y Sonido	1,000

Es decir, se proyectaran dos espectáculos de luz y sonido en el recinto por mes, cada espectáculo con cupo limitado para 500 personas.

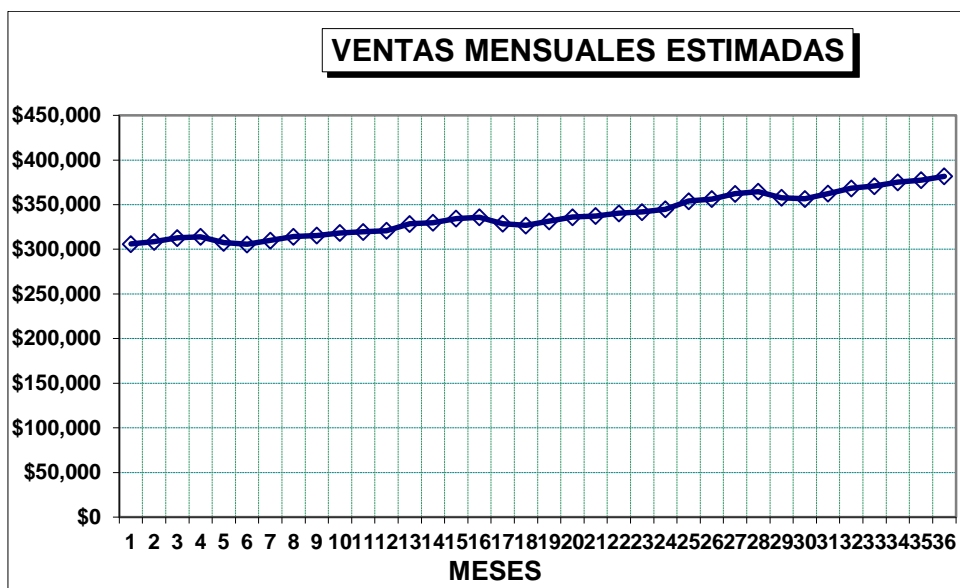
El presente cuadro representa el precio estipulado para presenciar el espectáculo de luz y sonido en el CCO.

PRECIOS DEL SERVICIO	
CONCEPTO	Precio
Espectáculo de Luz y Sonido	306.00

La empresa DAMISHI pronostica que tendrá ingresos al inicio de sus operaciones por \$306,000 y transcurridos 36 meses se estima llegar a \$381,890 pesos considerando un incremento sostenido del 2.46% anualizado.

VENTAS MENSUALES ESTIMADAS					
Meses	Monto	Meses	Monto	Meses	Monto
1	\$306,000	13	\$328,571	25	\$354,039
2	\$308,453	14	\$329,886	26	\$356,340
3	\$312,784	15	\$334,517	27	\$362,243
4	\$314,035	16	\$335,855	28	\$364,597
5	\$307,409	17	\$328,769	29	\$357,793
6	\$305,552	18	\$326,783	30	\$356,517
7	\$309,842	19	\$331,371	31	\$362,423
8	\$314,192	20	\$336,024	32	\$368,427
9	\$315,449	21	\$337,368	33	\$370,821
10	\$318,294	22	\$340,411	34	\$375,098
11	\$319,567	23	\$341,772	35	\$377,536
12	\$320,846	24	\$344,855	36	\$381,890

Las ventas mensuales que estima tener la empresa DAMISHI tienden a ser ascendentes desde el inicio de sus operaciones y hasta el mes 36.



4.5.4 Análisis del costo

A. Mano de obra

- la empresa DAMISHI requiere al inicio de sus operaciones de dos personas en el área de servicios.

MANO DE OBRA ÁREA DE ADMINISTRACIÓN					
PUESTO	No. de puestos	Sueldo	Prest. Social	Sueldo mensual	Total nómina mensual
			35%		
Coordinador de Audio	1	7,000.00	2,450.00	9,450.00	9,450.00
Coordinador de iluminación	1	7,000.00	2,450.00	9,450.00	9,450.00
	2	14,000.00	4,900.00	18,900.00	18,900.00

- Para el área administrativa la empresa DAMISHI requiere al inicio de sus operaciones a dos personas considerado como Administrador del espectáculo de luz y sonido así como auxiliar general.

• MANO DE OBRA ÁREA DE SERVICIOS					
PUESTO	No. de puestos	Sueldo	Retenciones	Sueldo Mensual	Total nómina mensual
			35%		
Administrador	1	9,000.00	3,150.00	12,150.00	12,150.00
Auxiliar general	1	4,000.00	1,400.00	5,400.00	5,400.00
	2	13,000.00	4,550.00	17,550.00	17,550.00

B. Materia prima

El costo de la materia prima es cero, ya que es una empresa de servicios por lo que no requiere de materia prima para elaborar un producto.

4.5.5 Pronóstico de gastos de operación

A. Gastos de operación

Los gastos de producción que tendrá la empresa DAMISHI están descritos en el presente cuadro teniendo un total de \$19,700.00 pesos mensuales.

GASTOS ÁREA DE SERVICIOS	
Luz	6,200.00
Papelería	5,000.00
Accesorios	3,000.00
Combustibles	5,500.00
Sub Total gastos fijos	19,700.00

B. Gastos de administración

Los gastos de administración que tendrá la empresa DAMISHI están descritos en el presente cuadro teniendo un total de \$28,800.00 pesos mensuales.

GASTOS ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	
Sueldos	17,550.00
Papelería	5,000.00
Permisos	300.00
Comunicaciones	300.00
Capacitaciones	250.00
TOTAL	28,800.00

4.5.6 Estados financieros

A. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6

Del 01 enero 2017 al 31 de diciembre 2019

Concepto	año 1	año 2	año 3
Ingresos por servicios	3,752,421	4,016,183	4,387,724
Ingresos por productos	-	-	-
Ventas	3,752,421	4,016,183	4,387,724
Gastos variables			
Gastos fijos	313,436	328,816	344,951
Sueldos y salarios	486,000	486,000	486,000
Gastos Variables	2,316,242	2,362,303	2,420,315
Otros (Gtos de Venta, etc.)	-	-	-
Depreciación y Amortización	48,201	48,201	48,201
Total costos y gastos	3,163,879	3,225,321	3,299,467
Utilidad (perdida) de Operación	588,542	790,862	1,088,257
Gastos financieros corto plazo	-	-	-
Gastos financieros largo plazo	36,004	12,650	-
Utilidad antes de impuestos	552,538	778,212	1,088,257
ISR 35%	193,388	272,374	380,890
PTU 10%	55,254	77,821	108,826
Utilidad (pérdida neta)	303,896	428,017	598,541

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

B. Balance General

BALANCE GENERAL
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente "
RFC: DEAO920618JN6
Del 01 enero 2017 al 31 de diciembre 2019

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO			
Activo circulante			
Caja y bancos	153,762	429,718	1,067,567
Clientes	80,211	86,214	95,473
Inventarios.	0	0	0
Total activo circulante	233,973	515,931	1,163,039
Activo Fijo			
Instalación (Infraestructura)	0	0	0
Edificio	0	0	0
Dep.Acum, Edificio	0	0	0
Equipo de transporte	0	0	0
Dep.Acum. de equipo de transporte	0	0	0
Mobiliario y equipo	103,200	103,200	103,200
Dep.Acum. de mobiliario y equipo	-10,320	-20,640	-30,960
Maquinaria y equipo	341,312	341,312	341,312
Dep.Acum. de maquinaria y equipo	-34,131	-68,262	-102,394
Equipo de computo	12,500	12,500	12,500
Dep.Acum. de equipo de computo	-3,750	-7,500	-11,250
Otros activos	0	0	0
Dep.Acum. otros activos	0	0	0
Total activo fijo	408,811	360,610	312,408
Activo total	642,784	876,541	1,475,448
Pasivo Circulante			
Proveedores	14,527	14,884	15,250
Créditos bancarios	0	0	0
Total pasivo circulante	14,527	14,884	15,250
Pasivo largo plazo	194,616	0	0
Pasivo total	209,144	14,884	15,250
Capital Contable			
Capital social	129,744	129,744	129,744
Resultados de ejercicios anteriores	274,292	691,369	1,272,889
Resultado del ejercicio	29,604	40,543	57,565
Total Capital Contable	433,640	861,657	1,460,198
Pasivo + Capital	642,784	876,541	1,475,448

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

C. Estado Flujo de Efectivo

ESTADO FLUJO DE EFECTIVO
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6

Del 01 enero 2017 al 31 de diciembre 2019

CONCEPTO	año 1	año 2	año 3
Utilidad neta	303,896	428,017	598,541
+ depreciación y amortización	48,201	48,201	48,201
Generación bruta de efectivo	352,097	476,218	646,743
<u>Usos Operativos</u>			
Financiamiento a cuentas por cobrar	80,211	- 6,002	- 9,259
Financiamiento a inventarios	-	-	-
Total usos operativos	- 80,211	- 6,002	- 9,259
<u>Fuentes Operativas</u>			
Financiamiento (amort.) proveedores	14,527	357	366
Total fuentes operativas	14,527	357	366
Generación Neta Operativa	286,413	470,572	637,849
<u>Fuentes de Instituciones de Crédito</u>			
Recursos por financiamiento corto plazo	-	-	-
Recursos por financiamiento largo plazo	389,233	-	-
Amortización de créditos bancarios corto plazo	-	-	-
Amortización de créditos bancarios largo plazo	194,616	- 194,616	-
Financiamiento neto con costo	194,616	- 194,616	-
<u>Usos no operativos</u>			
Venta (inversión) en activos fijos	457,012	- 0	- 0
Venta (inversión) en activos diferidos	-	-	-
Pago de dividendos	-	-	-
Total de usos no operativos	- 457,012	- 0	- 0
<u>Fuentes no operativas</u>			
Aportaciones (retiros) de capital	129,744	-	-
Total fuentes no operativas	129,744	-	-
Generación de flujo no operativa	- 132,651	- 194,616	- 0
Generación Neta de Flujo de Efectivo	153,762	275,956	637,849
Caja inicial	-	153,762	429,718
Caja final	153,762	429,718	1,067,567

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

4.5.7 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.
- Análisis de las razones financieras de rentabilidad.

4.5.8 Análisis de las razones financieras de liquidez

A. Capital de trabajo neto

$$\text{CNT} = \text{ACTIVO} - \text{PASIVO}$$

CNT

$$= 642,783.81 - 209,143.68 = 433,640$$

El resultado nos muestra el capital de trabajo neto, es decir el excedente del activo sobre el pasivo por \$433,640 con lo cual se puede decir que la empresa DAMISHI tiene capacidad de cubrir sus pasivos (deudas) a corto plazo.

B. Índice de solvencia

$$\text{IS} = \frac{\text{ACTIVO}}{\text{PASIVO}}$$

$$\text{IS} = \frac{642,784}{209,144}$$

$$\text{IS} = 3.07$$

La empresa tiene en promedio una solvencia (capacidad de cumplir con sus obligaciones) de \$3.07 es decir, que por cada peso que la empresa DAMISHI debe a corto plazo, esta tiene \$3.07 pesos en activos para ser frente al pago.

C. Prueba del ácido

$$\text{RAZÓN ÁCIDA} = \frac{\text{ACTIVO} - (\text{INVENTARIO})}{\text{PASIVO}}$$

$$\text{RAZÓN ÁCIDA} = \frac{642,783.81 - -}{209,143.68}$$

$$\text{RAZÓN ÁCIDA} = \frac{642,783.81}{209,143.68}$$

$$\text{RAZÓN ÁCIDA} = 3.07$$

Significa que por cada peso de pasivo a corto plazo, la empresa tiene \$3.07 centavos de activo circulante, sin considerar inventarios para hacerle frente.

4.5.9 Análisis de las razones financieras de administración de activos

A. Rotación de inventario

$$RI = \frac{\text{COSTO DE VENTAS}}{\text{INVENTARIO}}$$

$$RI = \frac{3,163,878.88}{-}$$

$$RI = -$$

En promedio la empresa DAMISHI ha reemplazado sus mercancías cero veces en un año, ya que no maneja inventarios de productos por ser una empresa de servicios.

B. -Días promedio de cobro

$$RCxC = \frac{\text{CUENTAS POR COBRAR}}{\text{VENTAS NETAS A CREDITO}} * 365$$

$$RCxC = \frac{80,211.38}{3,752,420.87} * 365$$

$$RCxC = 0.02 * 365$$

$$RCxC = 8$$

La empresa en promedio cobra a sus clientes en 8 días promedio. Resultado obtenido de la división de cuentas por cobrar y ventas netas a crédito, multiplicando el resultado por los 365 días del año.

4.5.10 Análisis de las razones financieras de apalancamiento financiero o de endeudamiento.

A. Razón de endeudamiento

$$\text{RAZÓN DE LA DEUDA} = \frac{\text{DEUDA TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

$$\text{RAZÓN DE LA DEUDA} = \frac{518,977.00}{642,783.81}$$

$$\text{RAZÓN DE LA DEUDA} = 80.74\%$$

La empresa DAMISHI muestra que en promedio el 80.74% de los activos han sido financiados con recursos de terceros (otras personas u organizaciones).

4.5.11 Análisis de las razones financieras de rentabilidad

A. Razón de margen de utilidad bruta

$$\begin{aligned} \text{RMUB} &= \frac{\text{VENTAS} - \text{COSTOS DE VENTAS}}{\text{VENTAS}} \\ \text{RMUB} &= \frac{3,752,420.87 - 3,163,878.88}{3,752,420.87} \\ \text{RMUB} &= \frac{588,541.99}{3,752,420.87} \\ \text{RMUB} &= 16\% \end{aligned}$$

La empresa DAMISHI muestra que en promedio por cada peso de ventas, genera 16% de utilidad.

B. Razón de rendimiento sobre activos totales (ROA)

$$\begin{aligned} \text{ROA} &= \frac{\text{UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS}}{\text{TOTAL DE ACTIVOS}} \\ \text{ROA} &= \frac{303,895.88}{642,783.81} \\ \text{ROA} &= 0.47 \end{aligned}$$

La empresa DAMISHI muestra que por cada peso invertido en activos la empresa genera \$.47 centavos de utilidad en operación.

C. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
PE=	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos Variables}}$
PE=	$\frac{847,637.15}{3,752,420.87 - 2,316,241.73}$
PE=	$\frac{847,637.15}{1,436,179.14}$
PE=	<u><u>0.59</u></u>

Lo anterior representa que se tiene que llegar al 59% en la prestación de servicios para alcanzar el punto de equilibrio entre los ingresos y los gastos.

En términos monetarios se tiene que:

PE=		Costos Fijos			
	1 -	Costos Variables			
PE=		847,637.15			
	1	2,316,241.73			
		3,752,420.87			
		847,637.15			
PE=		0.382734025			
PE=		2,214,689.82			

Por lo que se tiene que vender la cantidad de \$2,214,689.82 para alcanzar el punto de equilibrio entre los ingresos y los gastos.

D. Periodo de recuperación de la inversión

	0	1	2	3
	303,895.88	428,016.71	598,541.46	
saldo	303,895.88	731,912.60	1,330,454.05	

La gráfica del periodo de recuperación de la deuda representa que se estará recuperando la inversión de \$ -518,977 en el transcurso del segundo año de funcionamiento.

Cabe mencionar que los números rojos significan el total de la inversión del proyecto y están en negativo, ya que el proyecto es financiado por terceros lo cual se convierte en deuda y esta es recuperada a partir del segundo año, generando una ganancia de \$212, 935.6.

E. Valor presente neto (VAN)

Valor Presente Neto (VPN)

Periodo	Costo de Capital		11.84%
Año	FNE	F. de Desc.	FEN Desc.
0	- 518,977	1.00	- 518,977
1	153,762	0.89	137,478
2	275,956	0.80	220,601
3	637,849	0.71	455,902

VAN	
(ganancia/utilidades)	295,004

El presente análisis representa que al término de tres periodos (3 ejercicios contables) la empresa vale \$295,004 pesos en relación a la inversión inicial de \$ -518,977 pesos, siempre y cuando se cumpla con la venta de 1000 tickets al mes para presenciar el espectáculo de luz y sonido.

F. Tasa interna de rendimiento (TIR)
Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

AÑO	FNE	TASA (VPN POSITIVO)	
		FACTOR	VPN
		0.27	27%
0	- 518,977	1.00	- 518,977
1	153,762	0.79	121,072
2	275,956	0.62	171,093
3	637,849	0.49	311,392
TIR		36%	

Lucas Pacioli, en su libro contabilidad básica menciona que la tasa interna de rendimiento es factible siempre y cuando se obtenga un porcentaje mayor al 25%.

En el presente análisis se toma el 27% como base, el cual nos indica que la empresa tiene el 36% de tasa de rendimiento, que es mayor al 27% que se tiene al inicio de la implantación del negocio. Esto quiere decir que la proyección de un espectáculo de luz y sonido en el CCO es factible.

4.6. Resumen ejecutivo

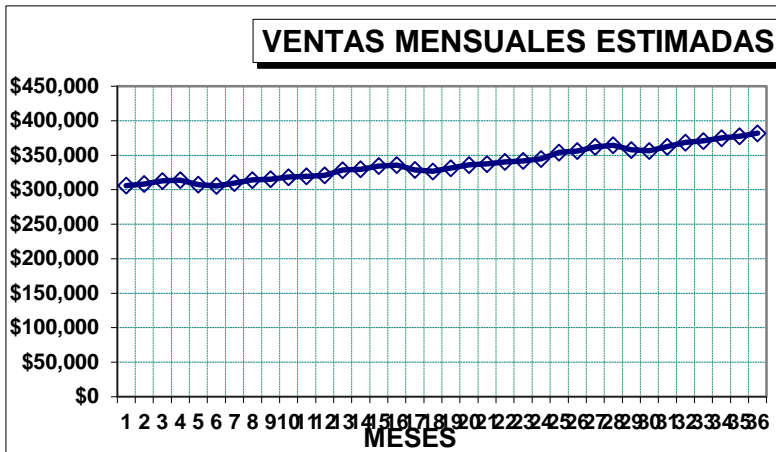
La empresa Damishi ofrece el servicio para presenciar la proyección de un espectáculo de luz y sonido en la plaza Sagitario dentro de las instalaciones del Centro Ceremonial Otomí, nombrado “Cultura y Tradición Otomí Viviente”.

El proyecto consiste en la iluminación de los basamentos arquitectónicos e históricos que conforman la plaza Sagitario con videomappings, mientras se reproduce una narración del significado de los elementos que conforman el recinto, de la misma manera se habla sobre las tradiciones y costumbres otomíes.

El desarrollo de este proyecto renovará la oferta turística del CCO y del municipio de Temoaya, provocando un desarrollo turístico –económico e impulsando una cultura turística entre emisores y receptores de este sector, asimismo será una fuente de empleos directos e indirectos que se dediquen al fomento cultural, artesanal de la etnia Otomí.

El segmento de mercado al que se dirigen los servicios que ofertará Damishi es hacia el turismo cultural, familias que viajan por motivo de ocio y recreación, turismo deportivo, con una edad promedio de 20- 65 años de edad, interesados en presenciar un espectáculo de luz y sonido que difunda las características culturales e históricas de la etnia otomí. Se estima una demanda de 500 asistentes por proyección del espectáculo, tomando en cuenta dos eventos programados por mes.

Se estima la siguiente proyección de ventas para el primer año, estableciendo un precio del servicio para presenciar el espectáculo de luz y sonido de \$306.00 (trescientos seis pesos mn/00).



Los ingresos mensuales pronosticados en los primeros 3 tres años, son los siguientes:

VENTAS MENSUALES ESTIMADAS					
Meses	Monto	Meses	Monto	Meses	Monto
1	\$306,000	13	\$328,571	25	\$354,039
2	\$308,453	14	\$329,886	26	\$356,340
3	\$312,784	15	\$334,517	27	\$362,243
4	\$314,035	16	\$335,855	28	\$364,597
5	\$307,409	17	\$328,769	29	\$357,793
6	\$305,552	18	\$326,783	30	\$356,517
7	\$309,842	19	\$331,371	31	\$362,423
8	\$314,192	20	\$336,024	32	\$368,427
9	\$315,449	21	\$337,368	33	\$370,821
10	\$318,294	22	\$340,411	34	\$375,098
11	\$319,567	23	\$341,772	35	\$377,536
12	\$320,846	24	\$344,855	36	\$381,890

Nuestra estrategia de mercadotecnia será a través de Cepanaf, tomando en cuenta, que es el organismo encargado de la administración, promoción, difusión, resguardo, etc. del Centro Ceremonial Otomí así como Secretaria de Turismo y Secretaria de Comunicación del Estado.

Para impulsar el desarrollo de este proyecto. La empresa Damishi requiere de una inversión inicial total de 518,977.00 tomando en cuenta la inversión en capital de trabajo e inversión inicial fija como mobiliario, maquinaria y equipo etc.

ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN	
Monto de la inversión inicial fija	457,012.00
Monto de la inversión en capital de trabajo	61,965.00
Monto de la Inversión inicial total	518,977.00

Actualmente el proyecto se encuentra de manera escrita, ya que se pretende presentar ante la dependencia de gobierno encargada de la administración del CCO (Cepanaf) y gestionar la participación de inversionistas.

CONCLUSIONES

A causa del planteamiento del problema de esta investigación surgieron dos preguntas, una hipótesis y un objetivo general que a continuación se explica, en base al resultado de esta investigación.

Primero, la pregunta de investigación ¿Afectará la instalación estructural y de contenidos temáticos de un espectáculo de luz y sonido al Centro Ceremonial Otomí? Es analizada en el estudio técnico que se elaboró, en el cual se concluye mediante un estudio sobre capacidad de carga, diseño de las instalaciones y programación del servicio, que no afectara la instalación del equipo necesario para la proyección del espectáculo, porque el mobiliario y equipo de audio e iluminación necesario para la proyección, será montable y desmontable, evitando de esta manera el deterioro de las instalaciones del recinto.

Segundo, el estudio de mercado realizado responde a la pregunta ¿La instalación estructural y de contenidos temáticos de un espectáculo de luz y sonido en el Centro Ceremonial Otomí, contribuirán al fortalecimiento y desarrollo turístico del lugar? del cual, se obtiene una respuesta favorable al detectar en la encuesta aplicada a visitantes del recinto, los siguientes datos:

- El segmento de mercado, sería un turismo cultural interesado en aprender más sobre la etnia Otomí, abarcando también al turismo deportivo visitante al recinto.
- Se generarían empleos directos e indirectos por la proyección de este espectáculo.

Por otra parte, se realizó un estudio financiero en donde se arrojaron cifras favorables con la implementación de este espectáculo, teniendo utilidades desde el primer año de funcionamiento, tomando en cuenta, las ventas estipuladas en el estudio financiero para presenciar esta proyección.

Asimismo, la administración para el espectáculo de luz y sonido será parte fundamental para el desarrollo turístico del CCO, integrándose al equipo de trabajo CCO y Capanaf, logrando de esta manera un fomento turístico, así como

el desarrollo de nuevos empleos directos e indirectos, favorables para la comunidad otomí.

Anudado de esto, con el objetivo general, al determinar la viabilidad del plan de esta investigación con previas explicaciones siendo benéfico para el recinto CCO, así como la comunidad Otomí, y los involucrados en el proyecto.

De la misma manera, se detectó en el estudio de investigación que el recinto CCO, no pertenece al listado de zonas arqueológicas y centros ceremoniales de resguardo por el INAH, por lo cual no es necesario establecer las mismas reglas aplicadas en zonas arqueológicas para la proyección de un espectáculo de luz y sonido, sin embargo puede servir de apoyo para la implantación del proyecto de estudio.

Por lo tanto, para poder realizar este proyecto de investigación, es necesario trabajar en conjunto con Capanaf, quien es el organismo encargado del cuidado y resguardo del CCO.

ANEXOS

ESTADO DE RESULTADOS
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6
Del 01 enero 2017 al 31 de diciembre 2017

Concepto	(AÑO 1)											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por servicios	306,000	308,453	312,784	314,035	307,409	305,552	309,842	314,192	315,449	318,294	319,567	320,846
Ingresos por productos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ventas	306,000	308,453	312,784	314,035	307,409	305,552	309,842	314,192	315,449	318,294	319,567	320,846
%Gastos variables												
Gastos fijos	25,550	25,652	25,755	25,858	25,961	26,065	26,169	26,274	26,379	26,485	26,591	26,697
Sueldos y salarios	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500
Gastos Variables	193,800	193,800	195,738	195,738	190,845	188,936	190,825	192,734	192,734	193,697	193,697	193,697
Otros (Gtos de Venta, etc.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación y Amortización	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017
Total costos y gastos	263,867	263,969	266,010	266,113	261,323	259,518	261,512	263,525	263,630	264,699	264,805	264,911
Utilidad (pérdida) de Operación	42,133	44,484	46,774	47,922	46,086	46,034	48,330	50,667	51,819	53,595	54,762	55,934
Gastos financieros corto plazo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos financieros largo plazo	3,892	3,730	3,568	3,406	3,244	3,081	2,919	2,757	2,595	2,433	2,271	2,108
Utilidad antes de impuestos	38,241	40,754	43,206	44,516	42,842	42,952	45,411	47,910	49,224	51,163	52,492	53,826
ISR	13,384	14,264	15,122	15,581	14,995	15,033	15,894	16,769	17,228	17,907	18,372	18,839
PTU	3,824	4,075	4,321	4,452	4,284	4,295	4,541	4,791	4,922	5,116	5,249	5,383
Utilidad (pérdida neta)	21,032	22,415	23,763	24,484	23,563	23,624	24,976	26,351	27,073	28,139	28,871	29,604

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

ESTADO DE RESULTADOS
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6
Del 01 enero 2017 al 31 de diciembre 2017

	(AÑO 2)											
Concepto	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Ingresos por servicios	328,571	329,886	334,517	335,855	328,769	326,783	331,371	336,024	337,368	340,411	341,772	344,855
Ingresos por productos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ventas	328,571	329,886	334,517	335,855	328,769	326,783	331,371	336,024	337,368	340,411	341,772	344,855
%Gastos variables												
Gastos fijos	26,804	26,911	27,019	27,127	27,235	27,344	27,454	27,563	27,674	27,784	27,895	28,007
Sueldos y salarios	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500
Gastos Variables	197,571	197,571	199,547	199,547	194,558	192,613	194,539	196,484	196,484	197,467	197,467	198,454
Otros (Gtos de Venta, etc.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación y Amortización	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017
Total costos y gastos	268,892	268,999	271,082	271,190	266,310	264,474	266,509	268,564	268,675	269,768	269,879	270,978
Utilidad (pérdida) de Operación	59,680	60,887	63,435	64,665	62,459	62,309	64,862	67,459	68,693	70,643	71,893	73,877
Gastos financieros corto plazo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos financieros largo plazo	1,946	1,784	1,622	1,460	1,297	1,135	973	811	649	487	324	162
Utilidad antes de impuestos	57,733	59,103	61,813	63,205	61,161	61,174	63,889	66,648	68,044	70,156	71,569	73,715
ISR	20,207	20,686	21,635	22,122	21,406	21,411	22,361	23,327	23,816	24,555	25,049	25,800
PTU	5,773	5,910	6,181	6,321	6,116	6,117	6,389	6,665	6,804	7,016	7,157	7,372
Utilidad (pérdida neta)	31,753	32,506	33,997	34,763	33,639	33,646	35,139	36,657	37,424	38,586	39,363	40,543

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

ESTADO DE RESULTADOS
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6
Del 01 enero 2019 al 31 de diciembre 2019

Concepto	(AÑO 3)											
	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Ingresos por servicios	354,039	356,340	362,243	364,597	357,793	356,517	362,423	368,427	370,821	375,098	377,536	381,890
Ingresos por productos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ventas	354,039	356,340	362,243	364,597	357,793	356,517	362,423	368,427	370,821	375,098	377,536	381,890
%Gastos variables												
Gastos fijos	28,119	28,231	28,344	28,458	28,572	28,686	28,801	28,916	29,032	29,148	29,264	29,381
Sueldos y salarios	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500	40,500
Gastos Variables	202,423	202,423	204,447	204,447	199,336	197,343	199,316	201,309	201,309	202,316	202,316	203,328
Otros (Gtos de Venta, etc.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación y Amortización	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017	4,017
Total costos y gastos	275,059	275,171	277,309	277,422	272,425	270,546	272,634	274,742	274,858	275,980	276,097	277,226
Utilidad (pérdida) de Operación	78,980	81,169	84,934	87,175	85,368	85,972	89,789	93,685	95,964	99,118	101,439	104,664
Gastos financieros corto plazo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos financieros largo plazo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos	78,980	81,169	84,934	87,175	85,368	85,972	89,789	93,685	95,964	99,118	101,439	104,664
ISR	27,643	28,409	29,727	30,511	29,879	30,090	31,426	32,790	33,587	34,691	35,504	36,633
PTU	7,898	8,117	8,493	8,718	8,537	8,597	8,979	9,368	9,596	9,912	10,144	10,466
Utilidad (pérdida neta)	43,439	44,643	46,714	47,946	46,953	47,285	49,384	51,527	52,780	54,515	55,792	57,565

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

BALANCE GENERAL
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6
Del 01 enero 2017 al 31 de diciembre 2017
(AÑO 1)

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Activo circulante												
Caja y bancos	8,831	18,431	29,056	41,026	53,678	65,421	77,265	90,470	105,028	120,327	136,678	153,762
Clientes	76,500	77,113	78,196	78,509	76,852	76,388	77,460	78,548	78,862	79,574	79,892	80,211
Inventarios.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total activo circulante	85,331	95,545	107,252	119,535	130,530	141,809	154,726	169,018	183,890	199,901	216,570	233,973
Activo Fijo												
Mobiliario y equipo	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200
Dep.Acum. de mobiliario y equipo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Maquinaria y equipo	860	1,720	2,580	3,440	4,300	5,160	6,020	6,880	7,740	8,600	9,460	10,320
Dep.Acum. de maquinaria y equipo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de computo	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500
Dep.Acum. de equipo de computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros activos	313	625	938	1,250	1,563	1,875	2,188	2,500	2,813	3,125	3,438	3,750
Dep.Acum. otros activos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación acumulada:	4,017	8,034	12,050	16,067	20,084	24,101	28,117	32,134	36,151	40,168	44,184	48,201
Total activo fijo	452,995	448,978	444,962	440,945	436,928	432,911	428,895	424,878	420,861	416,844	412,828	408,811
Activo total	538,326	544,523	552,214	560,480	567,458	574,721	583,620	593,896	604,751	616,745	629,398	642,784
Pasivo Circulante												
Proveedores	14,535	14,535	14,680	14,680	14,313	14,170	14,312	14,455	14,455	14,527	14,527	14,527
Créditos bancarios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total pasivo circulante	14,535	14,535	14,680	14,680	14,313	14,170	14,312	14,455	14,455	14,527	14,527	14,527
Pasivo largo plazo	373,015	356,797	340,579	324,361	308,143	291,925	275,707	259,489	243,270	227,052	210,834	194,616
Pasivo total	387,550	371,332	355,259	339,041	322,456	306,095	290,018	273,944	257,725	241,580	225,362	209,144
Capital Contable												
Capital social	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744
Resultados de ejercicios anteriores	-	21,032	43,447	67,210	91,694	115,258	138,882	163,858	190,208	217,282	245,421	274,292
Resultado del ejercicio	21,032	22,415	23,763	24,484	23,563	23,624	24,976	26,351	27,073	28,139	28,871	29,604
Total Capital Contable	150,777	173,191	196,955	221,439	245,002	268,626	293,602	319,952	347,026	375,165	404,036	433,640
Pasivo + Capital	538,326	544,523	552,214	560,480	567,458	574,721	583,620	593,896	604,751	616,745	629,398	642,784

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

BALANCE GENERAL
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6
Del 01 enero 2018 al 31 de diciembre 2018
(AÑO 2)

	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Activo circulante												
Caja y bancos	171,673	191,649	212,436	234,663	257,498	279,293	301,228	324,666	349,553	375,251	402,072	429,718
Clientes	82,143	82,471	83,629	83,964	82,192	81,696	82,843	84,006	84,342	85,103	85,443	86,214
Inventarios.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total activo circulante	253,816	274,121	296,065	318,627	339,690	360,989	384,071	408,672	433,895	460,353	487,515	515,931
Activo Fijo												
Mobiliario y equipo	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200
Dep.Acum. de mobiliario y equipo	- 11,180	12,040	12,900	13,760	14,620	15,480	16,340	17,200	18,060	18,920	19,780	20,640
Maquinaria y equipo	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312
Dep.Acum. de maquinaria y equipo	- 36,975	39,820	42,664	45,508	48,353	51,197	54,041	56,885	59,730	62,574	65,418	68,262
Equipo de computo	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500
Dep.Acum. de equipo de computo	- 4,063	4,375	4,688	5,000	5,313	5,625	5,938	6,250	6,563	6,875	7,188	7,500
Otros activos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dep.Acum. otros activos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación acumulada:	- 52,218	56,235	60,252	64,268	68,285	72,302	76,319	80,335	84,352	88,369	92,386	96,402
Total activo fijo	404,794	400,777	396,761	392,744	388,727	384,710	380,693	376,677	372,660	368,643	364,626	360,610
Activo total	658,610	674,898	692,826	711,370	728,417	745,699	764,764	785,348	806,555	828,997	852,142	876,541
Pasivo Circulante												
Proveedores	14,818	14,818	14,966	14,966	14,592	14,446	14,590	14,736	14,736	14,810	14,810	14,884
Créditos bancarios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total pasivo circulante	14,818	14,818	14,966	14,966	14,592	14,446	14,590	14,736	14,736	14,810	14,810	14,884
Pasivo largo plazo	178,398	162,180	145,962	129,744	113,526	97,308	81,090	64,872	48,654	32,436	16,218	-
Pasivo total	193,216	176,998	160,928	144,710	128,118	111,754	95,681	79,608	63,390	47,246	31,028	14,884
Capital Contable												
Capital social	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744
Resultados de ejercicios anteriores	303,896	335,649	368,156	402,153	436,916	470,555	504,200	539,339	575,996	613,420	652,006	691,369
Resultado del ejercicio	31,753	32,506	33,997	34,763	33,639	33,646	35,139	36,657	37,424	38,586	39,363	40,543
Total Capital Contable	465,394	497,900	531,897	566,660	600,299	633,945	669,083	705,740	743,164	781,750	821,113	861,657
Pasivo + Capital	658,610	674,898	692,826	711,370	728,417	745,699	764,764	785,348	806,555	828,997	852,142	876,541

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

BALANCE GENERAL
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6
Del 01 enero 2019 al 31 de diciembre 2019
(AÑO 3)

	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Activo circulante												
Caja y bancos	475,175	523,259	572,666	624,040	676,327	727,798	779,871	834,063	890,261	947,799	1,006,997	1,067,567
Clientes	88,510	89,085	90,561	91,149	89,448	89,129	90,606	92,107	92,705	93,774	94,384	95,473
Inventarios.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total activo circulante	563,685	612,344	663,226	715,190	765,776	816,928	870,477	926,169	982,966	1,041,573	1,101,381	1,163,039
Activo Fijo												
Mobiliario y equipo	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200	103,200
Dep.Acum. de mobiliario y equipo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Maquinaria y equipo	21,500	22,360	23,220	24,080	24,940	25,800	26,660	27,520	28,380	29,240	30,100	30,960
Dep.Acum. de maquinaria y equipo	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312	341,312
Dep.Acum. de maquinaria y equipo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de computo	71,107	73,951	76,795	79,639	82,484	85,328	88,172	91,017	93,861	96,705	99,549	102,394
Dep.Acum. de equipo de computo	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500
Dep.Acum. de equipo de computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros activos	7,813	8,125	8,438	8,750	9,063	9,375	9,688	10,000	10,313	10,625	10,938	11,250
Dep.Acum. otros activos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación acumulada:	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total activo fijo	100,419	104,436	108,453	112,469	116,486	120,503	124,520	128,537	132,553	136,570	140,587	144,604
Activo total	920,277	964,920	1,011,786	1,059,732	1,106,301	1,153,437	1,202,969	1,254,645	1,307,425	1,362,015	1,417,807	1,475,448
Pasivo Circulante												
Proveedores	15,182	15,182	15,334	15,334	14,950	14,801	14,949	15,098	15,098	15,174	15,174	15,250
Créditos bancarios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total pasivo circulante	15,182	15,182	15,334	15,334	14,950	14,801	14,949	15,098	15,098	15,174	15,174	15,250
Pasivo largo plazo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pasivo total	15,182	15,182	15,334	15,334	14,950	14,801	14,949	15,098	15,098	15,174	15,174	15,250
Capital Contable												
Capital social	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744	129,744
Resultados de ejercicios anteriores	731,913	775,351	819,994	866,708	914,654	961,607	1,008,892	1,058,276	1,109,802	1,162,582	1,217,097	1,272,889
Resultado del ejercicio	43,439	44,643	46,714	47,946	46,953	47,285	49,384	51,527	52,780	54,515	55,792	57,565
Total Capital Contable	905,096	949,738	996,452	1,044,399	1,091,351	1,138,636	1,188,020	1,239,547	1,292,327	1,346,841	1,402,633	1,460,198
Pasivo + Capital	920,277	964,920	1,011,786	1,059,732	1,106,301	1,153,437	1,202,969	1,254,645	1,307,425	1,362,015	1,417,807	1,475,448

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

FLUJO DE EFECTIVO
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6
Del 01 enero 2017 al 31 de diciembre 2017

(AÑO 1)

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Utilidad neta	21,032	22,415	23,763	24,484	23,563	23,624	24,976	26,351	27,073	28,139	28,871	29,604
+ depreciación y amortización	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017
Generación bruta de efectivo	25,049	26,431	27,780	28,501	27,580	27,641	28,993	30,367	31,090	32,156	32,887	33,621
<u>Usos Operativos</u>												
Financiamiento a cuentas por cobrar	-76,500	-613	-1,083	-313	1,657	464	-1,072	-1,088	-314	-711	-318	-320
Financiamiento a inventarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total usos operativos	-76,500	-613	-1,083	-313	1,657	464	-1,072	-1,088	-314	-711	-318	-320
<u>Fuentes Operativas</u>												
Financiamiento (amort.) proveedores	14,535	0	145	0	-367	-143	142	143	0	72	0	0
Total fuentes operativas	14,535	0	145	0	-367	-143	142	143	0	72	0	0
Generación Neta Operativa	-36,916	25,818	26,843	28,188	28,870	27,962	28,062	29,423	30,776	31,517	32,569	33,302
<u>Fuentes de Instituciones de Crédito</u>												
Recursos por financiamiento corto plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recursos por financiamiento largo plazo	389,233	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización de créditos bancarios corto plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización de créditos bancarios largo plazo	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218
Financiamiento neto con costo	373,015	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218
<u>Usos no operativos</u>												
Venta (inversión) en activos fijos	-457,012	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Venta (inversión) en activos diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago de dividendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de usos no operativos	-457,012	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<u>Fuentes no operativas</u>												
Aportaciones (retiros) de capital	129,744	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total fuentes no operativas	129,744	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Generación de flujo no operativa	45,747	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218
Generación Neta de Flujo de Efectivo	8,831	9,600	10,625	11,970	12,652	11,744	11,844	13,205	14,558	15,299	16,351	17,084
Caja inicial	0	8,831	18,431	29,056	41,026	53,678	65,421	77,265	90,470	105,028	120,327	136,678
Caja final	8,831	18,431	29,056	41,026	53,678	65,421	77,265	90,470	105,028	120,327	136,678	153,762

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

FLUJO DE EFECTIVO
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6
Del 01 enero 2018 al 31 de diciembre 2018
(AÑO 2)

	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Utilidad neta	31,753	32,506	33,997	34,763	33,639	33,646	35,139	36,657	37,424	38,586	39,363	40,543
+ depreciación y amortización	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017
Generación bruta de efectivo	35,770	36,523	38,014	38,780	37,655	37,663	39,156	40,673	41,441	42,603	43,380	44,560
<u>Usos Operativos</u>												
Financiamiento a cuentas por cobrar	-1,931	-329	-1,158	-335	1,772	496	-1,147	-1,163	-336	-761	-340	-771
Financiamiento a inventarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total usos operativos	-1,931	-329	-1,158	-335	1,772	496	-1,147	-1,163	-336	-761	-340	-771
<u>Fuentes Operativas</u>												
Financiamiento (amort.) proveedores	291	0	148	0	-374	-146	144	146	0	74	0	74
Total fuentes operativas	291	0	148	0	-374	-146	144	146	0	74	0	74
Generación Neta Operativa	34,129	36,195	37,004	38,445	39,053	38,013	38,153	39,656	41,105	41,916	43,039	43,863
<u>Fuentes de Instituciones de Crédito</u>												
Recursos por financiamiento corto plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recursos por financiamiento largo plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización de créditos bancarios corto plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización de créditos bancarios largo plazo	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218
Financiamiento neto con costo	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218
<u>Usos no operativos</u>												
Venta (inversión) en activos fijos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Venta (inversión) en activos diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago de dividendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de usos no operativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<u>Fuentes no operativas</u>												
Aportaciones (retiros) de capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total fuentes no operativas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Generación de flujo no operativa	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218	-16,218
Generación Neta de Flujo de Efectivo	17,911	19,977	20,786	22,227	22,835	21,795	21,935	23,438	24,887	25,698	26,821	27,645
Caja inicial	153,762	171,673	191,649	212,436	234,663	257,498	279,293	301,228	324,666	349,553	375,251	402,072
Caja final	171,673	191,649	212,436	234,663	257,498	279,293	301,228	324,666	349,553	375,251	402,072	429,718

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

FLUJO DE EFECTIVO
DAMISHI "Cultura y Tradición Viviente"
RFC: DEAO920618JN6
Del 01 enero 2019 al 31 de diciembre 2019
(AÑO 3)

	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Utilidad neta	43,439	44,643	46,714	47,946	46,953	47,285	49,384	51,527	52,780	54,515	55,792	57,565
+ depreciación y amortización	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017	-4,017
Generación bruta de efectivo	47,456	48,659	50,731	51,963	50,969	51,301	53,401	55,543	56,797	58,531	59,808	61,582
<u>Usos Operativos</u>												
Financiamiento a cuentas por cobrar	-2,296	-575	-1,476	-589	1,701	319	-1,476	-1,501	-599	-1,069	-610	-1,088
Financiamiento a inventarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total usos operativos	-2,296	-575	-1,476	-589	1,701	319	-1,476	-1,501	-599	-1,069	-610	-1,088
<u>Fuentes Operativas</u>												
Financiamiento (amort.) proveedores	298	0	152	0	-383	-150	148	149	0	75	0	76
Total fuentes operativas	298	0	152	0	-383	-150	148	149	0	75	0	76
Generación Neta Operativa	45,457	48,084	49,407	51,375	52,287	51,471	52,073	54,192	56,198	57,538	59,199	60,570
<u>Fuentes de Instituciones de Crédito</u>												
Recursos por financiamiento corto plazo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Recursos por financiamiento largo plazo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortización de créditos bancarios corto plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización de créditos bancarios largo plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Financiamiento neto con costo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<u>Usos no operativos</u>												
Venta (inversión) en activos fijos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Venta (inversión) en activos diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago de dividendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de usos no operativos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<u>Fuentes no operativas</u>												
Aportaciones (retiros) de capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total fuentes no operativas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Generación de flujo no operativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Generación Neta de Flujo de Efectivo	45,457	48,084	49,407	51,375	52,287	51,471	52,073	54,192	56,198	57,538	59,199	60,570
Caja inicial	429,718	475,175	523,259	572,666	624,040	676,327	727,798	779,871	834,063	890,261	947,799	1,006,997
Caja final	475,175	523,259	572,666	624,040	676,327	727,798	779,871	834,063	890,261	947,799	1,006,997	1,067,567

Elaboró: Nombre y Firma

Revisó: Nombre y Firma

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- Balanko-Dickson, G. (2008), Como preparar un plan de negocios exitoso. México Editorial Mc Graw Hill. P.p 382
- 2.- Boullón, Roberto C. (1999), *Las actividades turísticas y recreaciones: el hombre como protagonista*. 3ª ed. México.1990 (reimp. 1999) 199p.
- 3.- Boullón, Roberto C. (1999), *Las actividades turísticas y recreaciones: el hombre como protagonista*. México Trillas.
- 4.- Caballero, Ma. Del Socorro (1985), *Temoaya y su Folklore* Segunda Edición 1985. 114p
- 5.- Cárdenas Tabares, Fabio (1986), *Producto turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. 2ª ed. México. 1986 (reimp. 2001) 300p.
- 6.- Cárdenas Tabares, Fabio (1991), *La segmentación de mercado turístico: comercialización y venta*, DF, México. 114, pp.
- 7.- Cárdenas Tabares, Fabio (2001), *Producto turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. DF, México. 300, pp.
- 8.- Cárdenas Tabares, Fabio (2003), *La segmentación de mercado turístico: comercialización y venta*. México. 1991.
- 9.-Hernández Hernández, (2011), *Plan de negocios: teoría y práctica*, 2011.
- 10.- Imbert, Gérard (2004) "De lo espectacular a lo especular (apostilla a La Sociedad del Espectáculo)" *En CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, núm. 9, 2004*, Universidad Complutense de Madrid España. 69-81, pp.
- 11.- Philip Kotler (2004) *Marketing para turismo*, Pearson educación, S.A, Madrid.
- 12.- Pinson Linda (2003) *Anatomía de un plan de negocio*, Dearborn Trade, Chicago
- 13.- Kotler P.; Bowen, J.; Makens, J.; Rufin Moreno, R.; Reina Paz, M D. (2004) *Marketing para turismo*, Pearson educación, S.A, Madrid. 584, pp.
- 14.- Ortega Álvarez, (2012) "El desarrollo de nuevos productos a la luz y a la sombra de las capacidades dinámicas" *En Cuadernos de Administración, vol. 25, núm. 45, julio-diciembre, 2012*, Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia. 113-135, pp.
- 15.- Ramírez Macías, Gonzalo (2007) "Deporte espectáculo en España durante el siglo de oro" *En Cultura, Ciencia y Deporte, vol. 3, núm. 7, 2007*, Universidad Católica San Antonio de Murcia Murcia, España. 7-12, pp.
- 16.- Weinberger, Karen (2009) *Plan de negocios, herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*, USAID Perú, Mype competitiva.

HEMEROGRAFÍA

- 1.- Rodríguez Giménez, Raumar (2009) "El espectáculo del cuerpo militarizado" *En Educar em Revista*, núm. 33, Universidade Federal do Paraná, Brasil. 129-140, pp.
- 2.- Romano, Berenice (2009) "Un buen espectáculo" *En Ciencia Ergo Sum*, vol. 16, núm. 1, marzo-junio, 2009, Universidad Autónoma del Estado de México, México. 106-110, pp.
- 3.- Sánchez, Jesús A. (2005) "Cinematógrafos de Galicia. Espectáculo y arquitectura (1896-2002)" *En Quintana. Revista de Estudos do Departamento de Historia da Arte*, núm. 4, Universidad de de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España. 253-255, pp.
- 4.- Tabacof, Débora (2011) "Corpo-empresa na industria do espectáculo" *En Revista Científica Guillermo de Ockham*, vol. 9, núm. 2, julio-diciembre, 2011 Universidad de San Buenaventura Bogotá, Colombia. 103-107, pp.
Vega Fuente, Amando (1998) "Comunicación social: entre la publicidad y el espectáculo" *En Comunicar*, núm. 10, marzo, Grupo Comunicar, España.
- 5.- Xibillé Muntaner, Jaime (2000) "La metrópolis finisecular como espectáculo" *En Revista de Estudios Sociales*, enero, número 005, Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia.

CIBERGRAFÍA

- Capacidad de carga turística. Recuperado el 29 de noviembre de 2016
<http://www.scielo.org.ar/scielo>
- Ciudad de México, Turismo. Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.ciudadmexico.com.mx/>
- Ciudad de México, Turismo. Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.ciudadmexico.com.mx>
- Cultura colectiva. Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.culturacolectiva.com/>
- Datos turísticos. Recuperado el 29 de noviembre de 2016
<http://www.datatur.com.mx>
- Estado de México, Municipios. Recuperado el 03 de mayo del 2016
<http://www.edomex.gob.mx/>
- Gestión cultural. Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.gestioncultural.org>
- Inafed (2016). Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.inafed.gob.mx/>
- Instituto Nacional de Antropología e Historia. Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.inah.gob.mx/es/>
- Red Indígena. Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.redindigena.net/>
- Temoaya estado de México. Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.temoaya.gob.mx/>
- Turismo estado de México. Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://edomex.gob.mx/eturismo>
- Turismo. Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.tdx.cat/>
- Turismo México, Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.turismoenmexico.com.mx/>
- Visitas virtuales vega. Recuperado el 03 de mayo de 2016
<http://www.visitasvirtualesvega.com/>

Índice de fotos	Pág.
Foto 1 Botzanga Hombre Lagartija Negra.....	29
Foto 2 Thaay Señor Mensajero del Fuego.....	29
Foto 3 Mural del Jaguar DAMISHI.....	30
Foto 4 Plaza Sagitario CCO.....	31
Foto 5 Serpientes Entrelazadas.....	31
Foto 6 Edificio del Consejo Supremo Otomí.....	32
Foto 7 Centro Ceremonial Otomí.....	32
Foto 8 Sol y Fuente Lustral del CCO.....	33
Foto 9 Plaza Sagitario del CCO.....	33
Foto 10 Espectáculo de luz y sonido Chichen Itza.....	40
Foto 11 Espectáculo de luz y sonido Uxmal.....	41
Foto 12 Espectáculo de luz y sonido Teotihuacán.....	42
Foto 13 Encendido del Fuego Sagrado.....	43
Foto 14 Inicio del Ritual del 5° Sol.....	43
Foto 15 Ceremonia Religiosa.....	44
Foto 16 Círculo Magnético, Ceremonia Religiosa.....	44

Índice de Gráficas	Pág.
Gráfica 1.....	62
Gráfica 2.....	63
Gráfica 3.....	63
Gráfica 4.....	64
Gráfica 5.....	64
Gráfica 6.....	65
Gráfica 7.....	65
Gráfica 8.....	66
Gráfica 9.....	66
Gráfica 10.....	67
Gráfica 11.....	67