



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender

Desarrollo regional basado en turismo alternativo Caso: en el sur de Sonora



Yesenia Clark Mendívil, Zulema Isabel Corral Coronado, Irma Guadalupe Esparza García,
María Elvira López Parra, María del Carmen Vásquez Torres y Carolina Gómez Hinojosa.

AUTORAS

Yesenia Clark Mendivil

Zulema Isabel Corral Coronado

Irma Guadalupe Esparza García

María Elvira López Parra

María del Carmen Vásquez Torres

Carolina Gómez Hinojosa

EDITORAS

Mtra. Marisela González Román

Lic. María de Jesús Cabrera Gracia

Lic. Erika Eneida Portillo Leyva

GESTIÓN EDITORIAL

Oficina de Producción de Obras Literarias y Científicas

PORTADA:

Lic. Manuela Albina Ríos Apodaca

**DESARROLLO REGIONAL BASADO EN TURISMO ALTERNATIVO
CASO: EN EL SUR DE SONORA**



Instituto Tecnológico de Sonora

2011, Instituto Tecnológico de Sonora.
5 de Febrero, 818 sur, Colonia Centro,
Ciudad Obregón, Sonora, México; 85000
Web: www.itson.mx
Email: rectoria@itson.mx
Teléfono: (644) 410-90-00

ISBN (Edición impresa): **978-607-7846-75-8**
ISBN (Edición electrónica CD): **978-607-7846-76-5**
ISBN (E-book): **978-607-7846-77-2**

Se prohíbe la reproducción total o parcial de la presente obra, así como su comunicación pública, divulgación o transmisión mediante cualquier sistema o método, electrónico o mecánico (incluyendo el fotocopiado, la grabación o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información), sin consentimiento por escrito de Instituto Tecnológico de Sonora.

Primera edición 2011

Hecho en México

DIRECTORIO INSTITUCIONAL DEL ITSON

Mtro. Gonzalo Rodríguez Villanueva

Rector

Dr. Marco Antonio Gutiérrez Coronado

Vicerrector Académico

Mtro. Javier Saucedo Monarque

Vicerrector Administrativo

Mtra. María Mercedes Meza Montenegro

Secretaría de Rectoría

Dra. Imelda Lorena Vázquez Jiménez

Directora de Ciencias Económico Administrativas

Prólogo

La línea de investigación que manifiesta el libro “DESARROLLO REGIONAL BASADO EN TURISMO ALTERNATIVO, CASO: EN EL SUR DE SONORA” es relativa a la gestión del desarrollo de capacidades a través del turismo alternativo en diferentes espacios geográficos del Estado de Sonora.

Otorga cuestionamientos y aprendizajes del logro de los propósitos ya que si estos se logran quedan claros cuales son los beneficios y consecuencias. Manifiesta un abordaje histórico y académico abordado desde la metodología de investigación del área económica administrativa.

Esta obra invita al lector a hacer un análisis de lo que significa el desarrollo, sus componentes, sus instrumentos y los mecanismos, además presenta ejemplos concretos en la zona sur de Sonora.

Las autoras presentan casos de intervención proyectado de desarrollo regional basado en el turismo, específicamente con enfoque alternativo, las ideas y los ejemplos contenidos en este libro presentan un avance significativo para la investigación turística, su aportación contribuye por si misma a la gestión para el desarrollo.

Los casos ofrecen información y plantean una perspectiva de plan de negocios en los corredores de Hornos, La Sierrita, La Aduana, Moroncarit y Buenavista, Sonora. Fundamentado en las teorías del desarrollo económico, social, sustentable y endógeno, plantean la clasificación del turismo alternativo desplazándose magistralmente por el ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural con el interés de potenciar el desarrollo en las comunidades rurales.

El eje de aplicación es el plan de negocio, lo describen y desarrollan las herramientas como el estudio de mercado, técnico-administrativo y por supuesto el financiero

Esta obra es un recurso extremadamente valioso para el área académica y de investigación, tengan por seguro que se considerará como una guía respetable que conduzca las investigaciones futuras en diferentes escenarios geográficos, fundamentados en el turismo como alternativa de desarrollo sustentable.

Quisiera manifestar que es para mí un honor y un motivo de gran satisfacción de participar en este proyecto académico.

*Dra. Carolina Gómez Hinojosa
Docente- investigadora UNACH
CA Estudios de gestión para el desarrollo turístico.*

ÍNDICE

Prólogo	5
Introducción	7
Capítulo 1. Marco Contextual, las Teorías de Desarrollo	7
1.1 Desarrollo Económico.....	8
1.2 Desarrollo Social.....	10
1.3 Desarrollo Sustentable.....	13
1.4 Desarrollo Endógeno.....	17
Capítulo 2. Conceptualización del Turismo Alternativo	21
2.1 Turismo alternativo y su clasificación.....	21
2.1.1 Ecoturismo.....	23
2.1.2 Turismo de Aventura.....	25
2.1.3 Turismo Rural.....	29
2.2 El Turismo como motor de desarrollo.....	31
2.3 El Turismo como potencial de desarrollo en comunidades rurales.....	35
2.4 El apoyo del gobierno al sector de turismo.....	37
Capítulo 3. Planes de negocio aplicados a Turismo Alternativo, herramienta de desarrollo	42
3.1 Descripción del negocio.....	42
3.2 Estudio de mercado.....	44
3.3 Estudio técnico-administrativo.....	47
3.4 Estudio Financiero.....	48
Capítulo 4. Casos	50
4.1 Plan de negocio del corredor de Hornos, Sonora.....	50
4.2 Plan de negocio del corredor La Sierrita, Sonora.....	74
4.3 Plan de negocio del corredor La Aduana, Sonora.....	98
4.4 Plan de negocio del corredor de Moroncarit, Sonora.....	124
4.5 Plan de negocio del corredor Buenavista, Sonora.....	148
Conclusiones	170
Bibliografía	173
Acerca de las autoras	176

Capítulo 1. Marco Contextual, las Teorías de Desarrollo.

Introducción

La satisfacción de las necesidades básicas de los individuos como alimentación, vivienda y salud, el respeto por los valores humanos considerados como universales representados por tradiciones y cultura, las posibilidades de elección que se configuran con un sistema político democrático y un medio ambiente saludable constituye el bienestar de la sociedad; para lograrlo, los gobiernos y las instituciones organizan sus recursos disponibles y establecen políticas impulsar el desarrollo.

El desarrollo supone el despliegue de la actividad recíproca entre los hombres mediante el intercambio de bienes y servicios, de información y símbolos (Todaro, 1994), que se sitúan en la dinámica productiva y social de una comunidad. Esto caracteriza la economía de esa entidad, que está inmersa en un medio cultural donde cada individuo participa de los usos, costumbre y reflejos sociales de sus grupos, pero sin estar totalmente determinados por ellos, (Boissier,2002).

El marco en que se trata de contextualizar al Turismo Alternativo es el desarrollo económico y social, aunque ambos coinciden en el objetivo de lograr el bienestar de la sociedad, el desarrollo económico refiere específicamente a la organización del sistema productivo para incrementar el ingreso per cápita y las oportunidades de empleo, por su naturaleza se inclina más hacia la gestión del crecimiento económico. El desarrollo social refiere al acceso a la educación, salud y vivienda, respeto a la cultura y los valores humanos, aspectos que directamente inciden sobre la calidad de vida de los individuos.

A pesar de lo anterior, relacionado con el desarrollo existen otros elementos que agregan complejidad a su gestión, por ello este capítulo discute aspectos teóricos sobre las diferentes perspectivas con que se estudia el desarrollo de una región: Económico, Social, Sostenible y Endógeno; se verá que, aunque las teorías y enfoques incluidos convergen en el punto de interés de mejorar la calidad vida de las personas, parten de diferentes acepciones, plantean diversas directrices, y proponen una alternativa particular para gestionar los elementos que conducen a un mayor bienestar. Se intenta mostrar que cada una de las teorías revisadas aporta elementos para la gestión del desarrollo integral (útil por tanto para encuadrar a proyectos de Turismo Alternativo) que abarca diferentes aspectos siempre del individuo, como centro de los procesos que se abordan.

1.1 Desarrollo económico

El desarrollo económico se define como un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o una región y que se caracteriza por la organización sistémica de las unidades de producción, con el fin de favorecer la competitividad de las empresas locales en los mercados nacionales e internacionales (CEPAL, 2005).

Su concepto indica que mediante la articulación de conjuntos estructurados en ramas, industrias, regiones o empresas se impulsa el aumento de la producción que conduce a la posibilidad de mayor consumo, este incremento expresado en términos per cápita constituye uno de los indicadores de desarrollo económico.

El incremento de la producción y el consumo resultan en el crecimiento económico, que ocasiona efectos directos o indirectos en el desarrollo económico de la región y se generarán las condiciones necesarias para la distribución de los beneficios económicos y sociales resultantes a toda la sociedad; los beneficios referidos son: a) Por el incremento de la producción: se tendrá mayor ingreso per cápita y se logrará entrar en un círculo virtuoso de la economía que generará beneficios estructurales, integración de los sectores, formación de nuevas competencias de trabajo, formación de una cultura de trabajo, absorción de la fuerza de trabajo etc., b) Por el incremento del consumo: acceso a mayor número de productos y servicios, con los que podrán satisfacer sus necesidades básicas.

Quienes concuerdan con esta postura, perfilan al crecimiento económico como el motor que logrará impulsar el desarrollo económico.

Partiendo de que el crecimiento conducirá al desarrollo económico, las teorías del crecimiento económico se han centrado en estudiar los factores que lo determinan, se establece en términos generales que el crecimiento económico surge de la aplicación de los beneficios obtenidos a nuevas inversiones en compra de maquinarias, materias primas y fuerza de trabajo, repitiendo en forma incrementada el proceso de producción en su sector o incursionando en otros sectores que aparecen como más rentables en ese momento (Pérez, 2001)

En este sentido, según los pioneros en el tema (Harrod, Schumpeter, Solow) la producción estaría en función de las proporciones adicionales de capital, mano de obra y materias primas o insumos que se agregan al stock existente:

$$Y = f(K, L, RN)$$

Donde:

Y= Producción

K= Capital

L= Mano de obra

RN= Recursos naturales

Aunque en efecto estos factores de producción determinan el nivel de producción que una economía puede alcanzar, el crecimiento se ve influido también por otros elementos que determinan las decisiones de inversión y que generalmente están en manos de los empresarios y sus habilidades gerenciales pero sobre todo innovadoras, pues el acto de agregar mayores cantidades de capital, mano de obra o insumos implica necesariamente la aplicación de fondos, que provienen fundamentalmente del sector empresarial.

La teoría del crecimiento económico ha tenido importante evolución a partir de las propuestas de Solow, Romer y Lucas, quienes debatieron la propiedad exógena o endógena del crecimiento, es decir si el sistema productivo cambia como consecuencia del avance tecnológico, generando un incremento en la productividad de carácter "exógeno", que no se deriva de la relación capital – trabajo, sino que es un factor externo que impulsa la expansión de la producción; o bien, el progreso (o cambio) tecnológico se genera dentro del sistema productivo, dado que está determinado efectivamente por las decisiones de inversión de las empresas en bienes de capital y en conocimiento, pero que vienen a aumentar el stock existente de estos factores en la empresa, como el efecto de capitalización de un activo, y que genera externalidades en el sistema productivo. Así se formuló el modelo de crecimiento endógeno, mismo que representa una variante del modelo exógeno de Solow.

Se extrae que finalmente los factores que inciden en el crecimiento son: recursos humanos, formación de capital, y la tecnología; los recursos naturales también juegan un papel importante

en costos, logística y ventajas comparativas, aunque no se incluye en la mayoría de las propuestas teóricas revisadas.

También se concluye que lo relevante en cuestiones de desarrollo es el aumento de la productividad, la ampliación, la diversificación continua de los bienes y/o servicios producidos, y que este incremento depende de la combinación de trabajo, capital y tecnología, lo que pone de manifiesto la relevancia de la formación de capital humano, la educación y la innovación que finalmente es un proceso que se cristaliza a través del conocimiento generado y/o aplicado por los humanos que constituyen la fuerza de trabajo.

1.2 Desarrollo Social

Dados los persistentes niveles de pobreza en el mundo, el reconocimiento de que el fomento al desarrollo económico no necesariamente conduce al desarrollo social es una cuestión que ha sido ampliamente abordada por especialistas en las diferentes ciencias sociales y de importantes instituciones a nivel mundial como la UNESCO, CEPAL y BID, cuyos esfuerzos se enfocan en la reducción de la pobreza y los aspectos que intervienen en la calidad de vida de los individuos, así como aquellos factores que los obstaculizan.

Al respecto Mkandawire (2001), menciona que algunas de las causas es la subordinación de las políticas sociales que abordan el desarrollo, a políticas macroeconómicas que en estricto sentido deberían conducir a un mayor bienestar de la sociedad; además, analiza la necesidad de incorporar a la discusión cuestiones teóricas y empíricas que hasta el momento no han logrado resolver los persistentes niveles de pobreza y desigualdad en el mundo y enfatiza que la complejidad radica en la naturaleza ideológica y política de quienes diseñan y ejecutan los mecanismos del desarrollo, por lo que hay una necesidad patente de reducir la brecha entre los resultados teórico-prácticos y la elaboración de políticas sociales, al igual que entre medios y fines.

Sin embargo, tales diferencias no implican que uno sea más necesario que otro, si no que inducen a la necesidad de considerarlos como complementos, al respecto autores como Becerra y Pino (2005), discute la vinculación que existe, pues el desarrollo económico es un medio para lograr el desarrollo social, mientras este último es un medio y a la vez el fin dentro de la estrategia de desarrollo, por ello se requiere hablar en detalle de su concepto y las implicaciones que contiene para la gestión del bienestar de la sociedad.

El Desarrollo Social es el proceso de mejora de la calidad de vida de la sociedad, que está en función de las posibilidades de satisfacer las necesidades de las personas y desplegar todas sus potencialidades con miras a lograr su bienestar y realización personal, lo que propicia el beneficio colectivo en la sociedad (Donneys, Marin y Rivera, 2000)¹, debe concebirse entonces como un conjunto de relaciones integrales que cubra todos los aspectos que conciernen al progreso de la calidad de vida y que permiten el montaje de espacios inclusivos en la sociedad y la economía, favoreciendo la ampliación de las capacidades y oportunidades para poder ejercer sus derechos, y por tanto construir una ciudadanía activa, crítica, responsable y participativa (Becerra y Pino, 2005).

Aunque es posible encontrar en la literatura diferentes matices sobre el desarrollo social, es evidente que en términos generales se converge en el mismo punto: elevar el nivel de vida de las personas. Al respecto, los aportes teóricos más influyentes son los de Sen y Al Haq (1970), quienes consideran que el desarrollo social debe ser concebido como un proceso dinámico de dos factores primordiales: la ampliación de las libertades fundamentales de las personas para conseguir distintos tipos de capacidades y, la ampliación de las oportunidades que estas poseen para utilizar sus capacidades, funcionar adecuadamente, incluirse socialmente, ejercer sus derechos y elegir el tipo de vida individual y social que cada uno tiene conciencia de apreciar.

La ampliación de las libertades fundamentales para que cada persona adquiera las capacidades que les permita satisfacer por si mismo sus necesidades, se relaciona con la educación, la salud y el ingreso y el acceso que cada individuo tenga a ello, pues cada una incide directamente formando estas capacidades y habilitando a las personas para que pueda utilizar y desplegar su potencial en su propio beneficio.

Por otra parte, la ampliación de las oportunidades que los individuos poseen para utilizar sus capacidades refiere a la infraestructura social, económica y cultural que provea las condiciones ideales necesarias para que cada individuo pueda ejercer sus capacidades y que al generar su bienestar, incide positivamente en la comunidad, formando un ente colectivo que con sus valores, tradiciones y capacidades configura el alcance de ese grupo social.

¹ http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/espanol/Rec_de_info/memoriasiicurs/

Desarrollo significa crecimiento, mejora y progreso. Entonces, el Desarrollo Social refiere a niveles en el avance ascendente de la sociedad, considerando que está formada por entes humanos y sus relaciones sociales. Por definición se centra en el individuo y en las relaciones de este con su entorno, por tanto se configura como un proceso multifacético: biológico, cultural, político, económico y ambiental, (Díaz Argueta, 2005).

El proceso de Desarrollo Social se integra a través de los diferentes vectores señalados por Becerra y Pino (*et. al*): la faceta Económica, con la participación en la producción, distribución y consumo de la riqueza que facilite la plena satisfacción de sus necesidades materiales; el aspecto Político, a través del fomento del goce de las libertades, la democracia y acceso al desarrollo humano; la perspectiva social, mediante la participación organizada, en las condiciones que dignifican la vida y permiten el acceso a los servicios básicos para la reproducción social; la dimensión Cultural, mediante el acceso a los medios que faciliten la vida y prolonguen su identidad ciudadana, familiar y generacional, la parte ambiental, aprovechando los bienes y servicios que existen en el medio, sin sacrificar los recursos naturales, sino garantizando el acceso de las nuevas generaciones, incluyendo el plano espiritual, mediante el acceso a los medios que cultiven sus prácticas cotidianas, culturales, que dignifiquen la vida humana, fortalezcan la estima y el despliegue de las capacidades.

Estos vectores son ejecutados por la sociedad, cada individuo que la conforma juega diferentes roles, formando el tejido social cuyo estado inicial es lo que debería conducir el proceso de desarrollo; al respecto Mkandawire (2001), afirma que el Desarrollo Social depende de la capacidad o potencial socialmente construidos, como resultado de inversión en capital humano o acuerdos institucionales que determinan la participación de los miembros de diferentes grupos sociales en las actividades de la comunidad.

A esta capacidad o potencial socialmente construidos se le denomina Capital Social, en el que las personas, las familias y los grupos son portadores de actitudes de cooperación, valores, tradiciones, visiones de la realidad, que son su identidad misma. Kliksberg (2001) afirma: si ello es ignorado o deteriorado, se inutilizarán importantes capacidades aplicables al desarrollo, y se desatarán poderosas resistencias. Si, por el contrario, se reconoce, explora, valora y potencia su aporte, puede ser muy relevante y propiciar círculos virtuosos con las otras dimensiones del desarrollo.

1.3 Desarrollo Sustentable

Las diversas concepciones que se discuten sobre desarrollo comparten la misma finalidad, lograr avances en la calidad de vida de los seres humanos; esto implica considerar fases de desarrollo que necesariamente inicia con aquellas necesidades más básicas. Sin embargo, la satisfacción de las necesidades humanas ha significado por siglos un conflicto trascendental en la asignación de los recursos, dado que estos son finitos en la cantidad disponible para la producción de bienes y servicios, pero los deseos humanos (frecuentemente confundidos con necesidades) son ilimitados; quizá esto sea el detonante de la sobre explotación del ambiente, causado por un excesivo consumismo que caracteriza la actual época de apertura e innovación.

Precisamente, uno de los postulados de la corriente utilitarista en economía establece que mayor consumo es significado de mayor bienestar para los individuos² (Smith, 1976 Citado en Rupturas éticas, teóricas y metodológicas de Cearon, 2006), sin embargo la sobreexplotación del ambiente que acompaña al incremento del consumo ha mostrado en recientes épocas una cara adversa que contradice tal afirmación.

En la actualidad, la contaminación de los mantos acuíferos, la sobreexplotación y todos los demás problemas ambientales muestran evidencia de que la asignación de los recursos históricamente ha sido ineficiente, sobre todo si se compara con los magros resultados obtenidos en términos de desarrollo económico, social y humano. El saldo presenta altos niveles de pobreza y también altos niveles de destrucción ambiental. Los costos sociales que esto implica se traducen en dramáticos cambios climáticos que causan serias distorsiones en el hábitat natural de los humanos y los animales, y en una menor disposición de recursos naturales para satisfacción de necesidades humanas que añaden mayor complejidad en la decisión de la asignación de recursos. Por ello, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO por sus siglas en inglés) desde 1987, afirma mediante el informe Brundtland que los patrones actuales de producción y consumo son insostenibles.

² El utilitarismo es una doctrina ética que dice que el objetivo de la acción humana es y debe ser el maximizar la utilidad, entendida a veces como placer, como felicidad, como bienestar individual de cada persona.

Aun más, los efectos ocasionados por la sobreexplotación del ambiente es un problema intergeneracional. Hoy se sufre todavía los daños causados hace décadas y es seguro que muchos de estos persistan para las futuras generaciones. Surge entonces la necesidad de considerar la dimensión íter temporal en la aplicación de recursos naturales en las decisiones de Desarrollo Económico Social y Humano; subyacen a esto cuestiones de origen ético sobre la moral de los humanos y el respeto a la vida más allá de los humanos, hacia la naturaleza y los animales, en reconocimiento de que forman parte del mismo ecosistema en que habitan los seres humanos.

El concepto que recoge estas problemática se denomina Desarrollo sustentable, surgió en los años 80, como respuesta a la necesidad de balancear el progreso económico y social con la preocupación por el ambiente y la administración de recursos naturales³. Desde 1992, en la cumbre de Estocolmo el concepto ha sido un tema de referencia para la gestión del desarrollo a nivel mundial, para ello la UNESCO establece criterios⁴ y medidas para aplicación de políticas acerca de que las consideraciones económicas, sociales y ambientales deben estar estrechamente relacionadas con la reducción de la pobreza, el logro de la equidad, la calidad de vida y la protección del medio ambiente global.

El argumento básico es que el desarrollo, esencial para satisfacer las necesidades humanas y mejorar la calidad de vida debe ocurrir de manera que la capacidad del ambiente natural de resolver necesidades presentes y futuras no esté comprometida. Conlleva un contenido fuertemente enraizado en la preservación del ambiente, pero basado en las implicaciones que este tiene para la actividad humana y por tanto es que se debe preservar.

El desarrollo sustentable tiene una dimensión ambiental, una económico y una social. (Informe Brundtland, 1987), esto es porque se reconoce que para que las condiciones de vida de las personas realmente se encuentre en un nivel aceptable no dependen únicamente del aspecto económico aunque es muy necesario, pero las necesidades conocidas están determinadas social y

³ Sustainable Development: an Evolving Concept, archivo pdf en PC

culturalmente, y el desarrollo sostenible requiere la promoción de valores que alienten niveles de consumo que permanezcan dentro de los límites de lo ecológicamente posible y a los que todos puedan aspirar razonablemente.

Se requiere entonces revisar quienes son los principales agentes que propician la sobreexplotación del ambiente. Esta cuestión remite a reflexionar sobre las actividades humanas que exigen mayor aplicación de recursos, el resultado del Informe Brundtland, establece que uno de las principales presiones sobre el ambiente lo constituye el actual patrón de consumo y producción que ha conducido las oportunidades de crecimiento a nivel mundial a partir de la apertura comercial, con la que las empresas en pos de abarcar una mayor participación de un mercado ahora global, deciden expandir sus plantas de producción hacia países o regiones que les ofrecen insumos de producción menos costosas y que le pueden representar ventajas competitivas sobre otros competidores; esto ha significado una mayor movilidad de la inversiones y los gobiernos con el propósito de captar el mayor porcentaje de ellas⁵ incluso realizan modificaciones constitucionales que lo permitan.

Detrás de esta aparente oportunidad de crecimiento se encuentran altos costos sociales representados a través del uso inadecuado e indiscriminado del medio ambiente, por lo que algunos autores han llegado a concluir que el crecimiento económico es en realidad enemigo del ambiente y en consecuencia del Desarrollo Sustentable, Riechman (1995), argumenta que una estrategia de crecimiento diseñada para obtener resultados en el corto plazo puede poner en peligro incluso la capacidad para satisfacer necesidades de los humanos en el futuro.

Sin embargo, el desarrollo no es posible sin crecimiento económico, por lo que este último sigue siendo un aspecto fundamental aun en el criterio de sostenibilidad; de esta manera, las tres dimensiones contenidas en el concepto: ambiental, económica y social representan objetivos en conflicto (Nikjamp, 1990⁶), para la gestión sustentable del desarrollo, al respecto la Declaración de la Cumbre de Río de Janeiro celebrada en 1992, enfatiza la complejidad del tema anotando que es

⁵ La captación de inversión extranjera directa es considerada como una estrategia de fomento al crecimiento económico, Samuelson 1998.

⁶ Citado en documento CEPAL de procedimientos.

requisito el logro simultáneo de estos tres objetivos en un espacio determinado para lograr una verdadera equidad social mediante la integridad del medio ambiente y la viabilidad económica.

Sobre la gestión del desarrollo sustentable, Dourojeanni (2000), plantea que para resolver el problema práctico de la articulación hay que concebir un proceso de gestión que permita que el hombre—el actor principal— pueda tomar decisiones para obtener los siguientes fines:

- i) Lograr el crecimiento económico, la equidad y la sustentabilidad ambiental en los ámbitos de gestión, como una forma de alcanzar el desarrollo sustentable;
- ii) Determinar qué intercambios debe haber entre estos tres objetivos en una determinada región y entre regiones;
- iii) Facilitar el conocimiento, por parte de los actores involucrados, del tipo de intercambios viables y de su valor;
- iv) Determinar en qué momento se alcanza el equilibrio correspondiente al desarrollo sustentable que satisface a los actores de la región en desarrollo.

Esto último, el equilibrio en el Desarrollo Sostenible depende esencialmente de los acuerdos entre actores y, por lo tanto, no se da en forma automática sino en base a transacciones, y estas generan procesos democráticos, pluralistas y participativos que conducen a la equidad, principio básico del concepto.

Sobre estas transacciones Dourojeanni (2000), argumenta que serán más equitativas en la medida en que se conozca el valor de los elementos, recursos y productos de un área, de las ventajas comparativas de distintas regiones y de los elementos y recursos naturales que se ven afectados. Es importante considerar además que cualquier equilibrio es transitorio, ya que los modelos ideales de desarrollo sustentable varían constantemente debido a los adelantos tecnológicos, el descubrimiento de nuevos recursos y las cambiantes aspiraciones de los actores, además de los cambios en variables específicas involucradas en cada territorio.

Los tres objetivos que contribuyen al desarrollo sustentable deben lograrse tomando como referencia determinados territorios o áreas, los principales actores, quienes deben dirigir el proceso, son los habitantes del espacio y quienes influyen en éste. Como se ha indicado, cada actor tiene sus propios criterios, problemas y objetivos. Por tanto, Se concluye que el logro de la

sustentabilidad ambiental es un proceso continuo de incorporación de la dimensión ambiental y social en la toma de decisiones sobre como satisfacer las necesidades humanas que lleven a elevar la calidad de vida de las sociedades actuales y futuras.

1.4 Desarrollo Endógeno.

Las teorías de desarrollo también han evolucionado en torno al territorio en que este se lleva a cabo. Desde los pioneros en el tema como Von Thünen, Mills y Weber en la teoría de la localización espacial, Hirschman con la teoría de los encadenamientos, hasta Krugman con el regreso a los modelos espaciales en “la Nueva Geografía Económica”, explicaban que ciertas características contenidas en un territorio determinan sus condiciones de desarrollo; lo que conceptualmente aporta los elementos para su gestión desde una perspectiva de ejecución local o territorial.

El término organización espacial se refiere a la distribución de todas las actividades humanas en el espacio geográfico, con el reconocimiento implícito de que existe cierto orden en esta distribución generado por la interacción de factores sistémicos que rigen las interacciones de localización entre las actividades humanas. De acuerdo con la relación entre los distintos tipos de actividad humana y el espacio se pueden distinguir entre actividades que utilizan el espacio, otras que lo usan y otras que lo reducen (Ramírez y Blance, 2001).

El primer grupo incluye aquellos tipos de actividades de producción y de consumo para las cuales el espacio es un input esencial, tales como la agricultura, la forestación, la pesca, la caza y la recreación. Las actividades que usan el espacio son las que pueden considerarse como localizadas en un punto, en el sentido de que requieren cierta cantidad de él pero, en comparación con las anteriores, requieren un ámbito mucho más limitado. La mayor parte de las actividades humanas entran en esta categoría como, plantas industriales, establecimientos comerciales y los servicios de vivienda. Las actividades que reducen el espacio incluyen el transporte de bienes y de personas y las comunicaciones, presuponen la existencia de dispersión espacial y producen servicios para superar los obstáculos derivados de esta dispersión (Ramírez y Blance, 2001).

Desde el comienzo de los ochenta la liberalización de los mercados endureció la competencia entre las grandes potencias y provocó el desplazamiento de industrias que contaron entonces con mayor oportunidad de elección sobre las regiones en que les convenía operar, la diversificación de

las inversiones se intensificó hacia aquellas zonas con mejores ventajas competitivas, aquellas que proveen insumos o factores de producción a menores costos.

Esto propicio el análisis de que la competencia internacional más que ser de producto a producto, evolucionó a ser entre clusters y después a una competencia entre regiones, confirmando el hecho de que los territorios contienen características que determinan el surgimiento de polos de desarrollo, sentando argumentos contemporáneos para la gestión a escala territorial y renovando la importancia de la organización espacial.

Así se fue construyendo el concepto de “desarrollo endógeno” que va mas allá de la utilización eficiente de los recursos, pues analiza los mecanismos que están detrás de una función de producción como las formas de organización del territorio y de los recursos, la difusión de las innovaciones, la dinámica urbana y el desarrollo de instituciones como establece Vázquez (2005), al estudiar las nuevas fuerzas que impulsan el desarrollo.

La conceptualización y estudio del Desarrollo Endógeno surgió en 1990 a iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO por sus siglas en inglés) que nace como consecuencia del intento de encontrar una noción que permitiera la acción pública para el desarrollo de localidades y regiones atrasadas, aunque Vázquez (2005), lo relaciona también como la interpretación de los procesos de desarrollo industrial en localidades y regiones del Sur de Europa, ilustrados con el ejemplo de los distritos industriales de Italia.

El Desarrollo Endógeno se basa en elementos de gestión territorial y retoma en gran medida aspectos contenidos en la teoría de crecimiento endógeno de Romer y Lucas, que califican al proceso de crecimiento como endógeno debido a que los gastos en innovación se consideran guiados por la racionalidad económica y que identifican como los factores del crecimiento a la acumulación de capital, de progreso técnico y de capital humano.

Sin embargo, la tendencia que hoy se conoce como “Desarrollo Endógeno” observa la necesidad de ampliar a las dimensiones humana y de sostenibilidad y vincular el proceso a las prácticas cotidianas, al uso de recursos y conocimientos locales – regionales como el eje de desarrollo que provea una mejor calidad de vida para los habitantes del territorio; por ello Boissier (2001), argumenta que dado el contexto actual en que la tecnología y el cambio tecnológico son reconocidos como los motores principales en los cambios en el patrón territorial del desarrollo

económico, los conocimientos contenidos en el territorio a través de los individuos, los grupos, las instituciones, etc., constituyen un importante activo para la construcción de un proceso de desarrollo sostenido.

Es importante puntualizar que de esta manera se perfila la importancia de los humanos dentro del proceso pues mediante ellos y la dinámica colectiva que generan en los grupos e instituciones a que pertenecen, y en los que participan con sus conocimientos, tradiciones y valores; además permite reconocer que el centro del desarrollo son precisamente las personas, por tanto los individuos desde sus diferentes roles en la sociedad son quienes construyen las fases y se benefician de ello, obteniendo oportunidades y desarrollando capacidades para proveerse las mejoras que consideran pertinentes en su nivel calidad de vida.

Por tanto, resulta adecuada la concepción integradora que hace Valdez⁷ (2007), sobre el Desarrollo Endógeno al referirlo como un estadio de la sociedad total, que abarca e integra lo económico, lo social, lo ético, lo cultural, lo organizacional y lo político, de tal manera que constituye la estrategia fundamental en la búsqueda de nuevos estadios sociales más justos, equitativos y democráticos. Esto requiere profundas alianzas y articulaciones, en distintos niveles y estructuras: persona, grupo, colectivo, gobierno, estado, humanidad.

Respecto de las estructuras formadas por estas alianzas y que conducen el proceso de desarrollo, Boissier (2001) puntualiza: se trata de descubrir una estructura sistémica⁸ como matriz causal del crecimiento y otra como matriz causal del desarrollo. Se concluye que para impulsar el desarrollo, los conocimientos que juegan un papel importante para la generación de innovación que impulse el crecimiento económico, son fundamentales para generar tecnologías para el desarrollo humano y social, aunque este aspecto aun no se localiza incluido en los procesos de innovación.

El Desarrollo endógeno debe gestionarse a partir de los recursos y las fuerzas existentes en cada territorio, por definición el sujeto que ejecuta el desarrollo es el propio individuo en sus

⁷ <http://venezuela.indymedia.org/es/2007/04/394.shtml>

⁸ El término sistémico refiere a “Perteneiente o relativo a la totalidad de un sistema; general, por oposición a local”, “Perteneiente o relativo a un organismo en su conjunto” según la Real Academia de la Lengua Española.

diferentes roles de participación en la sociedad y es también el mismo quién se beneficia de él, al tener acceso a mejores oportunidades que posibiliten el desarrollo de sus capacidades; por tanto el ser humano a la vez que es operador es también el beneficiario. La gestión de este proceso requiere identificar las oportunidades que el contexto mundial ofrece en cada evolución pues como establece Dussel (2006): la endogeneidad del territorio, entendida como la capacidad de una región de integrarse a procesos de desarrollo global, es más importante que el simple impulso al crecimiento económico.

Capítulo 2. Conceptualización del Turismo Alternativo

Este capítulo permitirá identificar los conceptos de turismo, su clasificación y el rol que está jugando el turismo en México,

El lector después de entrar a este capítulo podrá explicar lo siguiente:

1. Turismo Alternativo y su clasificación.
2. Turismo como motor de desarrollo.
3. El Turismo como potencial de desarrollo en comunidades rurales.
4. El apoyo del gobierno al sector de turismo.

2.1. Turismo Alternativo y su clasificación

El turismo se ha convertido en un sector fundamental para la economía del país por los ingresos que se reciben de los miles de visitantes que vienen a conocer México, a su vez esto ha generado empleos. Actualmente, México ocupa el décimo lugar entre los principales destinos del mundo, declarado en el lanzamiento del Acuerdo Nacional de Turismo (Guevara, 2011). Así mismo se espera que nuestro país se convierta, a mediano plazo, en uno de los cinco destinos preferidos a nivel mundial. Las cifras de viajes al extranjero se han triplicado desde 1971, de 179 millones a 613 millones, por ello la Organización Mundial de Turismo (OMT) pronostica un índice de crecimiento anual de 4.3% hasta el año 2020.

Según la Organización Mundial del Turismo (2006), el turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquistas, comercio, entre otros. El turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año.

El turismo es aquel viaje motivado para conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico, según la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2000).

El turista es “la persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su hogar de residencia habitual y que utilice alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta ley”, tal como lo define la ley federal de turismo. La misma ley señala que servicios turísticos son los que se prestan a través de hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje; agencias, subagencias y operadoras de viajes; guías de turistas; restaurantes, cafés, bares y centros nocturnos que se encuentran ubicados en los establecimientos de hospedaje, así como aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas; y empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos (Muñoz, 1992).

El turismo puede ser interpretado de distintas formas dependiendo de las funciones que realicen las personas relacionadas con él. Según McIntosh (2008), la combinación de ciertos factores como los son la interacción de turistas, los proveedores de negocios, el gobierno y las comunidades anfitrionas dan como resultado el turismo. Dentro de estas relaciones se incluyen aspectos como transporte, alojamiento, establecimientos de alimentos y bebidas, entre otros para poder funcionar.

Por otro lado Boullón (1990), define al turismo de una manera más sencilla y objetiva. Se refiere al hecho de que una persona se traslade de su lugar de origen hacia otro destino y permanezca en este por lo menos 24 horas. Este viaje puede ser por distintas razones, ya sea por estudio, placer, descanso, recreación, etc.

Analizando los conceptos de McIntosh y Boullón se puede concluir que el turismo es el desplazamiento de una persona de su lugar de origen a otro por un plazo mayor de 24 horas, y en este proceso intervienen distintos factores como los proveedores de negocios y las comunidades anfitrionas. Además, se incluyen aspectos indispensables como el transporte, el alojamiento, prestadores de servicios entre otros.

Ponce (2008), menciona que para que un desarrollo turístico tenga éxito a nivel mundial, y para que sea competitivo; es necesario contar con las alternativas suficientes. Como puede ser el caso de ofrecer actividades que vayan más allá de la de “sol y playa”. Es decir, poner al alcance de los visitantes oportunidades de realizar nuevas actividades que posiblemente nunca las hayan hecho, brindándoles toda la seguridad y nuevas experiencias.

Con esto, se está haciendo mención al turismo alternativo, queda claro que se puede realizar en todos aquellos espacios, en donde la naturaleza sea uno de los motivos del viaje, así como también, donde las áreas rurales y la valorización de los tipos de estilos de vida pueden ser un atractivo más para los visitantes. Así mismo, el turismo alternativo, hace referencia a todas aquellas opciones que se pueden ofertar para que el interesado pueda realizar todo tipo de aventura (SECTUR, 2000).

Cada vez hay un mayor número de interesados a viajar a los lugares en donde estén comprometidos con el medio ambiente, en busca de experiencias únicas, acorde a su nueva forma de percibirse ante la dinámica social y de la naturaleza, surgiendo así una nueva tendencia turística llamada Turismo alternativo y entenderemos por éste a “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales” (Sectur, 2000).

Tomando en cuenta la amplia gama de actividades que pueden desarrollarse dentro de este marco, el turismo alternativo se ha dividido, dependiendo de la finalidad que tiene el turismo al estar en contacto con la naturaleza, en los siguientes tres segmentos: Turismo de Aventura, Ecoturismo y Turismo Rural.

2.1.1. Ecoturismo

El turismo es un fenómeno, que hace uso de los recursos naturales. Pero para mantener la riqueza natural la sociedad dedicada a esta actividad, sólo debe consumir aquella parte de este capital natural que garantice un flujo de ingreso constante a través del tiempo, lo que en otras palabras conocemos como aprovechamiento sustentable.

En torno a esto, ya se hace referencia al ecoturismo. Para Ceballos Lascuráin (1993), el ecoturismo es “aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, aprovechar y estudiar los atractivos naturales (paisajes, flora fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueden encontrarse ahí, a través de sus procesos que

promueven la conservación, tienen bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales”.

Para la Secretaria de Turismo (2000), el Ecoturismo se refiere a aquellos viajes que tienen como fin: realizar actividades recreativas de apreciación y contacto directo con la naturaleza. Y para fines de este estudio, me enfocaré a la siguiente concepción: aquellos viajes que tienen como propósito principal la interacción, conocimiento y contemplación de la naturaleza y la participación en su conservación. Tienden a realizarse en áreas poco perturbadas por el hombre y suelen incluir prácticas de entendimiento y sensibilización cultural.

Dentro de las actividades turísticas del Ecoturismo según la SECTUR (2006), se consideran las siguientes:

Observación de la Flora: actividad que consiste en la observación e interpretación del universo vegetal, en cualquiera de sus manifestaciones, tradicionalmente se incluyen también hongos y líquenes.

Observación de la Fauna: actividad recreativa, donde el turista puede ser principiante o experto y consiste en presenciar la vida animal en su hábitat natural.

Observación del ecosistema: actividades de ocio realizadas en un contexto natural cuyo fin principal es el conocer las funciones específicas de los diferentes elementos que componen uno o varios ecosistemas.

Observación Geológica: actividad de ocio con el fin de conocer, apreciar y disfrutar formaciones geológicas en toda dimensión y formas posibles (grandes paisajes y formaciones geológicas extraordinarias).

Observación de fenómenos naturales: actividad de ocio que consiste en presenciar eventos previsible de la naturaleza (erupciones volcánicas, mareas, migraciones, lluvias de estrellas, geysers, etc.), así como visitar sitios, que por sus características naturales se consideran como espectaculares.

Observación de fósiles: búsqueda y conocimiento lúdico de formas de vida fosilizada en medio natural. Su interpretación científica y cultural aumenta la riqueza de la experiencia.

Observación sideral: apreciación y disfrute de las manifestaciones del cosmos a campo abierto. Tradicionalmente asociado a la observación estelar, con el creciente uso de equipos especializados la gama de objetos observados se ha ampliado a grandes expresiones del universo.

Senderismo interpretativo: actividad donde el visitante transita a pie o en un transporte no motorizado, por un camino a campo traviesa predefinido y equipado con cédulas de información, señalamientos y/o guiados por intérpretes de la naturaleza, cuyo fin específico es el conocimiento de un medio natural. Los recorridos son generalmente de corta duración y de orientación educativa.

Safari fotográfico: captura de imágenes de naturaleza in situ, actividad ligada a la apreciación de todas las expresiones del medio natural visitado (flora y fauna, ecosistemas, fenómenos geológicos, etc.), a pesar de ser una actividad no depredadora emplea técnicas y elementos propios de la cacería.

Proyectos de investigación biológica: actividad de apoyo en la recolección, clasificación, investigación, rescate y recuperación de especies, materiales para proyectos y estudios de organismos e instituciones especializadas.

Talleres de educación ambiental: actividades didácticas, en contacto directo con la naturaleza y en lo posible, involucrando a las comunidades locales, su finalidad es sensibilizar y concientizar a los participantes de la importancia de las relaciones entre los diferentes elementos de la naturaleza.

Rescate de flora y fauna: actividades lúdicas en un contexto natural cuya finalidad principal es la de participar en el rescate de especies raras, endémicas, en peligro de extinción o de conservación en general.

2.1.2 Turismo de Aventura

El Turismo de Aventura son aquellos viajes, que tienen como fin realizar actividades recreativas que involucran un nivel de habilidades físico-deportivas, de riesgo identificado a superar, y están

sujetas generalmente a emociones constantes e inmediatas y en donde brinda la oportunidad de convivir con la naturaleza enfrentando los retos que impone y que pueden dejar al visitante una sensación de “logro”.

Esta actividad turística, está compuesta por diversas actividades de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan: tierra, agua y aire.

Por otro lado la Secretaría de Turismo define al Turismo de Aventura como: Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

Este segmento está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan: tierra, agua y aire.

Cabe mencionar que las actividades que enseguida se anotan, no son las únicas conocidas en el mercado, sin embargo para el caso de México son las que se están desarrollando por las características geográficas y climatológicas del país.

Actividades de tierra:

Cañonismo: recorrido a lo largo de ríos y cañones que implica el paso por caídas de agua, pozas y paredes de roca empleando técnicas de ascenso y descenso, nado y caminata con equipo especializado.

Escalada en Roca: implica el ascenso por paredes de roca empleando manos y pies como elemento de progresión. El uso de técnicas y equipos especializados permite el desplazamiento seguro. Una versión contemporánea a la escalada en roca natural son las paredes artificiales. La escalada en bloques de roca (desplazamiento horizontal dominante) se conoce como bouldering.

Espeleísmo: actividad que consiste en realizar descensos en grutas, cuevas, sótanos y cavernas y apreciar las diferentes estructuras geológicas, flora y fauna. La espeleología es una disciplina que tiene fines científicos y de investigación; el espeleísmo tiene fines recreativos y de apreciación.

Caminata: la forma principal de locomoción en el hombre se ha convertido en una actividad recreativa. Esta actividad es una de las de mayor aceptación y demanda. Las rutas o circuitos de caminata de preferencia deben estar previamente establecidas y dosificadas de acuerdo al perfil

del turista que la va a practicar (niños, jóvenes, adultos, tercera edad, grupos pequeños o numerosos, entre otros).

Rappel: técnica de descenso con cuerda fija y con auxilio de equipos y técnicas especializadas. Se realiza generalmente en espacios abiertos y en forma vertical.

Cabalqata: recorridos a caballo en áreas naturales (pueden ser mulas y burros). El objetivo central es la experiencia misma de montar y conocer sobre el manejo y hábitos de estos animales.

Ciclismos de montaña: recorrido a campo traviesa utilizando como media una bicicleta para todo terreno. La actividad se desarrolla sobre caminos de terracería, brechas y veredas angostas con grados diversos de dificultad técnica y esfuerzo físico.

Alpinismo: Ascenso de montañas, volcanes y macizos rocosos cuya altura rebasa los 4,000 metros de altura sobre el nivel del mar. Predomina el terreno de nieve y hielo. Su práctica requiere del dominio de técnicas particulares y del uso de equipos especializados. Los conocimientos de meteorología y climatología aumentan considerablemente la seguridad de esta actividad. En México se conoce como Alta Montaña o Montañismo.

Actividades de aire:

Vuelo en globo: vuelo en un gran globo (envoltura) inflado con aire caliente (quemadores); los navegantes van en una pequeña canastilla de mimbre (góndola) y la dirección del vuelo lo determina el viento. El punto de aterrizaje lo decide el capitán o director del vuelo.

Vuelo con ala delta: vuelo libre en un ala de material sintético con un armazón de aluminio. El piloto dirige el vuelo con la fuerza muscular de los brazos en posición acostada en un arnés suspendido del armazón. El vuelo se efectúa aprovechando las masas de aire ascendentes y dinámicas de ladera. Una vez en el aire, el ala delta es capaz de elevarse por encima de los 7,00m. de altura sobre el nivel del mar y puede realizar recorridos de largo tiempo. El aterrizaje solicita de poco espacio. El ala puede ser mono o biplaza.

Vuelo con parapente: vuelo libre controlado con un paracaídas direccional especialmente diseñado, puede durar desde unos minutos hasta varias horas. El vuelo se efectúa aprovechando las masas de aire ascendentes y dinámicas de ladera. El despegue se efectúa aprovechando la

pendiente de una colina o montaña, el impulso inicial implica correr pendiente abajo con el paracaídas desplegado en el piso. Se requiere de conocimientos formales de aerología. El aterrizaje requiere de poco espacio.

Paracaidismo: actividad que consiste en saltar desde un transporte aéreo (incluso globo aerostático) y caer libremente durante varios segundos, posteriormente se abre un paracaídas para controlar la velocidad de caída y orientar la dirección al punto de aterrizaje. El paracaídas puede ser doble (tándem).

Vuelo en Ultraligero: vuelo controlado en una pequeña aeronave con motor de no más de 450 kg. y con un desplazamiento de hasta 65 Km/h. La aeronave puede ser mono o biplaza.

Actividades de agua:

Buceo Autónomo: inmersión en un cuerpo de agua con tanque de aire comprimido y regulador que permite la respiración subacuática, con el fin de contemplar y conocer las riquezas naturales que habitan este ambiente. Según la profundidad de la inmersión, se requiere de combinaciones especiales de gases. Su práctica solicita conocimientos certificados.

Buceo Libre: inmersión en un cuerpo de agua a fin de contemplar y conocer las riquezas naturales de la flora y la fauna que habitan este particular ambiente, utilizando como equipo básico el visor, aletas y snorkel. El buceo libre puede ser de superficie o de profundidad según sean los metros que se descienden en el agua.

Espeleobuceo: actividad subacuática que consiste en aplicar técnicas de buceo autónomo y espeleísmo en oquedades naturales como cenotes, cuevas, grutas, cavernas y sistemas. Su práctica requiere certificación especializada.

Descenso en ríos: consiste en descender por aguas en movimiento en una embarcación para una persona o un grupo de personas dirigidas por un guía.

Kayaquismo: navegación en embarcación de diseño hidrodinámico, de una o dos plazas. Se práctica en aguas en movimiento, aguas quietas o en el mar. La propulsión se efectúa con una pala de doble aspa. La versión de pala sencilla se conoce como canoísmo.

Pesca Recreativa: es practicada por turistas que desean experimentar la sensación de extraer un pez de un cuerpo de agua (mar, río, lago, laguna, entre otras), sin un fin comercial o de competencia deportiva y no puede realizarse en temporada de veda ni en zonas de reserva donde la reglamentación lo establezca. Es común que en esta práctica se libere la especie a su medio una vez que fue capturada.

2.1.3 Turismo rural

Según la SECTUR (2006), este segmento es el lado más humano del Turismo Alternativo, ya que ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural.

En el Turismo Rural, el turista no es un visitante-observador en un día de paseo, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanía para su uso personal, aprende lenguas ancestrales, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume, es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas y paganas.

Dentro del turismo rural, tenemos las siguientes actividades:

Agroturismo: se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, ocupado por una sociedad campesina, que muestra y comparte no sólo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural en conservación, las manifestaciones culturales y socio-productivas, en donde se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo.

Preparación y uso de medicina tradicional: el conocer y participar en el rescate de una de las más ricas y antiguas manifestaciones de la cultura popular mexicana que es la preparación y uso de medicina tradicional, es el motivo de diferentes viajeros. La naturaleza de México es de tal manera pródiga que prácticamente no hay padecimiento que no tenga una planta para curarlo. Es

innegable que esta antigua sabiduría que continúa proporcionando salud y bienestar tiene profundas raíces prehispánicas y merece ser rescatada y difundida.

Talleres Gastronómicos: este tipo de actividades tienen la motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica que se ofrece por los anfitriones de los lugares visitados. La alimentación y otros aspectos relacionados con ella, son de interés para el turista para conocer las diversas técnicas de preparación, recetas, patrones de comportamiento relacionados con la alimentación, su significación simbólica con la religión, con la economía y con la organización social y política de la tradición culinaria de cada comunidad, región o país, los cuales se han transmitido en forma verbal o escrita de generación en generación.

Fotografía rural: esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.

Eco-Arqueología: estos viajes a zonas arqueológicas implican el interés de los turistas por conocer las relaciones entre el hombre y su medio ambiente en épocas antiguas, partiendo de los restos materiales que ha dejado; así como su importancia actual como forma de identidad cultural y conservación ambiental. Con la eco arqueología, se contribuye a crear conciencia en la población de la importancia del conocimiento del patrimonio arqueológico y la imperiosa necesidad de su conservación, lo que permite actuar con responsabilidad social y ambiental.

Etnoturismo: son los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.

Talleres Artesanales: en donde la experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en los escenarios y con los procedimientos autóctonos. Se pueden estructurar talleres de alfarería, textiles, joyería, madera, piel, vidrio, papel, barro, metales, fibras vegetales, juguetes y miniaturas, entre otros.

Vivencias Místicas: ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos de un pueblo, heredados por sus antepasados.

Aprendizaje de dialectos: viajar con la motivación de aprender el dialecto del lugar visitado, así como sus costumbres y organización social.

La regla básica del turismo rural, es crear primero una oferta en lugares concretos, con la infraestructura necesaria, trabajadores capacitados y con las actividades a desarrollar bien definidas.

Indiscutiblemente el Turismo Alternativo trae múltiples beneficios a las poblaciones tanto económicos, sociales y ambientales debido a que son proyectos que atraen turismo internacional debido a la gran variedad de productos turísticos que se ofrecen, y debido a estos múltiples beneficios se dice que mejoran la calidad de vida de las personas ofreciéndoles mejores ingresos, educación, vivienda, salud y beneficios ambientales y sociales para las familia (OMT 2006).

2.2 El turismo como motor de desarrollo

El turismo como actividad económica y generadora de ingresos en nuestro país puede ser muy atractiva e interesante, esto debido a la gran cantidad de la oferta turística existente, y a un sin fin de cosas ver y cosas que hacer que se encuentran disponibles a lo largo y ancho del territorio mexicano.

México tiene una cultura inmensa, ciudades coloniales, pueblos mágicos, patrimonios de la humanidad, playas, bosques, selvas, montañas y una gran diversidad biológica envidiable. ¿Puede entonces México, ignorar ese legado y no voltear a ver el negocio de una de las industrias más rentables del Mundo?, es claro que no puede dejar pasar desapercibido esas oportunidades que pueden convertirse como un eje transversal de desarrollo para una región, esto por todo el efecto multiplicador que genera, empleos, ingresos, servicios, etc.

Sin embargo, para adentrarse en ese negocio, hay ciertos paradigmas y una cultura empresarial que se tiene que cambiar, en primera todo el que emprenda un negocio dentro de este sector, debe olvidarse de la idea de solo atender el negocio para ser más rentable, sino debe pensar en equilibrar los recursos que administrará de tal manera que considere por un lado, la cuestión social es decir donde se encontrará inmerso el proyecto, y por otro lado, la cuestión del ambiente pues todo tiene un límite y este último que es el principal proveedor de los recursos naturales, y si se descuidan se agotan y sin estos las corrientes turísticas no existirían.

El desarrollo turístico en nuestro país posee muchas oportunidades de crecimiento, pero los actores involucrados deben trabajar bajo una misma línea y buscando el mismo objetivo para que el posicionamiento de los productos turísticos en las regiones avancen, prosperen y se posicionen en mente del consumidor de manera más rápida, por ende el incremento en una demanda y equilibrio de la estacionalidad anual, es decir ciertos destinos pueden convertirse en emergentes y atender una demanda especializada de ciertos segmentos, pero para ello debe haber una coordinación y comunicación mutua entre los niveles del sistema turístico, pero sobre todo en la coordinación de los planes de desarrollo existente en cada destino, sin importar colores, religiones, intereses particulares, etc.

En ese sentido desafortunadamente también existen algunas limitantes que inhibe el desarrollo, la falta de investigación aplicada para determinar corrientes turísticas y mercados especializados, la poca existencia de productos que sean nuevos e innovadores que atiendan la demanda y las tendencias, la falta de profesionalización en micro y pequeñas empresas turísticas, la falta de capital humano especializado para segmentos muy propios, la falta de proveedores de apoyo en el funcionamiento del sistema turístico todos estos son indicadores claves presentes que en esos se deben de canalizar recursos para atender esas problemáticas y el desarrollo turístico en una zona se dé, de esa manera también se combatirían otros problemas sociales en ciertos destinos como la falta de oportunidades, la migración por insuficiencia de un trabajo bien remunerado entre otros, es por eso que el sistema turístico en este rubro es fundamental detenerse y hacer un ejercicio de análisis e identificar muy bien a esos actores claves que están contribuyendo para que genere un mayor impacto.

A continuación se muestra un breve análisis del estudio del turismo desde una perspectiva sistémica donde en su funcionamiento intervienen actores que son los protagonistas del desarrollo Turístico.

En 1976, Lieper propone un sistema turístico de cinco elementos, después en 1986, Acerenza apoya éste sistema y menciona que de estos cinco elementos uno es dinámico y se refiere al turista, tres son geográficos: el espacio emisor, la ruta o espacio de tránsito y el espacio receptor; un elemento es económico: la industria productora de servicios turísticos.

El sistema de Lieper responde al paradigma de comprensión y planificación turística en el que la región de destino es importante en la medida en que satisface las necesidades y expectativas de recreación del turista.

Por otro lado Boullón desde 1978, le ha dedicado parte de su tiempo a definir un modelo con enfoque de planificación físico-territorial, donde el sistema turístico “inicia con la colisión de la oferta con la demanda a través de un proceso de venta del producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector” (Boullón, 2006: 32). Éste modelo enuncia los pasos de los actores que intervienen y la forma de cómo se relacionan unos con los otros para que el funcionamiento se dé.

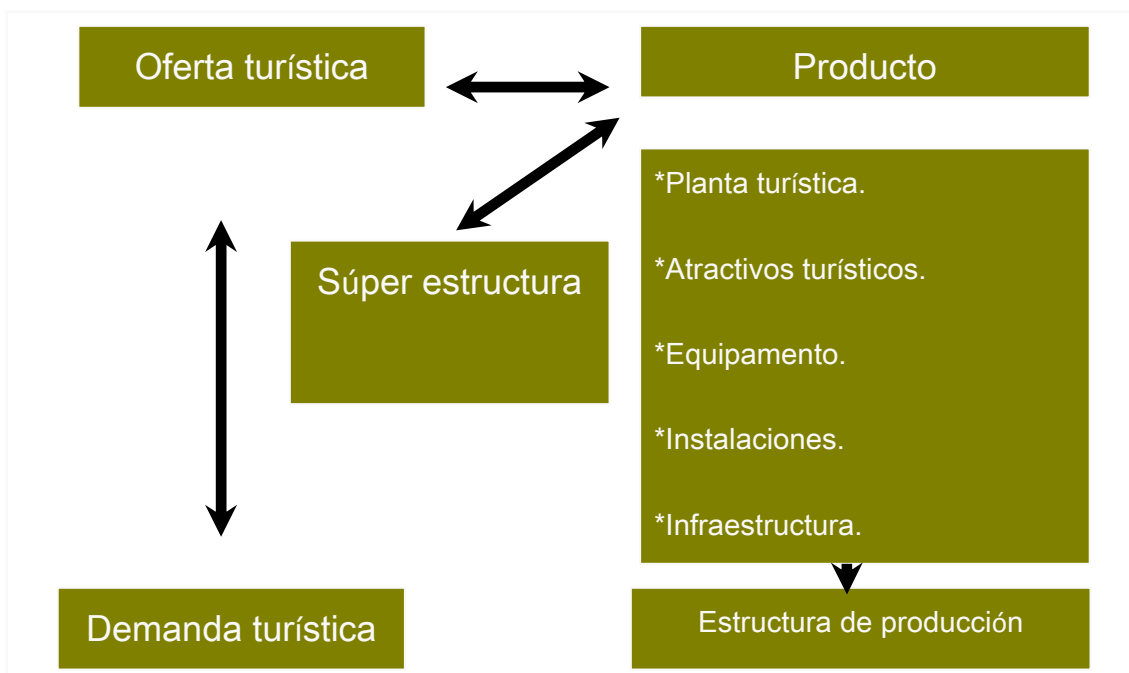


Figura 1. Sistema Turístico, Boullón 2006

Así mismo, Molina (2000: 36) citado por Ricuarte (2009:14), concibe al turismo como un sistema abierto relacionado con el medio ambiente con el que establece intercambios: el sistema importa insumos que al ser procesados emergen al entorno en forma de productos. El sistema turístico de Sergio Molina (Ver figura No. 2), tiene un evidente enfoque de destino y está integrado por 6 subsistemas: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local los que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo común.

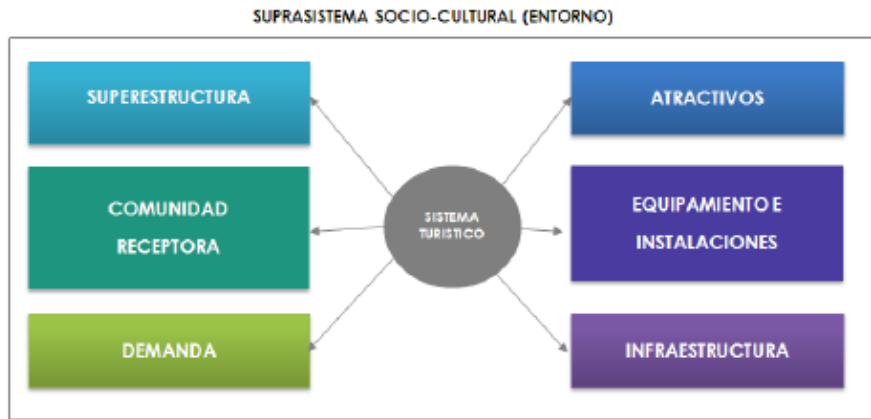


Figura 2.

FUENTE: MOLINA, SERGIO: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO, MÉXICO, LIMUSA, 2000.

De acuerdo con la propuesta de Molina (2000: 36), citado por Ricuarte (2009: 14) se describirán

Algunos de los elementos que incluye el sistema turístico:

1. *Gobernanza*. Es el subsistema regulador, se encarga de dirigir a la actividad turística y está compuesto por las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo turístico. Se incluyen además los documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función.
2. *Demanda*. Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. La demanda está compuesta por los visitantes, que según la OMT, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede caracterizarse en real, potencial o futura.
3. *Comunidad Receptora*. De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener mayor o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.
4. *Atractivos*. Se los considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.

5. *Oferta de Servicios*. Incluye a los servicios propiamente turísticos como la alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado.

6. *Infraestructura*. Su función es sostener la producción, es decir apoyar a la oferta de servicios, por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos.

El funcionamiento de todos estos elementos de una manera coordinada permitirá que un destino genere un desarrollo en el corto plazo, requiere la actualización y la descripción detallada de los componentes y las tendencias del mercado para cubrir las necesidades de los demandantes.

2.3. El Turismo como potencial de desarrollo en comunidades rurales

Al hablar de comunidades rurales nos referimos a un espacio aledaño a una ciudad o municipio, donde las actividades primarias del campo predominan por ejemplo, la agricultura, ganadería, pesca, minería, silvicultura etc. Cada región tiene su propia identidad que lo caracteriza por proveer y generar productos de sobrevivencia para la comunidad o en otros casos de exportación a otros destinos.

La industrialización y transformación de la materia prima extraída de las comunidades rurales en algunos de los casos se da en esas zonas en otras se tiene que salir fuera del lugar, sin embargo cada zona se va perfilando a una caracterización particular que la identifica y que se encuentran solamente en ella productos y servicios únicos.

En el negocio del turismo, esa identidad de la región puede convertirse en una oportunidad de desarrollo para los habitantes de esa zona, principalmente por la existencia de un número considerable de recursos naturales y culturales que son susceptibles de tener un potencial para el desarrollo de ciertas actividades.

Hoy en día una de las tendencias según la SECTUR (2010), dada la masificación de algunos destinos, los viajeros con mayor frecuencia requieren de destinos que les provea un ambiente agradable y con una variedad de actividades turísticas y recreacionales únicas.

Para poder ofertarle a un visitante ciertos productos se debe tener bien identificado el perfil de los clientes que lo visitan, es decir conocer sus gustos y sus necesidades y compararlos con los recursos disponibles que existen en la zona para generar digamos los trajes a la medida de cada viajero, sin perder de vista la identidad de cada región.

Cabe mencionar que la gran mayoría de las comunidades rurales del país poseen un potencial que es necesario investigarlo para generar productos y servicios a la medida y al alcance de los que los viajeros demandan, de tal forma que las actividades primarias como la pesca y la ganadería pueden convertirse en actividades interesantes y atractivas para una persona externa que visita el lugar, y en temporadas malas por así decirlo para los productores cuando se presentan sequías, vedas, estacionalidades etc., esas mismas actividades pueden emplearlas como actividades recreacionales y de esparcimiento así como producto turístico de ese destino (ver Imagen 1 y 2).

Imagen 1



Epigmenio Acosta, Rancho la Sierrita Álamos Sonora

Imagen 2



Puerto de Yavaros, Huatabampo Sonora

Como resultado de esa intervención y beneficios que genera el turismo para esa zona, tenemos que se generan Ingresos para el municipio, hay movimiento de la economía, Se redescubren talentos locales, hay impulso a la pequeña y mediana empresa (PyME's), se genera un mejoramiento de la infraestructura básica, mejor la calidad de vida, conservación y promoción del

patrimonio natural, cultural y la Identidad cultural, se fomenta un vínculo interinstitucionales en los tres niveles de gobierno.

2.4. El apoyo del gobierno al sector de turismo

EL turismo en los últimos años ha tomado un gran auge debido a las consecuencias favorables que trae al país como son la generación de empleos, derrama económica, mejora de calidad de vida de los habitantes en comunidades, entre otros, por ello los gobiernos tanto federal como estatal e incluso en los municipios lo consideran dentro de sus planes de desarrollo, y para conocer más sobre este apartado, a continuación se señalarán el plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y el Plan Estatal de Desarrollo caso Sonora, por ser donde nos encontramos inmersos y son las regiones donde se desarrollaron los planes de negocio casos de estudio de este libro.

Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012

Eje Rector 2. Economía competitiva y generadora de empleos

La finalidad de la política económica de la presente administración será lograr un crecimiento sostenido más acelerado y generar los empleos formales que permitan mejorar la calidad de vida de todos los mexicanos. Mejorar las condiciones de vida y las oportunidades de todos, especialmente de aquellos que viven en la pobreza, es un imperativo social. La insuficiencia de recursos económicos y la marginación impiden satisfacer las necesidades básicas y limitan la participación plena de los ciudadanos en los ámbitos político, social, económico y cultural. Sin oportunidades de empleo y de participación plena en la marcha económica del país, no es posible alcanzar un desarrollo humano integral. La creación de empleos favorece la estabilidad, la seguridad pública y la interacción social respetuosa de los derechos de los demás. Al mismo tiempo, el crecimiento económico debe darse sin sacrificar los recursos naturales, respetando al medio ambiente y sin comprometer el bienestar de generaciones futuras.

La estrategia integral propuesta en este plan, basada en cinco grandes objetivos y ejes de acción, busca alcanzar un mejor desempeño económico. Cada eje de acción del plan está interrelacionado con el crecimiento y el empleo. El fortalecimiento del Estado de Derecho y de la seguridad pública permitirá que los ciudadanos disfruten con tranquilidad de los resultados de su esfuerzo. Una economía nacional más competitiva brindará mejores condiciones para las inversiones y la creación de empleos que permitan a los individuos alcanzar un mayor nivel de bienestar económico. La igualdad de oportunidades educativas, profesionales y de salud es necesaria para

que todos los mexicanos puedan participar plenamente en las actividades productivas. La estrategia de desarrollo económico cuidará el acervo natural del país y con ello evitará comprometer el bienestar de generaciones futuras. La estrategia de desarrollo requiere también de una gobernabilidad democrática que permita la convivencia de todos, de forma que se den resultados positivos para transformar la realidad económica del país. Finalmente, una política exterior responsable permitirá al país aprovechar las ventajas que brinda el entorno global para alcanzar mayores niveles de crecimiento y bienestar.

Los problemas sociales, políticos y económicos del país están íntimamente relacionados. Por ello, los grandes grupos de políticas públicas propuestos en este Plan son complementarios para contribuir a la superación de los retos en materia de pobreza, marginación y falta de oportunidades en todos los ámbitos. De progresar en todos los frentes, se podrá crear un círculo virtuoso: el mayor crecimiento económico generará mejores oportunidades de empleo y mayor desarrollo humano, mientras que los avances en el desarrollo social incrementarán la productividad de las personas. Asimismo, la reducción de la pobreza y la creación de oportunidades contribuirán a una mayor participación y estabilidad política y social así como respeto por el medio ambiente. Por ello, se utilizarán todos los instrumentos del Estado, avanzando simultáneamente en los cinco ejes de acción definidos en este plan, con el fin de promover un crecimiento económico sostenido y más acelerado, una elevada creación de empleos, y un desarrollo humano pleno para todos los mexicanos.

Turismo. El sector turismo tiene varias características que lo convierten en una prioridad nacional dada su importancia como factor de desarrollo y motor de crecimiento. Destacan, en primer lugar, su elevada productividad y empleo bien remunerado; y en segundo, que en muchas ocasiones se desenvuelve en regiones de menor desarrollo económico. Cabe notar que la riqueza cultural y natural de México implica que existen amplias oportunidades de actividades turísticas que no se han desarrollado cabalmente.

La mayor integración mundial, aunada a la riqueza cultural y natural de nuestro país, implica que México hoy en día se encuentra en una situación de enorme potencial para que el desarrollo exitoso del sector turismo se vuelva en uno de los ejes de desarrollo del país. El desarrollo acelerado a nivel mundial implica que la demanda por servicios turísticos se incrementará de forma importante en los años venideros. Finalmente, el incremento en la población pensionada en

los países industrializados implica una proporción cada vez mayor de individuos de elevados recursos socioeconómicos con interés por realizar largos viajes a destinos atractivos. Sin embargo, al igual que en otros ámbitos, el mismo fenómeno de globalización lleva a que el viajero, tanto nacional como extranjero, tenga mayores opciones. Así como la tecnología de la información facilita adquirir información y realizar la planeación de un viaje en nuestro país, lo hace también para otros destinos. Los menores costos de transportación aérea permiten a nuestros visitantes tradicionales tener acceso a destinos más alejados. Ello implica que, al igual que en otros ámbitos de la actividad económica, las oportunidades y retos que representa la integración mundial debe resolverse mediante políticas públicas decididas.

El sector debe ser reconocido como una pieza clave en el desarrollo económico del país. Asimismo, se debe garantizar que el crecimiento del sector respete los entornos naturales, culturales y sociales. Es justamente la riqueza de México en términos de una cultura, enorme diversidad climática, belleza orográfica, fauna y flora endémicas, y su sociedad vibrante y abierta lo que atrae y diferencia a nuestro país de otras naciones del mundo.

El papel del sector como detonante del desarrollo local implica que el desarrollo de infraestructura y de servicios debe incluir aquellos orientados a dotar de capacidades a la población local. Sólo de esa forma puede consolidarse una mejoría en el bienestar de las poblaciones locales que les permita ser participes plenos del proceso de desarrollo.

Objetivo 12

Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional.

Para convertir a México en un país líder en el sector turismo y aumentar, para 2012, en un 35% el número de turistas internacionales es necesario poner en marcha las siguientes estrategias:

Estrategia 12.1 Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos. Crear condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, así como acciones para consolidar las existentes. La política turística considerará programas de desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de

aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno federal que apoyan proyectos de desarrollo turístico en las zonas rurales e indígenas. En este proceso se deberá hacer converger programas como el financiamiento y capacitación a MIPyMEs.

Estrategia 12.2 Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral.

Orientar los esfuerzos de la política turística y de las actividades de las entidades públicas del gobierno federal que incidan directa o indirectamente en el desarrollo del turismo hacia la competitividad nacional e internacional de las empresas, productos y atractivos turísticos del país, en un marco de sustentabilidad económica, social y en coordinación con el sector privado.

Estrategia 12.3 Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista. Desarrollar programas de promoción en los mercados y segmentos turísticos de mayor rentabilidad fortaleciendo los programas de información, asistencia y seguridad al turista.

Estrategia 12.4 Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo. Promover junto con el Poder Legislativo, las comunidades y las empresas del sector, la actualización del marco legal para el desarrollo sustentable del sector e impulsar normas que garanticen la prestación de servicios turísticos competitivos.

Estrategia 12.5 Fortalecer los mercados existentes y desarrollar nuevos mercados. La política turística nacional promoverá acciones de desarrollo y apoyo a la comercialización de productos competitivos para los diferentes segmentos de los mercados actuales y potenciales, nacionales y extranjeros. Se diseñarán programas de mercadotecnia puntuales para cada segmento, consolidando los productos actuales e impulsando nuevos productos de calidad, accesibles y competitivos para nuevos segmentos y nichos del mercado.

Estrategia 12.6 Asegurar un desarrollo turístico integral. El sector turístico requiere de estrategias que permitan aprovechar todo el potencial de crecimiento. Para ello, es necesario que el desarrollo del sector sea incluyente en lo referente a las condiciones de vida de las poblaciones locales donde se ubique la actividad.

Plan Estatal de Desarrollo 2009-2015

Eje Rector 4

El estado de Sonora será líder nacional en generación de empleos, crecimiento sostenido y desarrollo económico sustentable a través del desarrollo tecnológico y de la innovación que incrementen la competitividad de las unidades económicas y generen un entorno atractivo y facilitador de negocios.

Estrategia 4.6. Sonora está de moda

Consolidar a Sonora como destino turístico y de inversiones, mediante un nuevo modelo de diversificación y articulación, dándole una importante promoción a sus productos.

Objetivos Estratégicos:

4.6.1. Impulsar una cultura de atención al turista mediante la profesionalización en la prestación de servicios turísticos y la capacitación permanente del personal ocupado en el sector: guías turísticos bilingües, servicios de información, agencias de viajes.

4.6.2. Consolidar una plataforma de proveedores y comercializadores sonorenses capaces de hacer frente a los retos que marca hoy en día la competencia global, utilizando las sinergias de las cadenas productivas regionales.

4.6.3. Crear el desarrollo de rutas turísticas que permitan aprovechar la diversidad cultural, geográfica e histórica de Sonora.

4.6.4. Promover la coordinación institucional permanente de los actores del sector turismo.

4.6.5. Fortalecer la coordinación entre el gobierno del estado, los gobiernos municipales, la iniciativa privada y representantes de la sociedad y de la comunidad artística, para encauzar una participación más activa de todos los prestadores de servicios en el diseño del modelo turístico a seguir por Sonora.

4.6.6. Establecer esquemas oportunos y eficaces de financiamiento e inversión que detonen la economía y la expansión empresarial en todas las regiones del estado.

4.6.7. Diseñar estrategias de inversión y de inteligencia de negocios para la toma de decisiones, generando un ambiente para la atracción de inversiones a la entidad.

4.6.8. Promover el desarrollo de nuevos productos de Sonora para realizar una comercialización en los diferentes canales nacionales e internacionales.

4.6.9. Apoyar la reingeniería de los productos sonorenses ya existentes, para darles un mayor impacto económico para ser competitivos a nivel global.

4.6.10. Reforzar la relación institucional y la cooperación de Sonora con los estados fronterizos del norte de México y el vecino país de los Estados Unidos, en beneficio de una mejor región.

Capítulo 3. Planes de negocio aplicados a Turismo Alternativo, herramienta de desarrollo.

Siguiendo con la gama de oportunidades y ventajas que se tiene en el ámbito del turismo para el desarrollo regional, se visualiza como una oportunidad que las comunidades adopten esta opción del turismo alternativo como actividad productiva que les permite incrementar sus posibilidades de mejoramiento en la calidad de vida, sin dejar de lado el cuidado de las áreas rurales y protegidas como patrimonio de la humanidad, pero no es sino hasta que se tiene una planificación de lo que se desea lograr y hacia donde se desear llegar con este proyecto, para ver las fortalezas y debilidades de cada comunidad y elaborar las estrategias y acciones necesarias para hacer la brecha entre lo real y lo ideal lo más pequeña posible.

A continuación se muestra una guía para elaborar proyectos viables en el ámbito del ecoturismo.

3.1 Descripción del negocio

El empresario debe encontrar en esta sección la descripción general de su idea de negocio, que le permita conocer a grandes rasgos y en primera instancia qué producto se ofrecerá y el tipo de empresa que formará.

Los elementos que se desarrollan en este punto son:

- a) Naturaleza del negocio, sector turístico en el que se desarrollará.
- b) Definir el producto o servicio a ofertar.

- c) Identificación de riesgos y oportunidades para el negocio.
- d) Conformación del negocio (individual, en grupo, sociedad, cooperativa, etc.).

Naturaleza del negocio, sector turístico en el que se desarrollará:

En este punto es importante identificar qué tipo de negocio que se desea emprender, en el caso de proyectos turísticos, el empresario debe tener clara la idea si desarrollará un negocio de alimentos para los turistas, o bien un paseo a caballo por diferentes lugares de la región, compra y venta de manualidades o artículos típicos de la región, además deberá tener identificado el sector turístico o el segmento de turismo que se atenderá, con la finalidad de encaminar sus estrategias de mercado a dicho sector, pudiendo ser este a turistas jóvenes con actividades de aventura, turísticas mayores con actividades de descanso, etc.

Definición del producto o servicio a ofertar:

En este elemento deberá definir el producto o servicio que ofrecerá a sus clientes, como por ejemplo en el caso de alimentos deberá especificar el tipo de alimento que elaborará como pudiera ser *carne asada al estilo Sonora el cual consiste en....*, o bien algún servicio como es *paseo en lancha con un recorrido por...*

Identificar los riesgos y oportunidades para el negocio

Toda empresa tiene riesgos y oportunidad para su operación y estos se encuentran en el entorno, mismos que no pueden ser controlados por el empresario como pudiera ser el efecto de las crisis económicas, en donde algunos sectores se ven perjudicados con mayor severidad que otros. Sin embargo también existen oportunidad para el negocio aun sin tener un control de ello, como pudiera ser el apoyo que a nivel mundial se ha estado dando al turismo rural o ecoturismo, de ahí la importancia de conocer todos esos efectos negativos (riesgos) y positivos (oportunidades) que tiene el negocio que se desea emprender para estar alertas y prevenir problemas y aprovechar situaciones que le pueden beneficiar al negocio.

Conformación del negocio

En este elemento se debe hacer un análisis de la forma en que se organizará el negocio en cuanto a su constitución, ya que puede ser de una persona o bien con la conformación de un grupo de personas conocidas como socios. Estos últimos pudieran ser agrupadas en unidades jurídicas como son las sociedades mercantiles o asociaciones civiles o no gubernamentales que les permita la conformación del negocio para operar. En el caso de ecoturismo son muy comunes las cooperativas, que son un grupo de personas que desarrollan actividades diferentes con un mismo fin, además que es un requisito indispensable esta forma de organizarse para poder tener acceso a los programas de apoyo tanto en el ámbito federal como estatal.

3.2 Estudio de mercado

Este estudio tiene como finalidad conocer el mercado al que se va a dirigir la empresa y las posibilidades que se tienen para que el producto o servicio pueda ser acogido y aceptado por los consumidores, así como la identificación del mercado oferente, sus competidores y el precio del servicio.

Los elementos que se desarrollan en este punto son:

- a) Demanda
- b) Oferta y competencia
- c) Precios
- d) Promoción
- e) Canales de distribución

Demanda

La demanda representa la cantidad de productos o servicio que el consumidor quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades y deseos.

De ahí la importancia de conocer con precisión a los consumidores, a continuación aparecen algunas preguntas que sirven de guía para conocerlo:

¿Quién es el mercado objeto o mercado meta?

¿Cuántos son el mercado meta?

¿Cuáles son sus necesidades?

¿El producto o servicio que se desea ofrecer satisface esas necesidades?

¿Estos consumidores se están incrementando? de no ser así,

¿En qué porcentaje están disminuyendo?

¿Por qué adquirirían el producto que ofrece este negocio y no otro?

¿Qué precio está dispuesto a pagar por el producto o servicio?

¿Con qué frecuencia lo adquiere?

Con estas preguntas el empresario puede conocer el mercado al que va dirigido, además el mercado potencial que tiene y los deseos que no han sido satisfechos por la competencia. En el caso del ecoturismo es importante conocer al turista y enfocar cada pregunta al grupo de turistas al que va dirigido el producto o servicio a ofrecer.

Oferta / competencia

La oferta representa la cantidad de bienes o servicios que se puede vender a un precio determinado.

De ahí la importancia de conocer la cantidad de bienes ofrecidos por la competencia y aquellos que como nuevo establecimiento se pudieran ofrecer a los demandantes a un precio determinado, a continuación aparecen algunas preguntas que sirven de guía para conocer a esta fuerza del mercado:

¿Quiénes son los competidores actuales?

¿Quiénes pudieran ser en el futuro posibles competidores?

¿Qué productos o servicios ofrece la competencia?

¿Qué diferenciación tiene el producto con respecto al de la competencia? ¿Cuál es la ventaja competitiva?

¿Qué participación en el mercado tiene cada competidor?

¿Cuáles son sus estrategias de crecimiento y venta?

¿Dónde están localizados?

¿A qué precio venden y cuáles son sus políticas de precios?

¿Cuáles son los productos sustitutos?

¿Qué están haciendo otras comunidades sobre el ecoturismo?

¿Cómo se han agrupado para lograr el éxito?

¿A qué precio venden los servicios estas comunidades?

Con estas preguntas el empresario puede identificar la proporción que guarda ante la competencia y las posibilidades de crecimiento, así como la identificación de acciones que le den una ventaja competitiva para permanecer en el gusto de los consumidores.

Precio

El precio es el valor que tiene un bien o servicio y que el consumidor paga por adquirirlo. Este elemento del estudio de mercado tiene su relevancia en la estrategia para hacer llegar el bien a un mayor número de consumidores, ya que si el precio es competitivo y las ventajas que tenga el negocio con relación a la competencia harán que el consumidor prefiera nuestro bien y no el de otro.

En este renglón será necesario conocer el precio de la competencia pues si el servicio está dentro del tipo de competencia perfecta en donde aparece un gran número de competidores será necesario que el precio vaya acorde a lo establecido por la competencia pero siempre considerando el precio de costo, ya que este último determina el costo en el que se incurre para tener el producto o servicio en condiciones de venderlo y al momento de hacer la venta nos debe dar el margen de utilidad deseado.

Promoción

La promoción en un plan de negocios es muy importante ya que se debe analizar la forma en la que se informará o recordará al público sobre el producto o servicio que se ofrece, en el caso de negocios enfocados al ecoturismo será relevante hacer un plan de mercado que les permita llegar al mayor número de consumidores a un precio accesible para que no les incremente el costo del servicio y no se vea afectado el margen de utilidad.

Canales de distribución

¿Cómo podrán hacer llegar su servicio al consumidor final?, el empresario deberá conocer los mecanismos para llevar el producto o servicio en las mejores condiciones hasta el consumidor final. En el caso de productos típicos para turistas será necesario ver de qué manera se puede

vender dicho bien y que esto resulte cómodo para el turista y rentable para el producto, por ejemplo en el caso del negocio que se dedica la renta de cuatrimotos para paseos será necesario que estos se encuentren directamente en el lugar de recreación de tal manera que el productor deberá llevar el producto al lugar turístico y mantenerlo en las mejores condiciones para el logro de los objetivos del turista.

3.3. Estudio técnico – Administrativo

En este estudio se conocen los elementos técnicos que le permitan al empresario identificar si será viable o no el proyecto, así como la determinación de la estructura organizacional que debe tener todo negocio para su puesta en marcha con mayores posibilidades de éxito.

Los elementos que se desarrollan en este punto son:

- a) Desarrollo del producto.
- b) Estructura organizacional.
- c) Identificación de la inversión para la puesta en marcha.

Desarrollo del producto

En este apartado el empresario debe considerar los siguientes elementos:

- Descripción detallada del producto o servicio.
- Definir el proceso de producción en diagrama de flujo.
- Describir los componentes del producto.
- Determinar los indicadores de calidad.
- Analizar la posibilidad técnica en la compra de maquinaria y equipo para el desarrollo del producto.
- Costos en los que se incurrirán para la prestación del servicio o desarrollo del producto.
- Gastos de operación para el funcionamiento del negocio como luz, agua, teléfono, papelería y todos aquellos elementos que se requieran para operar.

Los proyectos del giro de Ecoturismo deberán conocer los procesos necesarios para el desarrollo del producto o servicio que se ofertarán, considerando los deseos y necesidades de la demanda con la finalidad de mantener la calidad en los bienes que se están ofertando.

Estructura organizacional

La empresa deberá contar con una planeación estratégica que le permita saber donde se encuentra y a dónde desea llegar, deberá formular su visión y la forma en la que logrará alcanzar dicha visión.

De ahí que se desprenden la misión o razón de ser de las organizaciones, pues su actividad operativa la deberá llevar a lograr la visión a través de la determinación de objetivos, metas y planes de acción para encaminar las actividades al lugar que se había planteado llegar.

Como en toda organización, se debe identificar las diferentes funciones que serán necesarias para el logro de los objetivos de la empresa, de ahí la importancia de determinar quiénes harán las funciones y cómo las deberán llevar a cabo. En este punto será muy importante conocer el perfil de las personas que participan en el proyecto, mismas que deben cumplir con lo que el mercado de turistas requiere para su satisfacción.

Identificación de la inversión para la puesta en marcha

El estudio técnico al momento de estar haciendo el análisis sobre el desarrollo del producto deberá identificar la inversión necesaria para operar, en este renglón de la guía para la elaboración de proyectos productivos es importante que se coticen las herramientas, maquinaria, equipo e insumos requeridos para la puesta en marcha del proyecto, ya que serán estos elementos los que le den fuerza a la operación efectiva del producto o servicio a ofrecer, además que servirá de base para la toma de decisiones al momento del financiamiento y la determinación de su rentabilidad.

3.4 Estudio financiero

La importancia del estudio financiero en un plan de negocio radica en la determinación de su rentabilidad, ya que considera los datos cuantitativos arrojados en el estudio de mercado, técnico y administrativo para presupuestar los ingresos y egresos y de esta manera conocer si será factible o no llevar a cabo dicho proyecto, a través de una evaluación económica del proyecto.

Los elementos que se desarrollan en este punto son:

- a) Presupuestos de ingresos y egresos.

- b) Determinación de la inversión total.
- c) Estados financieros proyectados.
- d) Evaluación económica.

Presupuestos de ingresos y egresos.

En este rubro se deberá analizar los resultados arrojados por el estudio de mercado en donde se determinó la demanda potencial para el proyecto y se conoció la proporción de mercado que se tiene para dicho proyecto, que en otras palabras es el número de clientes potenciales quienes pagarían por el producto o servicio un precio determinado, mismo que para términos financieros se les denomina ingresos o ventas. En el caso de las proyecciones de los ingresos también se debe recurrir al estudio de mercado, pues fue entonces donde se analizó el crecimiento del sector o bien su decremento.

Por otra parte se tienen los egresos, mismos que deberán ser rescatados del estudio técnico en donde se muestran los costos y gastos en los que se incurre para el desarrollo del proyecto y las operaciones de la empresa. Estos egresos deberán proyectarse considerando tasas de crecimiento e indicadores como la inflación.

Determinación de la inversión total

En este rubro se debe considerar la presupuestación que se hizo de maquinaria, herramienta, equipo de oficina, etc. con la finalidad de hacer un presupuesto de capital o de inversión que le permita al proyecto identificar su viabilidad y rentabilidad en términos financieros.

Estados financieros proyectados

Con la información anterior se podrán presentar corridas financieras que incluyan los estados financieros básicos proyectados como son: Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y Estado de Flujo de Efectivo los cuales servirán de base para la aplicación de técnicas financieras que consideran el valor del dinero a través del tiempo.

Evaluación económica

En este punto se utilizan las técnicas financieras que consideran el valor del dinero a través del tiempo como son: el Valor Presente Neto (VPN), Tasa interna de Rendimiento (TIR), Índice de

Rentabilidad (IR) y Período de Recuperación de la Inversión (PRI) con la finalidad de conocer la rentabilidad del proyecto productivo.

A continuación se muestran 6 planes de negocios que se desarrollaron en el Sur de Sonora como parte del proyecto de corredores turísticos, estos planes tienen la finalidad de darle una estructura de negocio a las diferentes cooperativas que conforman los corredores de turismo que se están desarrollando a través de la iniciativa del Gobierno del Estado de Sonora y el Instituto Tecnológico de Sonora, estas comunidades son:

- 1.- Hornos
- 2.- La Sierrita
- 3.- La Aduana
- 4.- Buenavista
- 5.- Moroncarit

Capítulo 4. Casos

4.1 Plan de negocio del corredor de Hornos, Sonora

I Descripción del negocio

Naturaleza del negocio, sector turístico en el que se desarrolla

La población afirma que se le dio el nombre de Hornos por que en sus ante pasados quemaban cal en grandes hornos, y es por eso que por la práctica de esta actividad viene el nombre hornos, que es como se conoce actualmente a esta comunidad, además es fácil de recordar por corto y común. El pueblo de Hornos se localiza al sur del Estado de Sonora, colinda al sur con Esperanza, al norte con Agua caliente, Este con Rosario, y al Oeste con la Estación Corral. El turismo que llega a esta comunidad es el Urbano que viene de Ciudad Obregón, a pasar un rato agradable a la presa del Oviachi y en ocasiones se queda en este poblado para adquirir sus famosas empanadas y disfrutar de diferentes paseos que han estado desde años atrás.

Definición del producto o servicio

Las actividades turísticas que se ofrecen son:

TRIMOGOT

Aventura, acción y diversión

El paseo “El Álamo”, es una enriquecedora alternativa en el aprovechamiento del tiempo libre y disfrutando de la naturaleza y la majestuosidad del río yaqui como una experiencia inolvidable. El Álamo ofrece excelentes opciones en un área para circuito de motos, y ciclismo de montaña, iniciando por una divertida experiencia en zonas y rutas magníficas plagadas de adrenalina, curvas, ascensos y descensos. Otra de las actividades es el trapecio que brinda la oportunidad de observar un increíble mundo de gran biodiversidad impresionante de consiste en completar un curso que lleva directo al agua te permite "volar" por las alturas mientras admiras el maravilloso paisaje una experiencia inolvidable imposible de dejar pasar.



Aventuras al extremo

Aventuras al extremo es un paseo que consta de pasar un día lleno de adrenalina y diversión al extremo, aquí podrás realizar actividades como práctica de gotcha, así como la práctica de ciclismo y jugar voleibol como si estuvieras en la playa, con el objetivo de pasar un día inolvidable disfrutando de la naturaleza y el hermoso paisaje que en el que se encuentra, de igual manera poder darse un chapuzón en el río yaqui si así lo desea el visitante, estas actividades se llevarán a cabo en paseo la palma, que se encuentra ubicado rumbo a hornos.



RINCONQUESO

Hazlo tú mismo

El paseo “El rinconcito”, ofrece áreas recreativas donde las personas tendrán sus propias palapas, su asador, mesas, sillas, baños, columpios para niños, el río donde podrán bañarse en las tranquilas aguas todo esto con el fin de brindar a las familias un día agradable e inolvidable.

Otro atractivo con que cuenta el rinconcito es un taller para la elaboración de la famosa “cuajada” (es un queso tipo cotage) donde tú mismo lo podrás hacer orientado y supervisado por una persona experta en el tema.



LA ISLETA

Deporte al máximo

El paseo la isleta es uno de los lugares en los que podrá disfrutar de actividades deportivas como fútbol, baloncesto, voleibol y más, la diversión estará al máximo y todo esto en compañía de la familia y/o grupo de amigos.

La altura de los árboles y la ubicación del lugar hacen que pueda realizarse estas actividades deportivas, de una forma confortable y todo esto con el plus de que estará en contacto directo con la naturaleza, alejados del bullicio y contaminación de la ciudad.



Riesgos y oportunidades del negocio.

Los riesgos:

- Competencia, en ciudad Obregón existen varios paseos relacionados con actividades en la naturaleza los cuales podrían atraer más turistas que los paseos de hornos y esto afectaría el proyecto entre los competidores se encuentran: paseo el coyote, aquapark, presa Álvaro Obregón, parque ostimuri, entre otros.
- Contaminación, los paseos del río yaqui están muy susceptibles a la contaminación de los seres humanos ya que estos son los que descuidan la naturaleza echan desperdicios al agua, no tiran basura en su lugar y esto podría ocasionar un mal efecto para el proyecto.

- Clima, la temperatura que tiene la comunidad de Hornos varia de 26 °C a 33 ° C en los meses de marzo a junio, de julio a octubre se ha tenido temperaturas máximas de 48 °C, la mínima temperatura que se registran en los meses de diciembre a febrero es de 16°C.
- Falta de hospedaje, no cuenta con hoteles o algún lugar para hospedarse lo que ocasiona que los turistas que vienen de otras ciudades u otro país no permanezcan en la comunidad de Hornos.
- Gente anti ecológica, gente que no cuida el espacio de las áreas verdes.
- Dejar de dar apoyos gubernamentales o bien financiamientos, que el gobierno o el financiamiento por uno u otro motivo deje de apoyar el proyecto.

Las oportunidades:

- Apoyo promocional por parte del gobierno y de instituciones, se cuenta con el apoyo por parte del gobierno del estado así como el de varias instituciones, para hacer promoción sobre los proyectos ecoturísticos que se presentan esto con el fin de que la gente los conozca y participe en ellos.
- Inversión por parte del gobierno, recursos financieros necesarios para fundear la realización de un proyecto, constituido como una entidad económica separada y en donde los prestamistas se fijan, principalmente, en la capacidad de generación de efectivo del proyecto como fuente de repago.
- Participación de las instituciones por el proyecto ecoturístico, el Instituto Tecnológico de Sonora es uno de los principales motivadores o bien emprendedores de sacar adelante el proyecto en sí, es por eso que se recibe asesoría y clases por parte del personal docente especializado en turismo con tal de poder sacar adelante el proyecto.
- Ser un lugar ecológicamente reconocido por la región, que la gente sepa reconocer la belleza del lugar y aproveche las instalaciones.
- Implementar más áreas para actividades recreativas, en un futuro poder llegar a generar más de estos espacios naturales.

Conformación del negocio

Su estructura jurídica será la sociedad cooperativa integrada por personas físicas con base en intereses comunes y con los principios de solidaridad y esfuerzo en conjunto con la finalidad de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción de bienes y servicios.

II Estudio de mercado

Demanda

Investigación de mercado. Objetivo de la investigación de mercado.

a) Objetivo Social: conocer las necesidades de recreación del cliente, ya sea mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos exigidos cuando sea utilizado.

b) Objetivo Económico: determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener el proyecto al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio y, así, saber con mayor certeza las acciones que se deben tomar.

c) Objetivo Administrativo: ayudar al desarrollo del proyecto, mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y áreas que lo conforman, para que cubra las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno.

Determinación de la muestra

Para poder determinar al universo de la población de hornos es necesario conocer el número de personas que viven en CAJEME para así poder hacer énfasis sobre el cálculo de la muestra, es por ello que se presenta la siguiente información:

Personas que integran a la población 500,500 habitantes aproximadamente. Optando solo por las personas de 6 a 14 años y de 15 a 59 años, que son las personas idóneas para obtener los servicios que se brindan en hornos, adquiriendo los siguientes datos de INEGI.

Población	Habitantes
6 a 14 años	65,010
15 a 59 años	226,760
TOTAL =	291,770

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

Datos:

S = 1.96

N = 291,770 habitantes

p = 50% (no se conoce la respuesta de los consumidores y no se tiene probabilidad alguna)

q = 50%

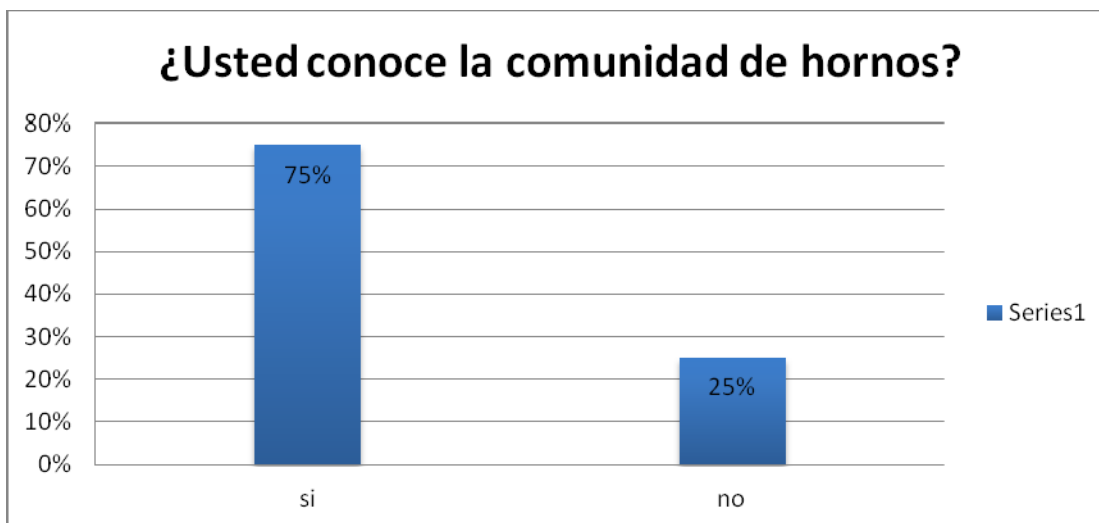
e = 5%

fórmula aplicada:

$$n = \frac{(1.96)^2 (291,770)(.50)(.50)}{(.05)^2(291,770 - 1) + (1.96)^2(.50)(.50)} = 383.65$$

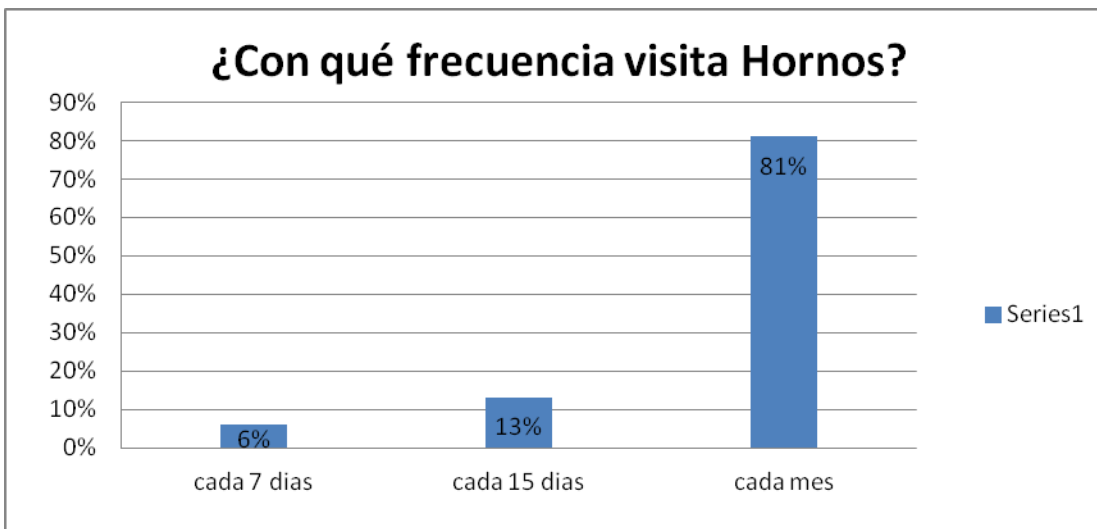
Para efectos de esta investigación se aplicaron 300 encuestas.

Gráficas



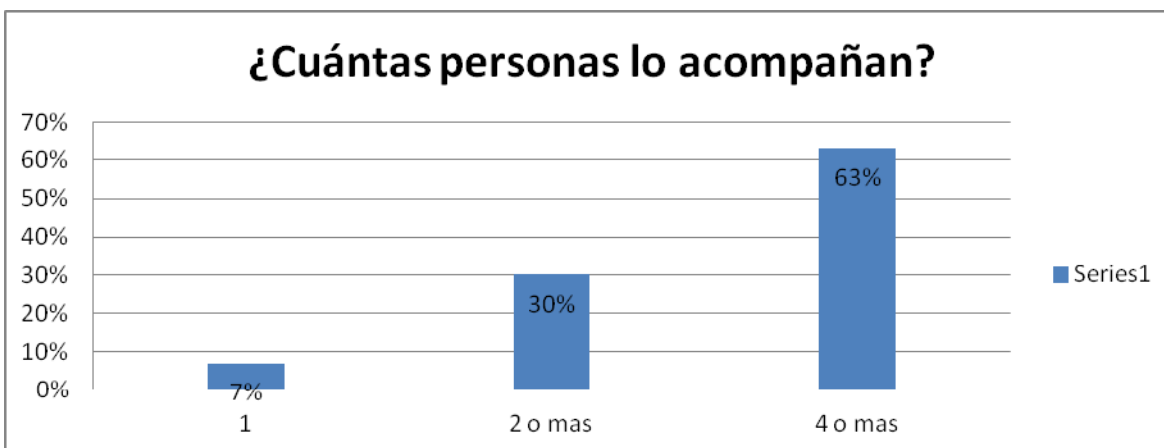
Análisis: La finalidad de esta pregunta es identificar si las personas que viven en Cajeme conocen la comunidad de hornos.

Interpretación: El 75% de los encuestados dijeron que si conocen la comunidad de hornos, mientras que el 25% nos dice que no la conoce.



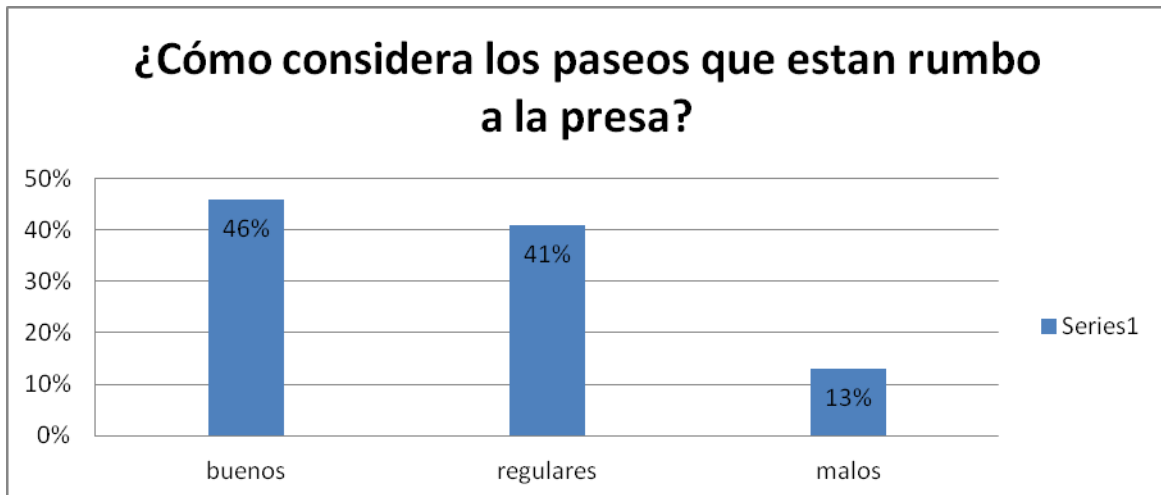
Análisis: la finalidad de esta pregunta es conocer con que tanta frecuencia la población de Cajeme visita hornos.

Interpretación: esta grafica nos arrojo que solo el 6% de todos los encuestados visitan hornos cada fin de semana, mientras que el 13% lo hace cada 15 días, y en una mayoría de los encuestados visita hornos cada mes con el 81%.



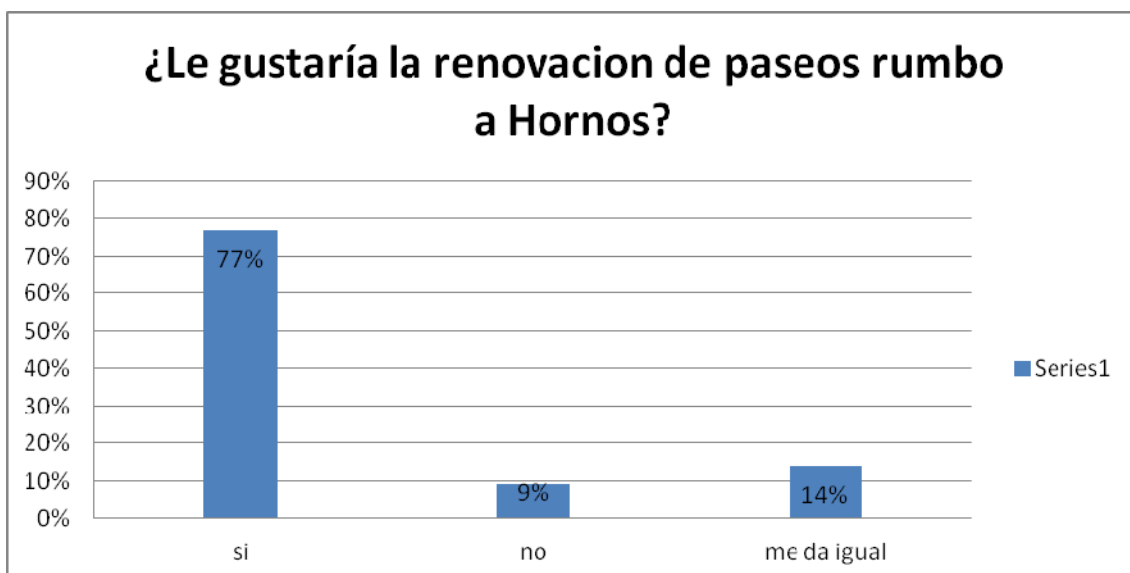
Análisis: la finalidad esta pregunta es conocer si las personas de la comunidad de Cajeme van sola o acompañadas a hornos, e identificar el número de personas que acompañan al encuestado.

Interpretación: la presente grafica nos dice que del 100%, el 7% va solo a esta comunidad, mientras que un 30% va con 2 personas o más, y el 63% va con 4 personas o más.



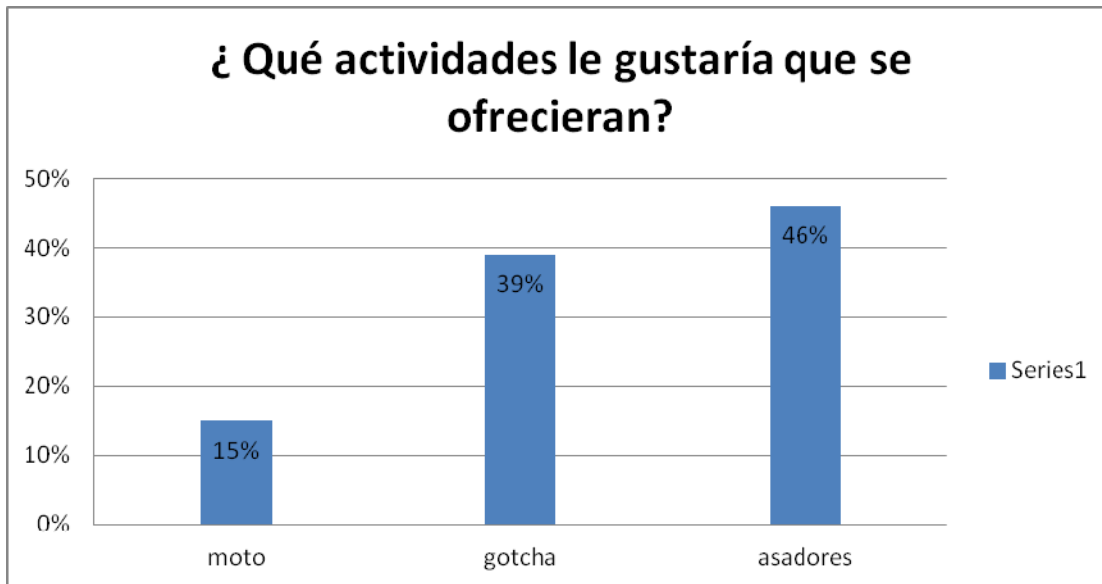
Análisis: la finalidad de esta pregunta es identificar como califican las personas encuestadas, los paseos rumbo a hornos.

Interpretación: el 46% nos dice que son buenos, mientras que el 41% nos dice que son regulares y un 13 % nos dice que son malos.



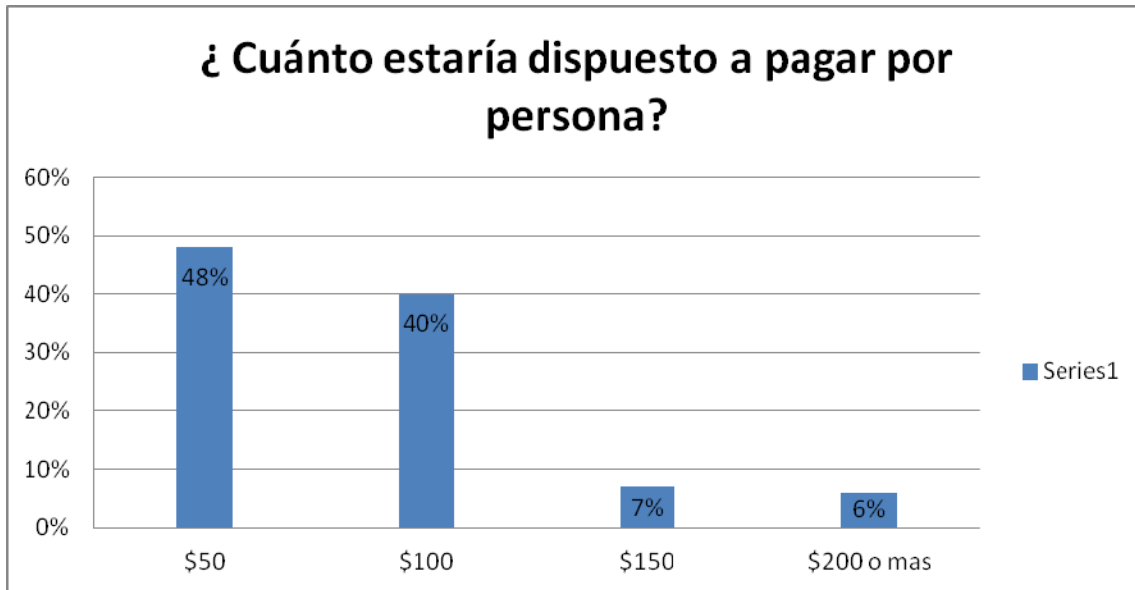
Análisis: la finalidad de esta pregunta es conocer que tan interesada esta la gente de Cajeme en que los paseos rumbo a hornos sean remodelados

Interpretación: el 77% de las personas encuestas nos dijeron que si, el 9% dijo que no y el 14% dijo que le daba igual.



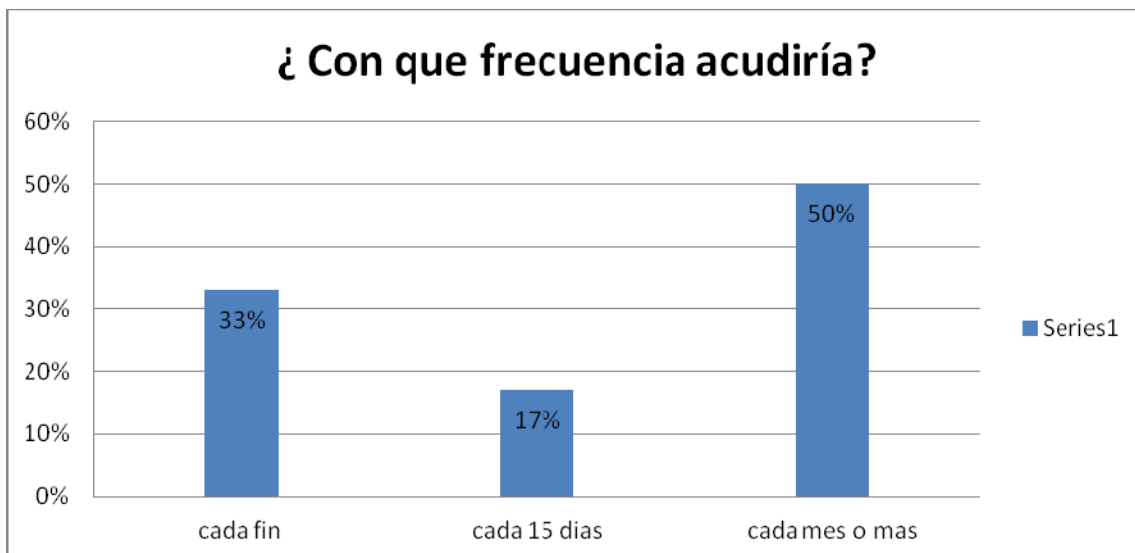
Análisis: la finalidad de esta pregunta es conocer que actividades les gustaría a las persona de Cajeme que se implementaran en la comunidad de hornos

Interpretación: el 15% dijo que les gustaría la actividad de ciclismo en moto, el 39% opto por gotcha, mientras que el 46% dijo que asadores y palapas.



Análisis: la finalidad de esta pregunta es identificar cuanto estaría dispuesto a pagar el consumidor por los servicios ofrecido ya antes mencionados.

Interpretación: la mayoría de los encuestados opta por lo mas económicos y con un 48% dice que \$50, mientras que un 40% dice \$100, 7% \$150 y la minoría con un 6% dice que 200 o más.



Análisis: la finalidad de esta pregunta es conocer que tan seguido acudiría la gente a estos paseos.

Interpretación: el 33% dice que cada fin, el 17% dice que cada 15 días, y un 50% dice que cada mes o más.

Mercado meta

El mercado al que va dirigido el servicio es especialmente para personas de temprana edad, hasta personas menores a 70 años (preferentemente).

A todas aquellas familias sean de ciudades cercanas a la comunidad de hornos, y de otros estados.

En relación con su oportunidad, la demanda es demanda insatisfecha: ya que hornos no cuenta con los suficientes atractivos que demanda la población. Las encuestas arrojaron datos de consumidores poco interesados en esta población.

En relación con su necesidad, la demanda de bienes de gusto: en este proyecto se tienen bienes no necesarios, ya que los paseos son para personas que quieran salir a distraerse en compañía de la familia y efectuando un pago por ello, en zonas verdes y áreas recreativas, por lo cual enfatizamos que son bienes de gusto.

En relación a su temporalidad es demanda continua: su demanda es continua ya que en efecto todo el año se puede prestar el servicio, sin embargo existen épocas en donde la demanda aumenta como lo es en el verano, esto por el aumento de la temperatura, y fechas vacacionales.

De acuerdo a su destino es demanda de bienes finales: como demanda final será el trato directo con el cliente y la buena atención.

Oferta

Oferta real

Después de haber realizado las encuestas se puede determinar la oferta real; como se ha mencionado en puntos anteriores se realizaron 300 encuestas las cuales arrojaron como resultado que un 75%, es decir, a 225 personas les interesan consumir los servicios que ofrece la comunidad de hornos, también comentaron que efectivamente estarían dispuestos a visitar los paseos de manera frecuente, mientras tanto el 25% restante, 75 personas, no muestran interés por los servicios. Es importante resaltar que la demanda está distribuida en los diferentes oferentes del servicio ya que otros paseos en regiones cercanas ofrecen un servicio similar y los turistas tienen un abanico de opciones.

Oferta potencial

Lo que se ofrece es un excelente ambiente familiar, en áreas recreativas y zonas verdes, las cuales le proporcionen comodidad a las personas, todo esto acompañado del río yaqui. Es por ello que con este proyecto se puede incluir la venta de distintos productos caseros como las empanadas típicas de esta comunidad, de esta manera la economía la de las familias se verá reflejada.

Oferta proyectada

Después de haberse analizado los servicios que se van ofrecer dentro de este proyecto se tiene la visión de ir creciendo, para lograr ser a mediano plazo una comunidad con demanda turística en la región.

Se proyecta colocar nuevos servicios innovadores, con mayor infraestructura como una tirolesa y un puente colgante, donde la adrenalina y la diversión estarán al máximo, buscando que familias enteras se puedan olvidar de problemas cotidianos y logren pasar un momento familiar lleno de diversión, desde luego con el contacto con la naturaleza.

Competencia / precio

Ahora bien, hay una serie de competidores en regiones aledañas, los principales son el paseo Sahuaro, paseo el coyote, y albercas el pueblito, que muestran gran captación de visitantes los fines de semana. En el caso del paseo Sahuaro es un lugar amplio, con buena higiene, aguas tranquilas, y buena imagen se encuentra ubicado aproximadamente 3 kilómetros después del paseo el álamo y manejan costos de \$ 50.00 por carro.

Mientras tanto el paseo el Coyote es considerado la mayor competencia de la región ya que cuenta con buenas instalaciones en sus albercas, las familias pueden elaborar alimentos en el lugar, es amplio, hay control en la higiene del lugar, es decir cuentan bolsas o botes para depositar la basura, y horarios flexibles. En cuestión de costos se manejan de igual manera pago por vehículo y para el uso de las albercas su costo individual es de \$30.

Las albercas el pueblito cuenta con 3 distintas albercas, es un lugar amplio, con baños, árboles frutales en algunas partes del lugar, con botes para depositar la basura, un cuarto para elaborar

alimentos, asadores, y es muy fácil llegar al lugar; sus costos son de \$50.00 pesos por adultos, niños \$30.00 al entrar al lugar se identifican con una pulsera la cual les permite acceder al lugar.

Como se puede observar la competencia tiene un precio relativamente similar lo que hace que el consumidor pueda determinar su destino no tanto por el precio sino por la calidad del servicio y de esta manera pone en ventaja a este proyecto que tiene como finalidad darle un servicio de calidad a los visitantes a un precio accesible.

Canales de distribución

La oferta de productos y servicios de este proyecto es de manera directa, por lo que los precios no incrementarían.

III Estudio Técnico - Administrativo

Desarrollo del producto

Los productos que se buscan ofrecer en esta comunidad son actividades recreativas como: El paseo del Álamo que ofrece excelentes opciones en un área para circuito de motos, y ciclismo de montaña, iniciando por una divertida experiencia en zonas y rutas magníficas plagadas de adrenalina, curvas, ascensos y descensos, Aventuras al extremo es un paseo que consta de pasar un día lleno de adrenalina y diversión al extremo, aquí podrás realizar actividades como práctica de gotcha, así como la práctica de ciclismo y jugar voleibol como si estuvieras en la playa, El paseo “El rinconcito”, ofrece áreas recreativas donde las personas tendrán sus propias palapas, su asador, mesas, sillas, baños, columpios para niños, el río donde podrán bañarse en las tranquilas aguas todo esto con el fin de brindar a las familias un día agradable e inolvidable, y por último, el paseo la isleta es uno de los lugares en los que podrá disfrutar de actividades deportivas como futbol, baloncesto ,voleibol y mas, la diversión estará al máximo y todo esto en compañía de la familia y/o grupo de amigos.

Descripción del proceso productivo

En si no se cuenta con un proceso productivo ya que no se va a elaborar un producto si no que se va a ofrecer un servicio, por lo que el proceso productivo de nuestro servicio por llamarle de algún modo va de la persona que está ofreciendo el servicio que es el empresario al consumidor final, y de una forma gráfica quedaría de la siguiente manera:



Estructura organizacional

Planeación Estratégica

Misión:

"Liderar el mercado regional en áreas recreativas".

En función de la visión, se tiene como propósito ser líderes en el mercado local de áreas recreativas.

Se cuenta con una importante ventaja competitiva que es la calidad, la cual estará presente en toda relación con los clientes, empleados y proveedores, actuando como dirigentes en las áreas recreativas de la región para lograr diferenciarnos del resto.

Estas áreas familiares servirán a los paseantes de manera única, generando un ambiente singular para las familias.

Se pretende llegar a aquellas personas que buscan buen ambiente, esparcimiento, diversión y convivencia familiar.

Visión:

"Ser el espacio referente que difunda y refleja la naturaleza y belleza regional, generador de diversión y buenos momentos".

Se aspira a convertirse en un espacio que refleje tranquilidad y a la vez mucha diversión. Se busca ser el espacio referente e innovador en nuestra región.

Con esto llegar a ser creadores de buenos momentos, de un estilo de vida más ligero y llevadero, basado en el interés por la familia la naturaleza y la diversión.

Se busca que la gente se lleve una buena experiencia, que cuando piense en hornos lo asocie con la mejor alternativa para pasar un buen momento, original distinto y agradable. En donde se sienta cómodo y a gusto.

Valores:

Los principales valores que se manejan son:

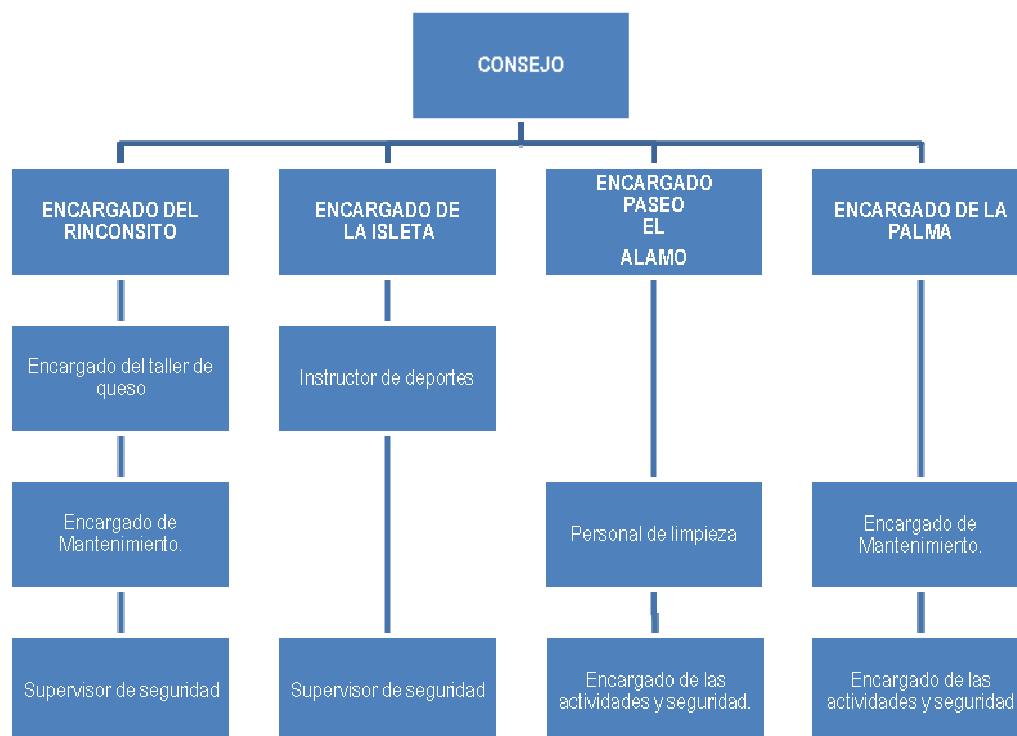
Honestidad: una forma de vivir congruente entre lo que se piensa y la conducta que se observa hacia el prójimo, que junto a la justicia, exige en dar a cada quién lo que le es debido.

Objetivos:

En vistas de la visión en función de la misión, se han definido siete metas – objetivos, los cuales se llevaran a cabo de forma mensual:

1. Lograr supervivencia / permanencia.
2. Lograr crecimiento.
3. Generar rentabilidad.
4. Estar al gusto del cliente.
5. Ser los mejores de los alrededores.
6. Tener el mejor ambiente familiar.
7. Ser el paseo más visitado de la región.

Organigrama



Inversión para la puesta en marcha

A continuación se enlistan los requerimientos de suministros e insumos y el precio (basado en cotizaciones actualizadas).

Rincón del queso

El precio asignado al paseo del “Rincón del queso” es de acuerdo al material utilizado y personal del lugar. Los pagos son calculados por día.

Pago de encargada del taller	\$150
Materia prima en base a 10 cuajadas	\$300
Pago de encargado de limpieza	\$70
Desechables para la cuajada	\$18
Total	\$538
Costo por evento \$ 80 por adulto y \$50 por niño	

TRIMOGOT

El precio que se asignara al paseo “TRIMOGOT” será de acuerdo a las actividades personales y materiales necesarios por evento.

Pago de los guías	\$200
Persona de limpieza	\$120
Personal de seguridad	\$400
Total	\$700
Costo por evento \$ 100 en general	

LA ISLETA

El precio que se asignara al paseo “La isleta” será de acuerdo a las actividades a realizar y el personal.

Pago al personal encargado del paseo	\$250
Pago al personal de limpieza	\$150
Total	\$400
Costo por entrada \$ 20 en general	

Aventuras al extremo

El precio que se asignara al paseo “Aventuras al extremo” será de acuerdo a las actividades, personal y materiales necesarios por eventos.

Pago al personal encargado del paseo	\$250
Personal de limpieza	\$120
Personal de seguridad	\$200
Total	\$570
Costo por evento \$ 100 en general	

A continuación se enlistan los requerimientos de mobiliario, maquinaria y equipo de oficina, transporte y demás que se ocupan para llevar a cabo el proyecto así como los precios.

Artículo	\$ unitario	# artículos	Sub total	IVA 16%	Total
Motos	\$19,729	6	\$118,374	\$18,940	\$137,314
Redes para portería	\$1,500	2	\$3,000	\$480	\$3,480
Equipo de cómputo	\$5,300	1	\$5,300	\$848	\$6,148
Equipo de Oficina	\$4,500	1	\$4,500	\$720	\$5,220

Salvavidas	\$390	12	\$4,680	\$749	\$5,429
Asadores	\$480	7	\$3,360	\$538	\$3,898
Palapas	\$3,800	7	\$26,600	\$4,256	\$30,856
Bancas	\$180	7	\$1,260	\$202	\$1,462
Amacas	\$120	4	\$480	\$77	\$557
Columpios	\$450	1	\$450	\$72	\$522
Resbaladeros	\$380	1	\$380	\$61	\$441
Trampolín	\$1,200	1	\$1,200	\$192	\$1,392
TOTAL					\$196,717

IV Estudio Financiero

Premisas

Inversión total

Inversión fija	\$196,717.00
Inversión diferida	\$3,500.00
Capital de trabajo	\$2,000.00
Inversión Total	\$202,216.00

Presupuesto de ingresos e ingresos

Ingresos anuales	\$335,711.00
Costos fijos anuales	\$107,180.00
Costos variables anuales	\$80,140.00

Financiamiento

Financiamiento	Proporción	Costo de capital
Financiamiento externo	70%	15%
Financiamiento interno	30%	9%

Estados financieros proyectados (Estado de resultados, Flujo de Efectivo y Estado de Situación Financiera)

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos	335,711.00	352,496.55	370,121.38
(-) Costos Variables	80,140.00	84,147.00	88,354.35
(-) Costos Fijos	107,180.00	107,180.00	107,180.00
Depreciación y Amortización	20,021.60	20,021.60	20,021.60
Total costos fijos	127,201.60	127,201.60	127,201.60
Utilidad de Operación	128,369.40	141,147.95	154,565.43
<u>COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO</u>			
Gastos Financieros	21,232.68	14,155.12	7,077.56
Productos Financieros			
Utilidad antes de impuestos	107,136.72	126,992.83	147,487.87
ISR	32,141.02	38,097.85	44,246.36
PTU	10,713.67	12,699.28	14,748.79
Utilidad del ejercicio	64,282.03	76,195.70	88,492.72

PRESUPUESTO DE EFECTIVO PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<u>Entradas de Efectivo</u>			
Ingresos	335,711.00	352,496.55	370,121.38
Productos Financieros			
Total de entradas de efectivo	335,711.00	352,496.55	370,121.38
<u>Salidas de Efectivo</u>			
Costos Variables	80,140.00	84,147.00	88,354.35
Costos Fijos (sin depreciac. y amortización)	107,180.00	107,180.00	107,180.00
Gastos Financieros	21,232.68	14,155.12	7,077.56
Documentos por pagar	47,183.73	47,183.73	47,183.73
ISR	0.00	32,141.02	38,097.85
PTU	0.00	10,713.67	12,699.28
Total de salidas de efectivo	255,736.41	295,520.54	300,592.78
Flujo de operación	79,974.59	56,976.01	69,528.60
(+) Saldo Inicial	2,000.00	81,974.59	138,950.60
Saldo Final para Balance General	81,974.59	138,950.60	208,479.20
Flujo de operación para calcular flujos de efectivo para la evaluación económica	79,974.59	56,976.01	69,528.60
(+) Valor de Rescate	0.00	0.00	140,151.20
(+) Capital de trabajo	0.00	0.00	2,000.00
Flujo de efectivo para la evaluación económica	79,974.59	56,976.01	211,679.80

BALANCE GENERAL PROYECTADO

Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<u>ACTIVO</u>				
<i>Circulante</i>				
Efectivo en caja o bancos e insumos	2,000.00	81,974.59	138,950.60	208,479.20
Total de Activo circulante	2,000.00	81,974.59	138,950.60	208,479.20
<i>No Circulante</i>				
Mobiliario y equipo	196,716.00	196,716.00	196,716.00	196,716.00
Depreciación acumulada Mob. y equipo		19,671.60	39,343.20	59,014.80
Equipo de reparto	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada eq. de reparto		0.00	0.00	0.00
Equipo de computo	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada eq. de computo		0.00	0.00	0.00
Herramientas	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada de herramienta		0.00	0.00	0.00
Edificio	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada de edificio		0.00	0.00	0.00
Activos Diferidos	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
Amortización acumulada de Activos diferidos		350.00	700.00	1,050.00
Total de Activo no circulante	200,216.00	180,194.40	160,172.80	140,151.20
TOTAL ACTIVO	202,216.00	262,168.99	299,123.40	348,630.40

<u>PASIVO</u>				
<i>A corto plazo</i>				
Institución Bancaria 1	47,183.73	47,183.73	47,183.73	0.00
Institución Bancaria 2	0.00	0.00	0.00	0.00
ISR por pagar	0.00	32,141.02	38,097.85	44,246.36
PTU por pagar	0.00	10,713.67	12,699.28	14,748.79
Total Pasivo a corto plazo	47,183.73	90,038.42	97,980.87	58,995.15
<i>A largo plazo</i>				
Institución Bancaria 1	94,367.47	47,183.73	0.00	0.00
Institución Bancaria 2	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivo a largo plazo	94,367.47	47,183.73	0.00	0.00
TOTAL PASIVO	141,551.20	137,222.15	97,980.87	58,995.15
<u>CAPITAL CONTABLE</u>				
<i>Contribuido</i>				
Capital social (Aportación de socios)	60,664.80	60,664.80	60,664.80	60,664.80
Total Capital Contribuido	60,664.80	60,664.80	60,664.80	60,664.80
<i>Ganado</i>				
Utilidades del ejercicio	0.00	64,282.03	76,195.70	88,492.72
Utilidades Acumuladas	0.00	0.00	64,282.03	140,477.73
Total Capital Ganado	0.00	64,282.03	140,477.73	228,970.45

TOTAL CAPITAL CONTABLE	60,664.80	124,946.83	201,142.53	289,635.25
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	202,216.00	262,168.99	299,123.40	348,630.40

Evaluación económica

Técnicas de evaluación	Resultados	Interpretación
Valor presente neto (VPN)	\$76,321.00	El VPN es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es aceptado ya que los flujos a valor presente son mayores que la inversión total lo que muestra un rendimiento positivo en el proyecto
Tasa interna de rendimiento (TIR)	27%	La tasa interna de rendimiento es mayor al costo ponderado de capital de 10.05% por lo que el proyecto es aceptable.
Índice de rentabilidad (IR)	1.3	Por cada peso que se invierte se tiene un rendimiento de \$1.30 o bien, se tiene un excedente de \$0.30 pesos
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	2 Años 3 meses	Se recupera dentro del horizonte del proyecto de 3 años según la planeación del mismo.

4.2 Plan de negocio del Corredor de la Sierrita, Sonora

I Descripción del producto

Naturaleza del negocio, sector turístico en el que se desarrolla

Este proyecto consiste en ofrecer distintas actividades turísticas en la comunidad de la sierrita que van desde paseos en caballo, talleres de elaboración de platillos tradicionales, recorridos por la sierra, realización de actividades cotidianas de la vida de un ranchero, entre otras actividades. Con el fin de ofrecer los servicios necesarios para que el turista se sienta cómodo y satisfecho en su visita después de vivir nuevas experiencias, sintiendo el contacto con la naturaleza, paisajes y la

cultura del lugar. El turismo que llega a esta comunidad es el Urbano que viene de Ciudad Obregón, Navojoa y Álamos a pasar un rato agradable.

Descripción del producto o servicio

A continuación se dará una breve descripción de las principales actividades que se ofrecerán:

- **Recorridos:** se pretende ofrecer Treks o Recorridos en los cuales se podrá observar la belleza que conforma la Sierra de Álamos que se caracteriza por su selva baja caducifolia, lo cual significa que durante cierta temporada del año, los árboles pierden todo su follaje; así bien la Sierrita cuenta con bosque de encino, bosque de pino encino y matorral espinoso, haciéndola única por su diversidad natural. La flora, y la fauna que habita en el lugar alcanzan más de 1100 especies de plantas y aproximadamente 460 especies de animales. Los Recorridos se dividen en cinco: Cabalgata al Choreve también conocido como el escondite del Choreve, que consiste en un recorrido caminado o bien en caballo por la Sierra, en el cual se admirarán las cuevas compuestas por enormes rocas redondas y amontonadas, así como el paisaje sobre el mirador, siendo este el mayor atractivo para los amantes de la naturaleza. Este es un recorrido de aproximadamente una hora y media en caballo hacia la sierra oeste.
- Separado de los ya mencionados se encuentran los recorridos a las Cuevas del Puente; Caminata a través de veredas por las que se topa con los diferentes tipos de bosque (encino y matorral espinoso) llegando a un segundo mirador con vista hacia las cabañas. Por otra parte se puede apreciar los rastros de animales silvestres a través de los caminos trazados, teniendo como destino final, un resguardo subterráneo compuesto por cuevas donde se puede caminar a través de ellas, disfrutando del entorno. Este recorrido al igual que el anterior puede realizarse caminando o en caballo, dependiendo de las preferencias.
- **Rancho.** Con esta actividad se pretende la práctica de actividades cotidianas de la vida de un Ranchero, en las que los turistas puedan disfrutar, llevar a cabo y aprender de estas, estando siempre en contacto con la naturaleza. Las actividades a realizar consistirán en Talleres de elaboración de platillos tradicionales del lugar

(tortillas, frijoles puercos, queso, etc.) ordeña de vacas, senderismo por los alrededores, recolección de frutos, etc.

- Turismo Ornitológico. El cual consiste en desplazarse a un sitio específico para observar la avifauna en su entorno natural, lo que significa que las aves vuelan libremente.

Identificación de riesgos y oportunidades para el negocio

Oportunidades

- Apoyo para el financiamiento de proyectos Turísticos por parte del Gobierno Federal (escalera náutica).
- Tecnología para futuros proyectos en el área.
- Turismo generado en el Municipio de Álamos.
- Generación de empleos.
- Crecimiento de la demanda en el ecoturismo.
- Apoyo promocional por parte del gobierno del estado a través de medios electrónicos y organizaciones.
- Cercanía al municipio de Álamos que es visitado por Turistas Nacionales, Regionales e Internacionales.

Riesgos

- Desastres naturales.
- Productos sustitutos o del mismo giro.
- Desarrollo de nuevos proyectos en la localidad.
- En la entrada se encuentra el Basurero municipal de Álamos.
- Dificultad en trámites para financiamiento.
- Proyectos por realizarse semejantes al de las cabañas de la sierrita (competencia).
- Falta de promoción.
- Disminución de la demanda ecoturística.

- Incendios y deforestación ocasionados por los desmontes de vegetación con fines agrícolas u otros.

Conformación del negocio (individual, en grupo, sociedad, cooperativa, etc.)

Su estructura jurídica será la sociedad cooperativa integrada por personas físicas con base en intereses comunes y con los principios de solidaridad y esfuerzo en conjunto con la finalidad de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción de bienes y servicios.

II Estudio de Mercado

Demanda

Existen tres mercados meta, siendo estos:

Familias: en busca de convivencia y el descanso además de la diversión, aprovechando los lugares atractivos con los que cuenta tanto el Rancho como las Cabañas y los Recorridos, además de un sin fin de actividades a realizar.

Científicos: especializados en alguna área como la observación de aves, flora, fauna (gracias a la variedad de tipos de selva) y astronomía; se le puede considerar el segmento de mayor importancia.

Jóvenes: con la posibilidad de vivir una experiencia diferente donde por su variedad de paisajes y de actividades que se pueden practicar deportes extremos ya que cuentan con lugares propicios para ellos.

Dentro del cada segmento la edad, sexo, estado civil, etc. no es de gran importancia ya que hay actividad para todo tipo de personas.

El status económico de los turistas se piensa que debe ser de media y alta, con posibilidad de realizar inversiones en este tipo de actividades de placer.

Determinación de la muestra

Según estadísticas registradas por la INEGI, el municipio de Álamos está conformado por 336 localidades sumando en total hasta el año 2005 un total 24,493 habitantes (INEGI 2010)

Tomando en cuenta lo anterior se puede considerar que el mercado potencial para este nuevo producto turístico “La Sierrita” son el municipio de Álamos, Navojoa, Huatabampo, así como Cajeme, debido a que en el primero hay una considerable fluencia de turismo norteamericano siendo inminente las posibilidades atacarlo con éxito.

Cajeme cuenta con una población total censada en el 2005 de 375,800. En Navojoa, Sonora la población total censada en el 2005 de 144,598 y en Huatabampo existe una población de 74,533 habitantes censada en el 2005 (INEGI).

Los principales indicadores de hoteles y moteles de Sonora, muestran un 55.5% de ocupación nacional, 14.22 de extranjeros lo que igual a lo mencionado a nivel regional e internacional representan un mercado posible a explotar (Fuente: SECTUR con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT)- Sistemas de Información Turística Estatal (SITE).

$$N= 619,424$$

$$Z= 1.96$$

$$p= .70$$

$$e= .30$$

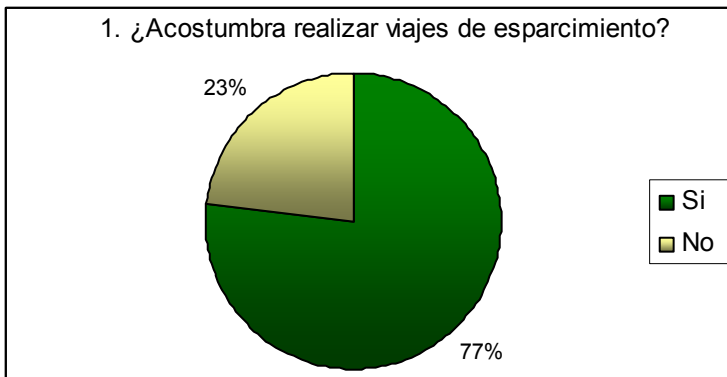
$$n= \frac{s^2NPq}{e^2(N-1)+S^2Pq}$$

$$n= \frac{(1.96)^2(619,424)(.70)(.30)}{(.05)^2(619,424)+(1.96)^2(.70)(.30)}$$

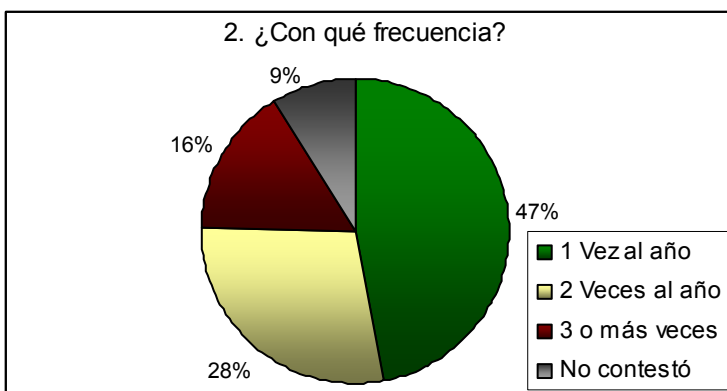
$n= 323$ Es el tamaño de la muestra en el que se debe de entrevistar, para conocer si el servicio será aceptado

Gráficas de Resultados.

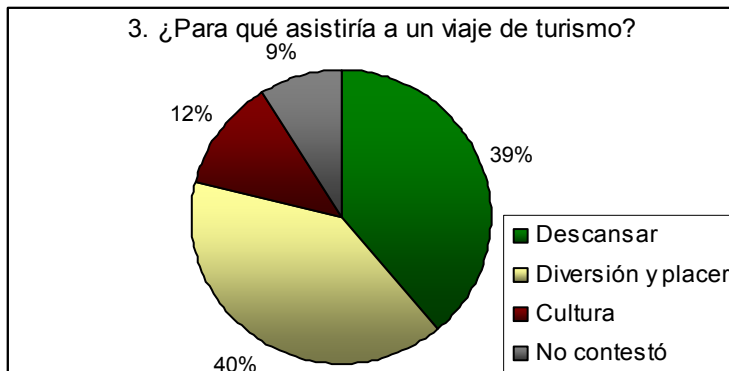
Con la finalidad de saber si la empresa tendrá aceptación en el mercado se opto por realizar encuestas, las cuales arrojaron los siguientes resultados.



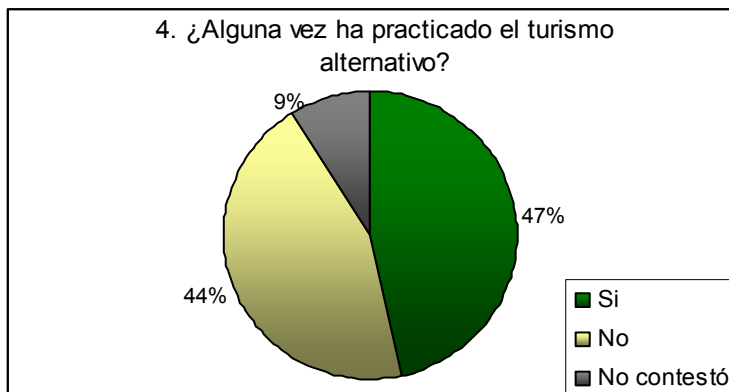
Análisis. El objetivo de esta pregunta es saber si el mercado meta al que va dirigido el proyecto tiene la necesidad de realizar viajes de esparcimiento. El 77% de las personas encuestadas afirmaron que hacen viajes de esparcimiento, y el 23% dijeron que no acostumbra realizar este tipo de viajes.



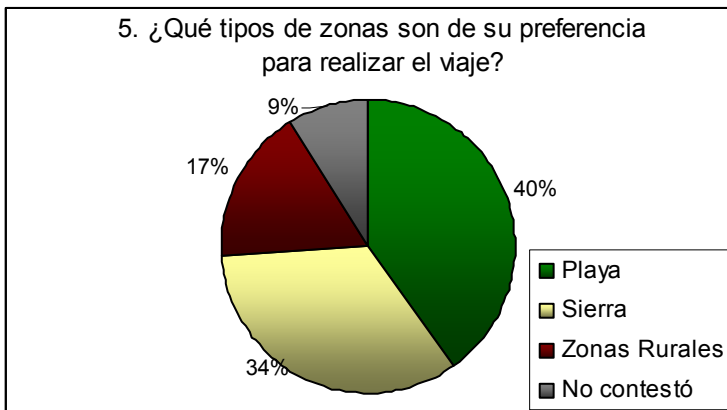
Análisis. Con esta pregunta se desea saber la frecuencia que tienen las personas la necesidad de realizar viajes de esparcimiento. Y las encuestas arrojaron la mayoría de de los encuestados hace viaje solamente una vez al año, el 28% lo hace 2 veces en el año, el 16% afirmo que hace viajes de esparcimiento 3 veces o más al año y el 9% restante no contestó al cuestionamiento.



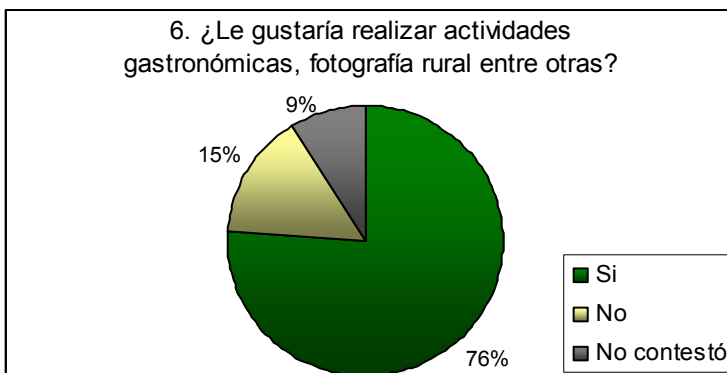
Análisis: Lo primordial en el cuestionamiento de la pregunta 3 es saber las razones por las cuales el cliente decide realizar un viaje, con el objetivo de saber cuáles son las necesidades del viajero, ya que depende cual sea el motivo de viaje del cliente se ofrecerán las actividades que se adecuen a sus necesidades. El 39% de los clientes que se interesan en viajar lo hacen para descansar, el 40% lo hace por diversión y placer, el 12% viaja para conocer nuevas culturas y el 9% restante no contestó.



Análisis. Con esta pregunta se desea saber los viajeros toman en cuenta al turismo alternativo cuando deciden tener un viaje. Los resultados muestran que de los 300 encuestados el 47% si ha practicado alguna vez este tipo de viaje, y el 44% nunca ha practicado este tipo de turismo, y el 9% restante no contestó.



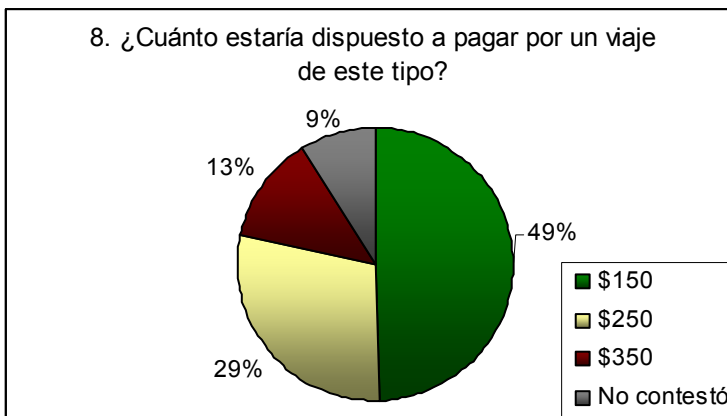
Análisis. El objetivo de esta pregunta es saber los lugares que el cliente desea visitar en sus vacaciones con la finalidad de tener una idea de los productos sustitutos del láser existentes en el mercado. El principal destino que se utiliza en las comunidades de Cajeme, Álamos, Huatabampo y Navojoa es la playa con el 40% de utilización, como segunda alternativa se tiene a la sierra con el 34% de los encuestados, el 17% de los encuestados contestaron vacacionar en zonas rurales y el 9% no contesto.



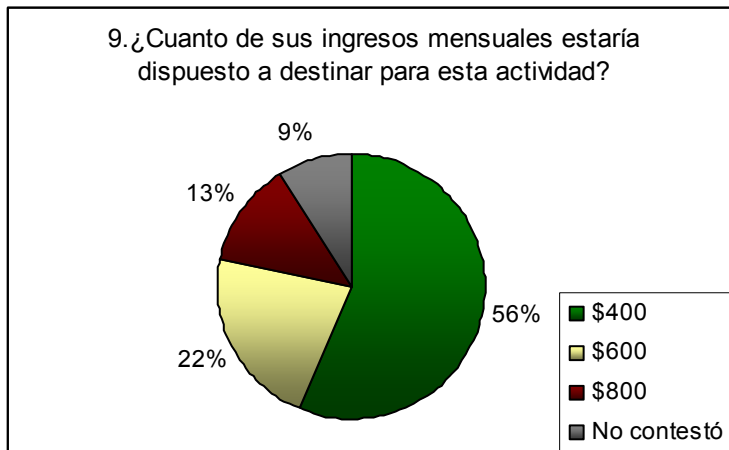
Análisis. Para saber si las actividades que se ofrecerán al cliente en la sierrita como talleres gastronómicos, fotografía rural, vivencias místicas, entre otras actividades; se aplico esta pregunta la cual indica que de los 30 encuestados el 76% opina que si le gustaría realizar las actividades antes señaladas, solo el 15% no tiene interés y el 9% restante no contesto.



Análisis: Lo primordial en el cuestionamiento de la pregunta 7 es saber cuál será el ambiente apropiado para el lugar dependiendo de las intenciones del cliente, el 47% desea asistir en familia, el 31% quiere viajar con amigos, el 13% desea viajar solo y el 9% no contestó.



Análisis. El objetivo de esta pregunta es saber cuánto está dispuesto a gastar el viajero por persona al realizar este tipo de viaje, para así poder hacer un presupuesto de las posibles entradas de efectivo que se tendrán y establecer el precio. La mayoría está dispuesto a gastar \$150 por persona, el 29% puede gastar \$250, el 13% está dispuesto a pagar \$350 por un viaje de este tipo y el 9% restante no contestó.



Análisis. El objetivo de esta pregunta es saber cuál es el poder adquisitivo mensual del mercado meta. El 56% está dispuesto a gastar \$400 de sus ingresos mensuales en este tipo de viaje, el 22% puede gastar \$600, el 13% puede gastar \$800 y el 9% no contestó al cuestionamiento.

La demanda por su oportunidad es satisfecha no saturada; es en la que aparentemente se encuentra satisfecha, pero tiene la oportunidad de acrecentamiento si se usan las herramientas mercadotecnicas como son la publicidad y los descuentos.

De acuerdo a las encuestas realizadas, la demanda de este proyecto es por su temporalidad y demanda regular o esporádica, esto es porque el corredor turístico de la Sierrita va habitualmente gente lo que son los fines de semana y sobre todo que se hace muy pocas veces por mes o por año por familia o por grupos de personas que visitan la sierrita.

Oferta y competencia

Oferta Real

El paseo de la "Sierrita " ofrece gran variedad de servicios, en cuanto lo que es el paseo de Choreve, la empresa cuenta con la capacidad instalada para ocho personas, para cubrir tanto sus necesidades entre otras cosas, con el que están incluidos, comida, baño, pago a la CONANP, así como guiador turístico.

Oferta Proyectada.

Debido a la aceptación que se ha tenido, con los clientes que han asistido a la "Sierrita" por el momento se está en vías de desarrollo, por lo que con el tiempo y viendo la aceptación de los

servicios que se ofrecen en el, se podrán hacer varias modificaciones en los servicios que se ofrecen o crear nuevas actividades recreativas como:

1. Comida de la región
2. Juegos (deportivos)
3. Juego Gotcha (pistola con balas de pintura)

Competencia de La Sierrita:

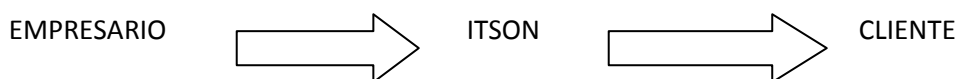
- Rancho "La Montosa", Moctezuma, Sonora. Este rancho ofrece lo siguiente: aquí se realizan campamentos de verano para niños y jóvenes, incluye transportación, hospedaje, material de trabajo y camiseta del campamento.
- Rancho Cerro Colorado. Cananea, Sonora.
- Rancho Varela. Agua prieta, Sonora.
- Rancho El Labrador. Ures, Sonora: este cuenta con las siguientes actividades: caminata, cabalgata, ciclismo, remo y pesca, cacería y tours.
- Rancho Esperanza. Hermosillo, Sonora.
- Rancho Divisaderos. Fronteras, Sonora.
- Rancho San José, Álamos, Sonora.
- Rancho El Peñasco, Magdalena ,Sonora . Tiene el Programa Granja-Escuela, diseñado para niños y jóvenes en edad escolar, con el objetivo de provocar un encuentro con la naturaleza, convivir con animalitos y fomentar el respeto hacia nuestra madre tierra: "pachamama". Rutas Turísticas: El Peñasco Rancho-Museo ofrece dos rutas: Ruta Cañón del Quiche, hacia el interior de la serranía, ideal para la práctica de senderismo y montañismo, ruta Hacienda 1892; la más solicitada por el visitante. Incluye un recorrido explicativo por los diversos edificios del rancho, participando en algunas de sus actividades e incluye la proyección de un video que muestra el proceso de producción de borrego, Paquetes Turísticos: Se ofrecen diversas alternativas, dependiendo de la temporada. Para grupos escolares y de la tercera edad les ofrecemos tarifa especial, Actividades: Caminata,

Sendero, Campismo, Observación de pájaros, Observación nocturna del firmamento, Fogatas, Cuentos y leyendas , Safari fotográfico, Tour por las instalaciones del rancho, Bicicleta de montaña , Cabalgata, Talleres, películas y actividades ambientalistas, Tour por los principales puntos de interés turístico del municipio, Hostal juvenil mochilero: dormitorios, baños, regaderas, cocina, estancia, recamaras, biblioteca, Área de pic nic, Área para acampar, Museo comunitario, Biblioteca y sala de lectura, Área de juegos para niños y jóvenes., Dry camping, Mesas y asadores, Huerta, Área de siembra, Granja didáctica, Ruinas de antigua hacienda, Modulo de información turística, Cría y engorda de borrego, Amplio estacionamiento.

- Rancho "Puerto Blanco" Caborca, Sonora.
- Rancho "La Esmeralda" Nogales, Sonora.
- Rancho "MABABI" Fronteras, Sonora.
- Rancho "ARIBABI DE COCOSPORA", Sonora.
- Rancho "ARIBABI", Sonora.
- Rancho "Los Vallecitos", Yécora, Sonora. Este rancho ofrece lo que son: cabañas, Cabalgatas a miradores del rancho, Bicicletas de montaña, Pesca recreativa de lobina, Caza (guajolote silvestre, venado cola blanca, jabalí de collar y codorniz), Senderismo y Observación de la bóveda celeste con telescopio.

Canales de distribución/ promoción

En lo que respecta al canal de distribución este será un canal indirecto debido a que existirá un intermediario entre el empresario y el cliente, dicho intermediario será el ITSON a través de una agencia comercializadora la cual hará el contacto con los clientes ya sean internos o externos.



(Agencia de turismo)

Se eligió este tipo de canal debido a que los empresarios de la comunidad no tienen la experiencia requerida para comercializar los servicios que ofrecen, motivos por los cuales eligió a ITSON para que le brinde asesoría y le comercialice sus productos.

III Estudio Técnico-Administrativo

Desarrollo del producto

El servicio en el cual se centrará el estudio será el recorrido por el Choreve que consiste en un recorrido caminado o bien en caballo por la Sierra, la ruta tiene una extensión aproximada de 8128 metros, desde las cabañas hasta la cueva, ya que se tiene que bordear parte de la sierra, en el cual se admirarán las cuevas compuestas por enormes rocas redondas y amontonadas, así como el paisaje sobre el mirador, siendo este el mayor atractivo para los amantes de la naturaleza.

Algunas recomendaciones para llevar a cabo este recorrido son:

- El nivel de esfuerzo que se requiere es moderado sostenido.
- Es conveniente llevar sombrero, manga larga y pantalón de tela (no mezclilla).
- El acceso a la cueva es a pie por una vereda empinada.
- Llevar agua o Suero para evitar la deshidratación.

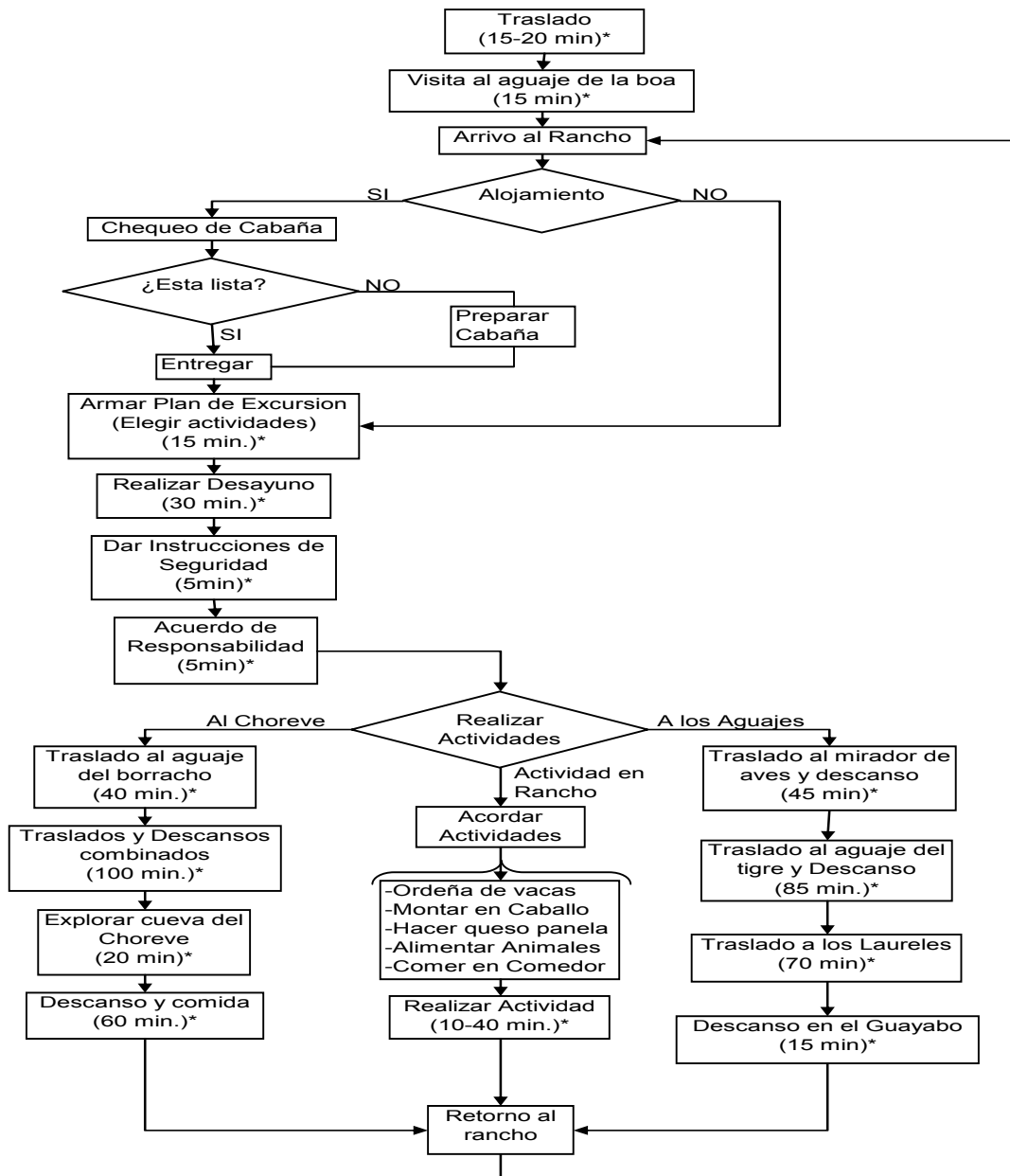
Descripción del proceso.

A continuación se dará una breve descripción del proceso que se dará en el recorrido del Choreve desde que llega el cliente al rancho hasta que se regresa al punto de partida.

1. Partiremos suponiendo que el cliente está en la ciudad de Álamos, y el tiempo de traslado de la ciudad antes mencionada a la sierrita es de 15 a 20 min.
2. En el trayecto de Álamos -la sierrita se hace una breve parada de 15 min. para que el turista admire la belleza del aguaje de la boa.
3. Transcurrido lo anterior se llega al rancho.

4. Ya estando en el rancho se procede a armar el plan de excursión en el cual el cliente elegirá las actividades que más le guste. (en esta parte del proceso el tiempo aproximado de elección es de 15 min.)
5. Una vez elegidas las actividades a realizar independientemente de su elección, se procede a tomar un desayuno que sirve como “rompe hielo” para que el grupo de turistas se integren y disfruten de un desayuno balanceado para tomar los nutrientes necesarios para el resto del día (30 min.).
6. Después del desayuno se procede por seguridad del turista a una plática de seguridad dada por el instructor de una duración de 5 min.
7. Ya teniendo claras las reglas de seguridad del corredor turístico se procede a firmar un acuerdo de seguridad donde queda plasmado que al cliente le fueron explicadas las normas de seguridad del lugar.
8. Una vez planteadas las normas de seguridad se procede a realizar las actividades de su elección (al Choreve, actividad en el rancho y los aguajes) que en nuestro caso la actividad seleccionada es el recorrido por el Choreve. Después de 40 min. de recorridos desde que se salió del rancho la primera parada se da en el aguaje del borracho en el cual el turista va observando durante el recorrido la belleza del aguaje.
9. Después del aguaje la siguiente parada es la cueva, pero antes de llegar transcurren 100 min. de recorrido pero con descansos intercalados.
10. Se llega a la cueva del Choreve y se dan 20 min. para que el cliente explore la cueva y se hace un breve recorrido dentro de ella.
11. Una vez se haya recorrido la cueva se da un descanso de 60 min. en el cual se da la comida que generalmente consiste en alimentos propios de la región.
12. Finalmente, después de la comida y el descanso se procede al retorno al rancho, por el camino antes hecho, pero esta vez sin paradas.
13. Una vez en el rancho se le da al cliente la opción de quedarse en las cabañas o bien emprender su viaje de regreso al punto de partida, la ciudad de Álamos.

Proceso en diagrama de flujo:



Estructura organizacional

Planeación estratégica

Misión: "Ecoturismo La Sierrita se compromete a Brindar servicios de calidad, bienestar y armonía para ayudar a nuestros clientes a lograr la relajación, vitalidad y salud que requieren en sus vidas,

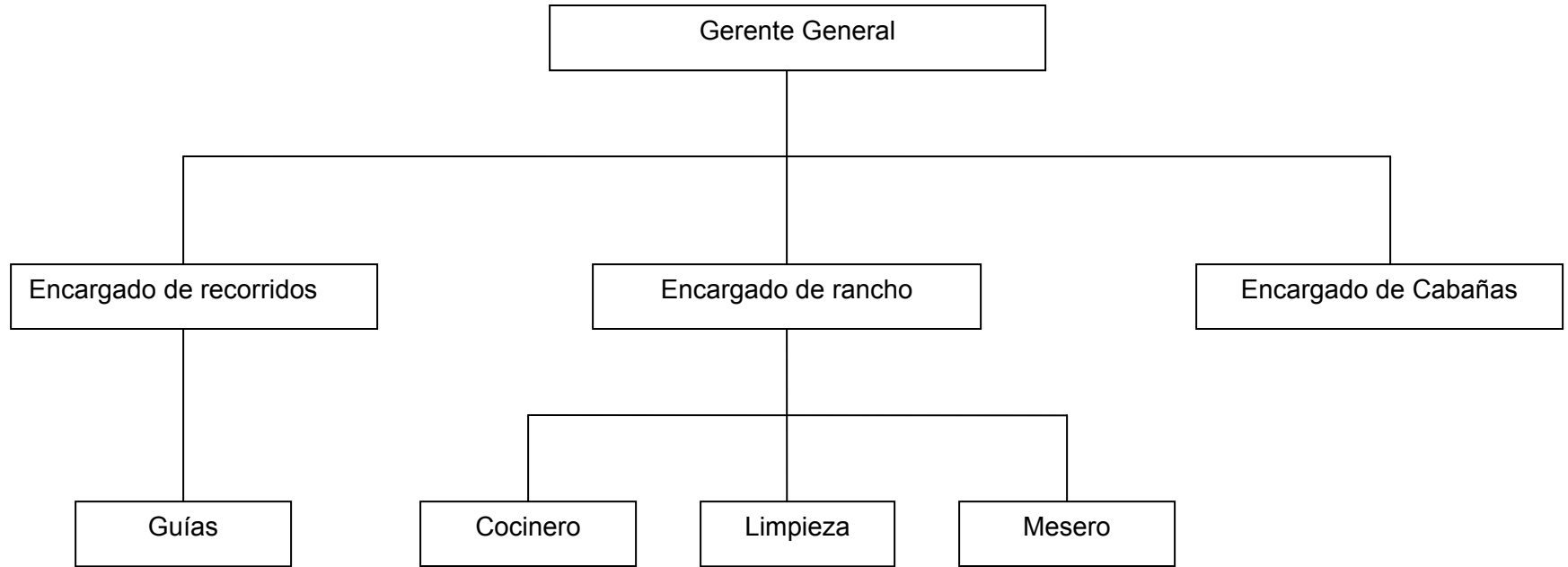
acercándolos a las bellezas naturales del Estado de Sonora y conservar el medio ambiente, buscando generar un desarrollo sustentable en la región”.

Visión: “Ecoturismo La Sierrita busca llegar a ser el destino turístico más consolidado en la región, para tener la preferencia y satisfacción de nuestros clientes excediendo sus expectativas de buen servicio; además, busca generar una sociedad con una mejor calidad de vida y autosuficiencia”.

Objetivos:

- Ser una empresa socialmente responsable, desde su creación.
- Lograr que el personal se desarrolle profesionalmente. Se les pondrá un cuestionario al turista para que comente sobre la calidad del servicio.
- Mantener siempre una buena imagen. Desde su inicio.
- Lograr el reconocimiento. En un plazo no mayor a 5 años.
- Ser competitivos. Hacer pruebas del ofrecimiento del producto para medir tiempo y calidad en ofrecer el servicio.
- Liquidez. Tratar de que siempre en la empresa tenga mínimo cubiertos sus gastos sin endeudarse para poder laborar.
- Ser socialmente responsable cumplir con las normas ambientales.
- Brindar una mayor confiabilidad a nuestros clientes. Que de cada 10 turistas que vallan al recorrido cuando menos regresen 4.
- Ampliar el mercado al que nos dirigimos en un plazo no mayor a 7 años.
- Contar con tecnología en las distintas actividades del corredor por lo menos antes del segundo año.

ORGANIGRAMA



Inversión para la puesta en marcha

Insumos y el precio

En las siguientes tablas se mostraran los insumos necesarios para que el proyecto esté en marcha, especificando que las cantidades de consumo son de 8 personas.

Insumos para Comedor

8 Personas

Alimentos	Cantidad	Cantidad necesaria	Precio	Total
Carne asada	kg	2	\$ 82.00	\$ 164.00
<u>Verdura p/Carne asada</u>				
Pepino	Kg	1	\$ 16.90	\$ 16.90
Zanahoria	Kg	0.5	\$ 7.95	\$ 3.98
Cebolla Cambray	Mazo	3	\$ 5.95	\$ 17.85
Rábano	Mazo	2	\$ 11.45	\$ 22.90
<u>Salsa</u>				
Tomate	Kg	1	\$ 19.90	\$ 19.90
Chile	Kg	0.5	\$ 13.95	\$ 6.98
Cilantro	Mazo	1	\$ 1.95	\$ 1.95
<u>Carbón</u>	kg	1	\$ 39.24	\$ 39.24
<u>Frijol</u>	kg	1	\$ 36.00	\$ 36.00
<u>Quesadillas</u>				
Tortillas Maíz.	kg	1	\$ 11.50	\$ 11.50
Tortillas Harina	kg	1	\$ 18.90	\$ 18.90
Queso	kg	0.5	\$ 92.90	\$ 46.45
<u>Huevos</u>				
Huevos	30 pz	0.5	\$ 51.00	\$ 25.50
Chorizo	kg	0.3	\$ 50.50	\$ 15.15
Jamón	kg	0.5	\$ 42.90	\$ 21.45
Machaca	kg	0.3	\$ 299.00	\$ 89.70
<u>Bebidas</u>				
Café	kg	0.2	\$ 130.00	\$ 26.00
Jugos	1 lt	3	\$ 12.90	\$ 38.70
Refrescos	500 ml	10	\$ 6.05	\$ 60.50
<u>Postres.</u>				
Arroz c/leche	kg	0.3	\$ 29.00	\$ 8.70
Pastel de la estación.	Kg	1	\$ 75.90	\$ 75.90
Total				\$ 768.14

Materiales de Limpieza.

	Cantidad	Precio	Total
Escobas	1	\$ 59.90	\$ 59.90
Trapeador	1	\$ 48.92	\$ 48.92
Limpiador	0.3	\$ 14.19	\$ 4.26
Jabón.			
Jabón lavatrastos	0.5	\$ 14.90	\$ 7.45
Jabón liquido	0.5	\$ 17.65	\$ 8.83
Jerga	1	\$ 10.99	\$ 10.99
Blanqueador	0.3	\$ 16.24	\$ 4.87
Jabón de ropa	1	\$ 17.90	\$ 17.90
Suavizante de telas	0.3	\$ 38.90	\$ 11.67
Total			\$ 174.78

Material de Protección para Cuevas.

	Cantidad	Precio	Total
Casco.	10	\$ 300.00	\$ 3,000.00
Linternas.	10	\$ 24.00	\$ 240.00
Total			\$ 3,240.00

Insumos Diferidos

	Cantidad	Precio	Total
Papelería	0.12	\$27.13	\$3.26
Diesel	20	\$8.32	\$166.40
Total			\$169.66

Servicios

		Cantidad	Precio	Total
Agua	m3	2	\$14.56	\$29.12
Luz	KW	15	\$2.60	\$39.00
Gas	Kg	3	\$9.23	\$27.69
Total				\$95.81

 Materiales para la elaboración del queso

	Cantidad	Precio	Total
Leche entera de cabra o vaca			
Extracto de renina	0.2	\$50.00	\$10.00
Termómetro de uso alimentario.	0.02	\$230.00	\$4.60

Bolsa de tela porosa para filtración.	0.5	\$20.00	\$10.00
Recipiente para fermentación	0.02	\$169.00	\$3.38
Recipiente para cuajado	0.02	\$112.16	\$2.24
Colador de cocina.	0.2	\$30.65	\$6.13
Total			\$36.35

	Cantidad	Precio	Total
Comida para el ganado	0.5	\$190.00	\$95.00

Sueldo de Empleados	Diario
Coordinador general de la Sierrita	\$200.00
Encargado de recorridos	\$150.00
Encargado del rancho	\$150.00
Encargado de cabañas	\$150.00
Guías	\$150.00
Cocinero	\$80.00
Limpieza (rancho)	\$80.00
Mesero	\$80.00
Total	\$990.00

Costo de materiales para construcción para recorrido Choreve y Recorridos.

Barandal de madera.

CONCEPTO	CANTIDAD REQUERIDA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Postes de madera(centro Troza)	1795 piezas	\$59.04	\$105,974
Vigas de madera 2ª(2x2x8)	3590 piezas	\$30.92	\$111,003
Clavos	50 Kg.	\$26.21	\$1,311
Cemento	6 sacos	\$115.31	\$692
Tornillos p/madera	7300	\$1.18	\$8,614
Total			\$227,593

Barandal con Cuerda

CONCEPTO	CANTIDAD REQUERIDA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Postes de madera(centro Troza)	1795 piezas	\$60.79	\$109,120
Cuerda Henequén	3230 metros	14.6762	\$47,404

Cemento	6 sacos	115.313	\$692
Tornillos p/madera	7300	\$1.18	\$8,614
Total			\$165,830

Costos Mano de Obra

CONCEPTO	COSTO	DÍAS REQUERIDOS	TOTAL
Albañil	\$524	6	\$3,000
Carpintero	\$524	6	\$3,000
Auxiliares	\$262	6	\$1,572
Total			\$7,572

IV Estudio Financiero

Premisas

Inversión total

Inversión fija	\$341,708.00
Inversión diferida	\$0
Capital de trabajo	\$3,240.00
Inversión total	\$344,948.00

Presupuesto de ingresos e ingresos

Ingresos anuales	\$1,112,400.00
Costos fijos anuales	\$650,184.00
Costos variables anuales	\$231,129.56

Financiamiento

Financiamiento	Proporción	Costo de capital
Financiamiento externo	70%	16.03%
Financiamiento interno	30%	6.77%

Estados financieros proyectados (Estado de resultados, Flujo de Efectivo y Estado de Situación Financiera)

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos	1,112,400.00	1,179,144.00	1,249,892.64
(-) Costos Variables	231,129.56	244,997.33	259,697.17
(-) Costos Fijos	650,184.00	650,184.00	650,184.00
Depreciación y Amortización	34,170.80	34,170.80	34,170.80
Total costos fijos	684,354.80	684,354.80	684,354.80
Utilidad de Operación	196,915.64	249,791.87	305,840.67
COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO			
Gastos Financieros	38,706.62	25,804.41	12,902.21
Productos Financieros			
Utilidad antes de impuestos	158,209.02	223,987.46	292,938.46
ISR	47,462.71	67,196.24	87,881.54
PTU	15,820.90	22,398.75	29,293.85
Utilidad del ejercicio	94,925.41	134,392.47	175,763.08

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<u>Entradas de Efectivo</u>			
Ingresos	1,112,400.00	1,179,144.00	1,249,892.64
Productos Financieros			
Total de entradas de efectivo	1,112,400.00	1,179,144.00	1,249,892.64
<u>Salidas de Efectivo</u>			
Costos Variables	231,129.56	244,997.33	259,697.17
Costos Fijos (sin depreciac. Y amortización)	650,184.00	650,184.00	650,184.00
Gastos Financieros	38,706.62	25,804.41	12,902.21
Documentos por pagar	80,487.87	80,487.87	80,487.87
ISR	0.00	47,462.71	67,196.24
PTU	0.00	15,820.90	22,398.75
Total de salidas de efectivo	1,000,508.04	1,064,757.22	1,092,866.23
Flujo de operación	111,891.96	114,386.78	157,026.41
(+) Saldo Inicial	3,240.00	115,131.96	229,518.74

Saldo Final para Balance General	115,131.96	229,518.74	386,545.15
Flujo de operación para calcular flujos de efectivo para la evaluación económica	111,891.96	114,386.78	157,026.41
(+) Valor de Rescate	0.00	0.00	239,195.60
(+) Capital de trabajo	0.00	0.00	3,240.00
Flujo de efectivo para la evaluación económica	111,891.96	114,386.78	399,462.01

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO

Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<u>ACTIVO</u>				
<i>Circulante</i>				
Efectivo en caja o bancos e insumos	3,240.00	115,131.96	229,518.74	386,545.15
Total de Activo circulante	3,240.00	115,131.96	229,518.74	386,545.15
<i>No Circulante</i>				
Mobiliario y equipo	341,708.00	341,708.00	341,708.00	341,708.00
Depreciación acumulada Mob. y equipo		34,170.80	68,341.60	102,512.40
Equipo de reparto	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada eq. de reparto		0.00	0.00	0.00
Equipo de computo	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada eq. de computo		0.00	0.00	0.00
Herramientas	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada de herramienta		0.00	0.00	0.00
Edificio	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada de edificio		0.00	0.00	0.00
Activos Diferidos	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortización acumulada de Activos diferidos		0.00	0.00	0.00
Total de Activo no circulante	341,708.00	307,537.20	273,366.40	239,195.60
TOTAL ACTIVO	344,948.00	422,669.16	502,885.14	625,740.75
<u>PASIVO</u>				
<i>A corto plazo</i>				
Institución Bancaria 1	80,487.87	80,487.87	80,487.87	0.00
Institución Bancaria 2	0.00	0.00	0.00	0.00

ISR por pagar	0.00	47,462.71	67,196.24	87,881.54
PTU por pagar	0.00	15,820.90	22,398.75	29,293.85
Total Pasivo a corto plazo	80,487.87	143,771.48	170,082.85	117,175.38
A largo plazo				
Institución Bancaria 1	160,975.73	80,487.87	0.00	0.00
Institución Bancaria 2	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivo a largo plazo	160,975.73	80,487.87	0.00	0.00
TOTAL PASIVO	241,463.60	224,259.34	170,082.85	117,175.38
CAPITAL CONTABLE				
Contribuido				
Capital social (Aportación de socios)	103,484.40	103,484.40	103,484.40	103,484.40
Total Capital Contribuido	103,484.40	103,484.40	103,484.40	103,484.40
Ganado				
Utilidades del ejercicio	0.00	94,925.41	134,392.47	175,763.08
Utilidades Acumuladas	0.00	0.00	94,925.41	229,317.89
Total Capital Ganado	0.00	94,925.41	229,317.89	405,080.97
TOTAL CAPITAL CONTABLE	103,484.40	198,409.81	332,802.29	508,565.37
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	344,948.00	422,669.16	502,885.14	625,740.75

Evaluación económica Técnicas de evaluación	Resultados	Interpretación
Valor presente neto (VPN)	\$152,668.29	El VPN es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es aceptado ya que los flujos a valor presente son mayores que la inversión total lo que muestra un rendimiento positivo en el proyecto
Tasa interna de rendimiento (TIR)	28%	La tasa interna de rendimiento es mayor al costo ponderado de capital de 9.89% por lo que el proyecto es aceptable.
Índice de rentabilidad (IR)	1.44	Por cada peso que se invierte se tiene un rendimiento de \$1.44 o bien, se tiene un excedente de \$0.44 pesos
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	2 años 3 meses	Se recupera dentro del horizonte del proyecto de 3 años según la planeación del mismo.

4.3 Plan de negocio del Corredor de La Aduana, Sonora.

I Descripción del Negocio

Naturaleza del negocio, sector turístico en el que se desarrollará

El proyecto está encaminado a la creación de un negocio a través de la realización de actividades de recreación en un ambiente de ecoturismo en la comunidad de la Aduana, Sonora, enfocando su mercado al sector turístico de jóvenes y familias de las regiones aledañas a este poblado como son: Navojoa, Álamos, Obregón y Huatabampo, Sonora.

Definir el producto o servicio a ofertar

A continuación se mencionan los enfoques y características de estas actividades con la intención de informar cual es el objetivo que se desea cumplir en cada actividad.

El Rappel es una maniobra para descender una pared, una pendiente o un tiro vertical por medio de una cuerda y otros equipos complementarios. Permitiendo el poder trasladarse hacia lugares que de ninguna otra manera se podría acceso, teniendo la oportunidad de apreciar maravillosos paisajes durante el recorrido del descenso. Esta actividad no requiere de gran preparación por parte del turista, siempre y cuando sea conducido por un guía experimentado que cuente con el equipo necesario: cuerdas, arneses, equipo de aseguramiento y descenso, mosquetones, ochos y marimbas, casco y anclajes (Zona turística Actividades de ecoturismo y aventura 2010).

Una Tirolesa es una cuerda o cable en tensión, por la cual la gente se desliza usando una polea para cruzar de un lado a otro un barranco, un río, una cañada o simplemente de un árbol a otro, esto con el fin de transportarse. Actualmente se utiliza como una forma de extraer adrenalina y emociones de las personas de una manera muy segura y divertida. La tirolesa hoy en día forma parte de los principales atractivos en los deportes extremos, es una actividad para chicos y grandes.



El Trek a la quintera consiste en una caminata con el objetivo de apreciar la flora y fauna de Álamos, recorriendo sus principales lugares atractivos, compartiendo experiencias satisfactorias, uno de los lugares específicos a observar son:

- El Mirador De La Quintera.
- Diversos Tiros
- Túneles de Mina
- Mito Fundador “El Bulto” (Padre que fue ahorcado).
- El Pitón es una chimenea de más de 30 metros de altura, donde se fundían los metales.
- La Cruz de los mineros, lugar donde los mineros hacían peticiones para el buen desempeño laboral.



La cabaña ecoturística, de la manera siguiente se detalla cuales son los componentes que complementan su infraestructura interna y externa:

Internas:

- Lámparas
- Cabaña de adobe con literas
- Cocineta
- Ventanas

Externas

- Baño ecológico



- Letrinas
- Zona de sombra natural
- Vivero con plantas decorativas y medicinales en venta
- Señalización
- Horno de adobe
- Temascal
- Bancas y mesas
- Cuenta con cerca o protección externa
- No cuenta con drenaje
- Techo de palma

Conformación del negocio

Su estructura jurídica será la sociedad cooperativa integrada por personas físicas con base en intereses comunes y con los principios de solidaridad y esfuerzo en conjunto con la finalidad de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción de bienes y servicios.

II Estudio de mercado

Demanda

Investigación del mercado

A continuación se muestra el número de habitantes que tiene cada región según INEGI:

CD. Obregón: 210,984 habitantes

Huatabampo: 71,660 habitantes

Álamos: 6330 habitantes

Navojoa: 86,369 habitantes

Población total: 375,343 habitantes

S= 1.96

p= 70%

q= 30%

e= 5%

N= 375, 343

Plantación de formula:

$$n = \frac{1.96^2 * 78,822.03}{$$

$$.05^2 (375,343 - 1) + 1.96^2 * .70 * .30$$

$$n = \frac{302,802.71}{$$

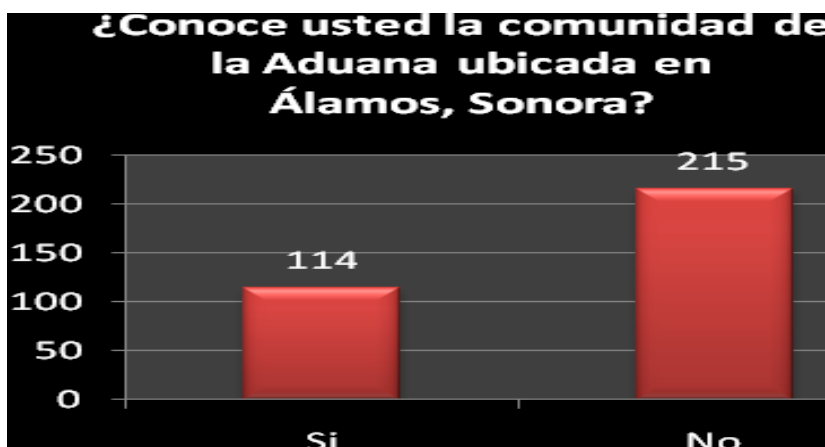
$$913.3125 + 0.38416$$

$$n = 302,802.71 / 913.6966 = 331.40$$

Muestra: 331

Por lo tanto se determina que la muestra que se aplicará para realizar será de 331 encuestas.

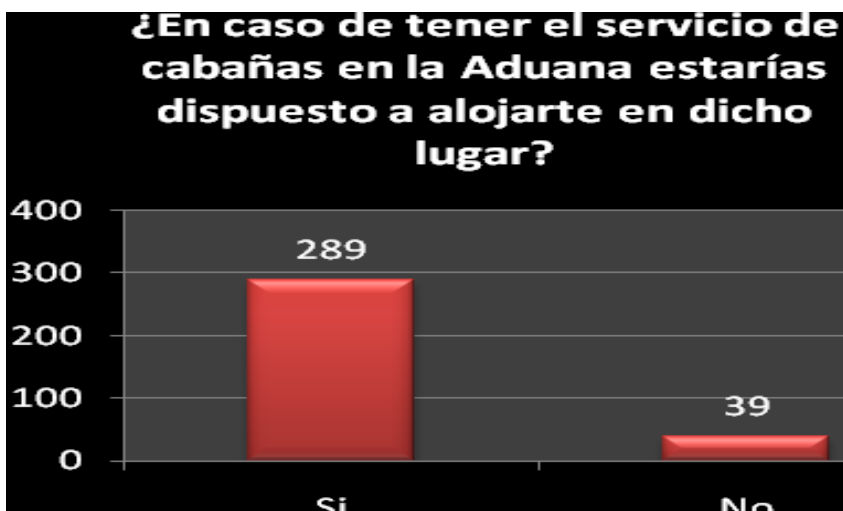
Gráficas e interpretación de información recopiladas



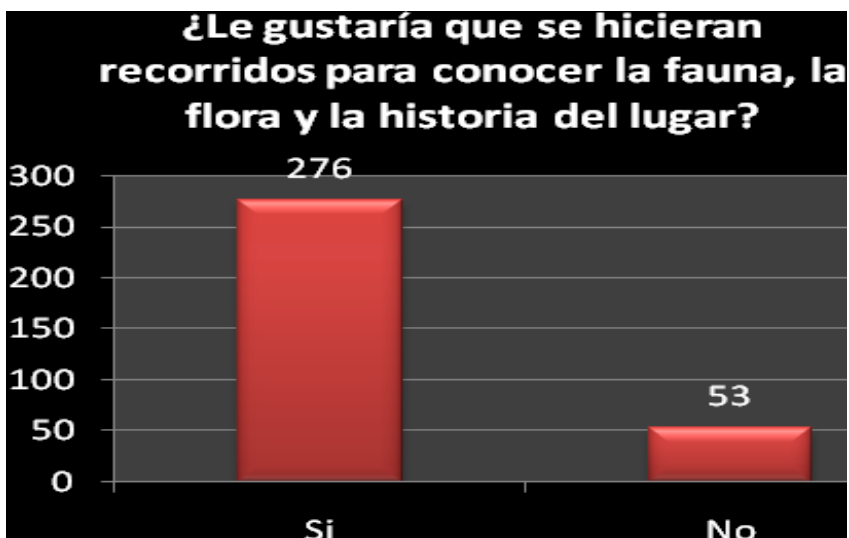
INTERPRETACION: De 331 encuestados, 114 personas contestaron que si conocen la comunidad la Aduana, mientras que 215 personas no la conocen y 2 personas no omitieron su respuesta.



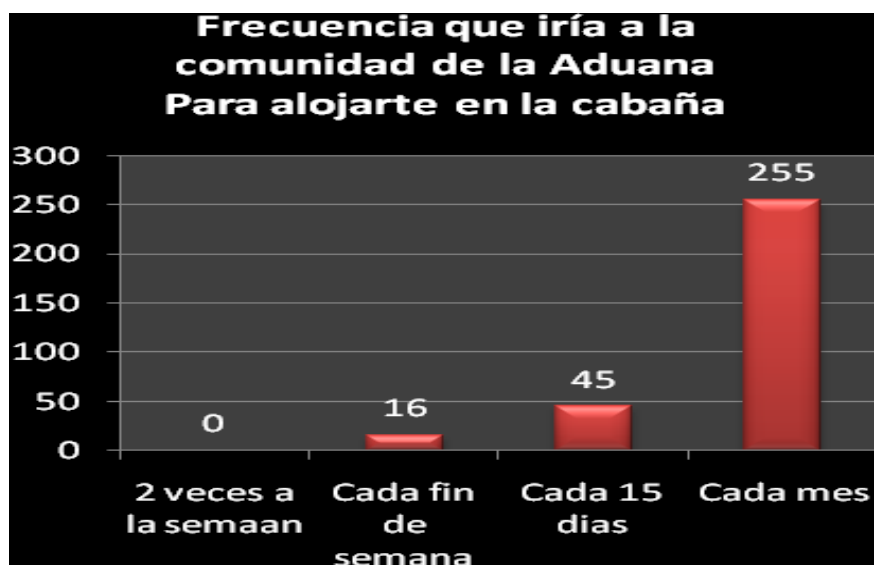
INTERPRETACION: En esta pregunta, 245 personas contestaron que si les gustaría aprender y practicar el deporte de Rappel, mientras que 83 personas contestaron que no, debido al temor de las alturas y 3 personas omitieron su respuesta.



INTERPRETACION: A 289 personas si les gustaría alojarse en las cabañas para vivir nuevas experiencias, mientras que 39 personas contestaron que no les gustaría y dos personas omitieron su respuesta.



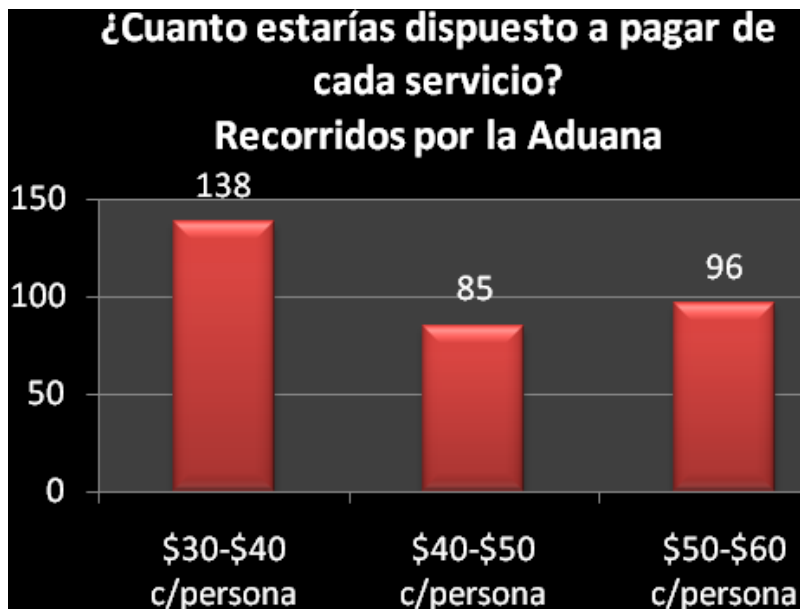
INTERPRETACION: A 276 personas si les gustaría hacer recorridos por la comunidad para conocer su flora y su fauna, al igual que la historia, mientras que 53 personas dijeron que no y 2 personas omitieron su respuesta.



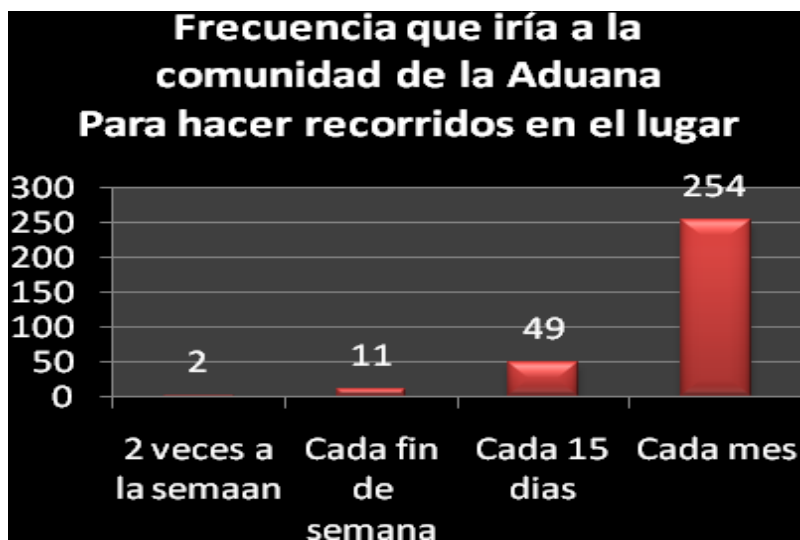
INTERPRETACION: no hubo ninguna persona que contesto que iría 2 veces a la semana, ha alojarse en las cabañas, 16 personas contestaron que cada fin de semana les gustaría, 45 personas dijeron que cada 15 días irían, mientras que 255 personas les gustaría ir cada mes y 15 personas omitieron su respuesta.



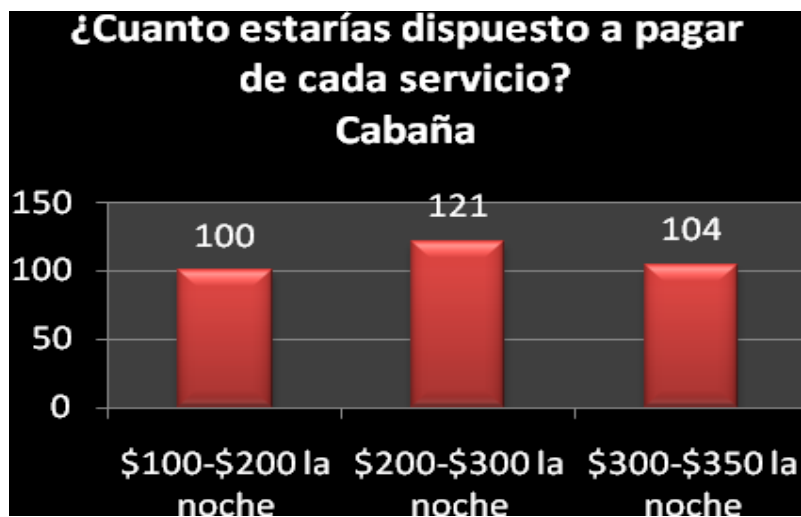
INTERPRETACION: No hubo persona que contestara que le gustaría ir 2 veces a la semana a practicar el Rappel, 14 personas dijeron que cada fin de semana irían, 58 personas cada quince días, mientras que 239 personas irían cada mes a practicar esta actividad, 20 personas omitieron su respuesta.



INTERPRETACION: En este caso 138 personas están dispuestas a pagar de \$30-\$40 pesos por el Trek, 85 personas dijeron que pagarían de \$40-\$50 pesos y 96 personas de \$50-\$60 pesos, mientras que 12 personas omitieron la respuesta



INTERPRETACION: Aquí se presentaron 2 personas las cuales si irían a la comunidad para hacer el Trek 2 veces a la semana, 11 personas irían cada fin de semana, 49 personas cada 15 días, mientras que 254 cada mes, 15 encuestados omitieron su respuesta



INTERPRETACION: En esta pregunta se presento el caso de que 100 personas contestaron que están dispuestos a pagar dentro de \$100-\$200 pesos la noche, por alojarse en la cabaña, mientras que 121 personas contestaron que de \$200-\$300 pesos y 104 personas dijeron que de \$300-\$350 pesos la noche. 7 personas omitieron su respuesta.



INTERPRETACION: 153 personas están dispuestos a pagar de \$60-\$100 pesos por practicar el Rappel, 102 dijeron que pagaban de \$150-\$200 pesos y 60 personas contestaron que pagarían de \$200-\$250 pesos. 16 personas se abstuvieron de contestar.

Oferta y competencia

Esta investigación tiene el fin de identificar cuales empresas son las que actualmente ofrecen al mercado dichos productos. En Sonora, se lleva a cabo el corredor de turismo alternativo del sur de Sonora, que comprende a las comunidades de Yavaros, Moroncarit, La sierrita y la Aduana, Hornos, Cócorit, dichas comunidades se consideran como parte de la competencia, aunque forman parte de un mismo corredor, ofrecen algunos productos que en la Aduana no ofrece. También depende de las preferencias que tiene el cliente hacia el producto, ya que algunas de estas comunidades llegan a cubrir los gustos y necesidades de la persona.

En el caso de Yavaros, situado en el Municipio de Huatabampo, tiene 3,682 habitantes según INEGI (2005), quienes están integrados en el proyecto y fungen como guías en los paseos en lancha, el visitante tiene la oportunidad de realizar snorkel la cual es aquella práctica de nadar en la superficie del agua, mientras se está equipado con una máscara de buceo, un tubo llamado snorkel, aletas, un traje de buceo en caso de que sea aguas muy frías. Se puede observar atracciones submarinas por largos periodos de tiempo, otras de las actividades son la pesca apreciando las aves marinas, que llegan a los posaderos (Enciclopedia libre, 2009).

En Moroncarit, está situado en el Municipio de Huatabampo siendo aquella localidad en donde actualmente residen 1,350 habitantes según INEGI (2005), dentro de ella se consideran ciertas actividades en donde se practican paseos en lancha, el cual lleva a los turistas hacia la zona de los mangles siendo aquellos árboles o arbustos leñosos que crecen en manglares, caminatas por las dunas en donde se acumula arena, y esteros siendo un canal angosto por donde ingresan y salen las mareas a un río (Enciclopedia libre, 2009).

En la Sierrita, ubicado en Álamos, esta localidad ofrece a los turistas el servicio de hospedaje en cabañas, rancho ecoturístico en donde se puede elaborar distintas actividades dentro de ella y recorridos por toda su fauna y floja. En cada uno de estos productos se cuentan con un grupo de personas capacitadas siendo las cuales ofrecerán un servicio y una atención personalizada, tomando en cuenta la satisfacción del cliente.

El pueblo de Hornos se localiza al sur del Estado de Sonora, colinda al sur con Esperanza, al norte con Agua caliente, este con Rosario, y al oeste con la Estación Corral, en donde residen actualmente 274, 257 habitantes según INEGI (2005). Los productos que ofrece son distintivos a cualquier comunidad una de ellas son el rincón queso siendo aquel taller para la elaboración de quesos, aventuras al extremo es un paseo que consta de pasar un día lleno de adrenalina y diversión al extremo, cubriendo las actividades de gotcha, ciclismo y jugar voleibol.

Trimogot ofrece excelentes opciones tales como motos, y ciclismo de montaña. Otra actividad es el trapecio en donde se puede apreciar un increíble mundo de gran biodiversidad. La isleta este paseo es uno de los lugares en donde se puede disfrutar de tirolesa y el puente colgante con barriles.

La comunidad de Cócorit, se encuentra al sur de Cd. Obregón, actualmente tiene 273,431 habitantes según INEGI (2005), las actividades que implementa esta localidad son las siguientes, Cócorit de a caballo, esta actividad tiene el fin de convivir con caballos españoles, aventura de a caballo trata de realizar un recorrido por principales atractivos del pueblo de Cócorit, por último es la diversión al triple en Cócorit, siendo aquel taller en donde se abarcan tres actividades pensadas en el aprendizaje y la diversión de los niños.

Buenavista se sitúa a 48 Km. al norte de Cd. de Obregón, en donde se encuentran 274,807 habitantes según INEGI (2005), dentro de esta localidad se ofrecen tres recorridos, dos de ellos en lanchas teniendo la intención de que los visitantes conozcan el entorno con lo que cuenta Buenavista, ya que tiene distintas atracciones considerando un panorama natural, otras de las actividades son cabalgando en Buenavista teniendo de montar a caballo y al mismo tiempo realizar un recorrido por toda Buenavista y pescando una experiencia.

Estas comunidades se llegan a considerar como unas de las competencias más actuales, ya que forman parte de la ruta turística. Siendo algunas localidades de lo más reconocido dentro del estado de Sonora, además se puede apreciar y aventurarse en sus playas y puertos hermosos, la sierra de Yécora es conocida a nivel nacional e internacional por sus múltiples actividades ecoturísticas, ofreciendo un turismo rural teniendo un contacto con la naturaleza, así como la oportunidad de realizar deportes extremos.

	Comunidad	Actividad
Localidad	Yavaros	✓ Paseos en lancha, Snorkel, pesca y observación de aves marinas.
	Moroncarit	✓ Paseos en lancha, Caminatas por las dunas y esteros, Kayak, observación de aves.
	La sierrita	✓ Cabañas, rancho ecoturístico y recorridos.
	Yécora	✓ Turismo rural, y práctica de deportes extremos.
	Hornos	✓ rincón queso, aventuras al extremo, gotcha, ciclismo y jugar voleibol, Trimogot
	Cócorit	✓ Cócorit de a caballo, al triple en Cócorit
	Buenavista	✓ recorrido por toda Buenavista, pesca

Oferta real, potencial y proyectada

Ya identificando los oferentes que estén dentro del mercado se puede llegar a identificar cual será la oferta real, potencia y proyecta, cada una de estas clasificaciones ayudará a la empresa a determinar cuál será la cantidad que se planea ofrecer actualmente en el mercado, la cantidad

que se proyecta ofrecer dependiendo de la capacidad de la empresa y por último se planeará la cantidad de productos que se decide ofrecer en periodo de tiempo futuro.

Las actividades y servicios que se ofrecen actualmente en la comunidad de la Aduana son catalogados como aquella serie de oportunidad que se tiene para satisfacer las necesidades del cliente, las cuales son identificadas por ser de gran atracción y de agrado hacia la persona, estas actividades son las siguientes, rappel, trek, cabaña ecoturística, emprendiendo un servicio de calidad y profesional, por medio de grupos de personas capacitadas, teniendo el objetivo de cubrir las necesidades sugeridas.

Considerando que la Aduana cobrará popularidad entre las comunidades aledañas, se pueden incluir actividades similares una de ellas pueden ser el ciclismo ya que se fomenta el deporte al realizar recorridos por toda la reserva, siendo aquella manera de imponer una actividad atractiva para los visitantes, otras de las propuestas sería el taller de elaboración de ate, ya que se tiene la cultura dentro de la comunidad hacia la fabricación de ella, por lo que se pretende invitar a las personas a conocer y a experimentar la creación de este delicioso postre, al igual se pretende incluir en el programa de actividades el temascal el cual es identificado y caracterizado por ser baños de vapor de los indios.

Ya que el principio de este proyecto es promover las actividades ecoturísticas por lo que se debe de proseguir con la meta planteada, pretendiendo buscar programas interesantes y atractivos, una de ellas es la tirolesa, deporte extremo en donde se tiene la oportunidad de deslizarse por medio de una cuerda y de las herramientas adecuadas desde alturas sintiendo la adrenalina al realizarlo.

Canales de distribución



III Estudio Técnico-Administrativo

Desarrollo del producto

Con este proyecto se pretende enfatizar todas aquellas riquezas y bellezas que en la comunidad de La Aduana, ubicada dentro de Álamos Sonora se encuentra. Logrando que el turista tenga un lugar de recreación, de aprendizaje, de experiencias, así como de hacer conciencia sobre el cuidado ecológico, ya que este proyecto se desarrollo en una parte de la reserva natural, es por eso que se le llama Actividades Eco-turísticas.

Descripción de procesos productivo

Rappel

Previamente antes de realizar esta actividad es requerible conocer cuál es la descripción de este deporte, permitiendo al visitante familiarizarse por medio de la información que ofrezca el instructor. Por lo que se describirá adecuadamente el procedimiento de esta actividad posteriormente:

1. Se dará una introducción de cuál es el procedimiento de este deporte, restricciones, consejos, explicación de cuál es la función de cada material que se detallara a continuación:
 - ✓ Este deporte tiene tres secciones de dificultad inclinada para principiantes, vertical para iniciados y desplomada para avanzados, los materiales que serán recorridos son los siguientes arnés siendo aquel instrumento adecuado para la cintura y entre las piernas el cual permite asegurar cada paso a realizar, la cuerda permitirá descender y estará ceñido por el arnés, el desceñidor también conocido como ocho ayuda a controlar el descenso por medio de la cuerda.
 - ✓ Se llevara botiquín de primero auxilios.
2. Se formaran grupos de personas en cantidades proporcionales por dos guías quienes asesoran el traslado hacia el lugar a realizar dicho deporte, por lo que requerirá de 3 ayudantes para la coordinación de esta actividad.

3. Preparación de víveres y botiquín de primeros auxilios.

Partida hacia el rappel, 45 min. aproximadamente se llega al lugar en 5 min. del tiro de mina.

4. Llegando al lugar se les dará a los turistas el equipo para la actividad, verificando su apropiada aplicación con ayuda de los guías.
5. Se les explica los pasos que se deben considerar para poder efectuar la actividad, pidiéndoles que tengan confianza y que disfruten de la experiencia, por lo que se realiza una demostración para que visualicen la manera apropiada de descender, aproximadamente la práctica dura 5 min.
6. Se verifica el equipo puesto de cada visitante y se dirigen hacia el tiro de mina.
7. Llegando al tiro de mina se revisa el punto de anclaje, se asegura una cuerda al punto de anclaje, luego se engancha un mosquetón sin seguro.
8. Posteriormente se tiene que enganchar otra cuerda al mosquetón del anclaje.
9. Se revisa por último todo el equipo, el casco los guantes y el arnés, que este bien cerrado con el mallón (arnés) y él engancha del mosquetón éste con seguro.
10. Pasa la cuerda por el descensor y lo engancha al mosquetón.
11. Ahora separa las piernas 1 metro y agarra con la mano adelantada las cuerdas que vienen del punto de anclaje y con la retrasada las que salen del descensor.
12. Sin mover los pies, se deja caer el cuerpo hacia atrás hasta que forme un ángulo recto con la superficie que va a rapelar.

13. La mano adelantada, que se llamará mano de equilibrio, no debe hacer ninguna fuerza. La mano retrasada, mano de control, será la que detendrá nuestro cuerpo cuando hagamos fuerza.
14. Comprueba que al tener las piernas abiertas, el equilibrio es muy bueno, así que no se debe olvidar que mientras se rápela por una pared, se tiene que llevar las piernas abiertas.
15. Para empezar a descender se debe dejar que la cuerda se deslice por la mano de control. Después de la práctica hasta este punto se tarda aproximadamente 10 min.
16. Se tiene que andar lentamente, con el deslizamiento de la cuerda, se forma con el cuerpo siempre un ángulo recto con respecto a la pendiente.
17. Una vez que se llegue abajo se espera un rato para juntar pequeños grupos de 5 para pasar por el túnel de la mina, entre el tiempo de espera y el traslado por el túnel son 22 min.
18. Por último se espera al grupo al final del túnel de la mina, para regresar a la cabaña hay personas que se van a querer tirar nuevamente, en esos casos el grupo se divide, un guía se va con el grupo que no quiere repetir y el otro se queda con los demás.

Trek a La Quintera

Antes de realizar la actividad es importante que el visitante este informado de cual es objetivo y el manejo de la actividad, el Trek es aquel recorrido que se imparta con el fin de conocer la vegetación y la fauna, apreciando el entorno de manera que el visitante pueda obtener una experiencia satisfactoria y relajante. Previamente antes de realizar el recorrido se pretende ofrecer recomendaciones adecuadas para evitar accidentes inoportunos.

1. Se formaran grupo de 10 personas por lo que estarán guiados por dos personas encargadas de verificar y de introducir el viaje.
2. Se preparan los víveres y el botiquín de primeros auxilios.
3. La salida al recorrido comenzara a partir de la iglesia.

4. Durante el trayecto se podrá apreciar una hacienda llamada la quintera el cual pertenecía a los dueños de las minas, por lo que se podría visualizar residuos de mineral que se extraía eventualmente.
5. Siguiendo con el recorrido se llegara a una tumba, teniendo la tradición del lugar de poner piedras sobre las tumbas, para que descansen en paz los muertos.
6. Posteriormente se encuentra un lugar llamado el pitón donde se sube por unas escaleras hasta llegar a dicha lugar, este es donde se fundía el mineral de las minas. Y desde ahí se puede apreciar la vista del pueblo.
7. Otro de los puntos interesantes del recorrido es donde atraviesa un arrollo por el camino, este se encuentra seco, pero se contempla una vista fabulosa, porque toda esa zona se encuentra llena de piedra caliza (piedras blancas) donde se puede apreciar como cruza él arrollo en tiempos de lluvia.
8. Se llega a un punto del recorrido donde se encuentra un lugar llamado el ojo de agua, donde mencionan un poco de historia del lugar y se toman un pequeño descanso y enseguida de este se encuentra un árbol muy peculiar al que se le apodo el árbol de la manita chueca por la forma de sus raíces.
9. Se camina un tramo muy largo que mide 1061 metros donde se puede apreciar hermosos paisajes donde hay variaciones en el terreno se llega a la desviación para ir a una vieja mina donde se encuentra la santa cruz.
10. Al llegar a la mina hay un mirador donde se puede ver un paisaje increíble incluyendo una parte de la ciudad de Álamos. Dentro de la mina se encuentra la santa cruz que es un símbolo puesto en memoria de los mineros que trabajaron y murieron en ella, esta es visita cada año en las fiestas de la virgen de la Balvanera.

11. Al llegar a al quintera se encuentra otro mirador con una vista espectacular, en el mismo lugar hay unas ruinas de una piletas que se utilizaron en tiempos pasados siendo un lugar ideal para tomar fotos.
12. Por último se traslada a las ruinas de una casa que era el hogar de los dueños de la mina donde por la ventana se puede apreciar el cerro de Nacacharamba, que por sus características se defenecía de los demás cerros, En este mismo lugar se encuentran los restos de un molino que se usaba para moler los minerales y un pequeño tiro de mina donde finaliza este fabuloso paseo.

Cabaña eco turística

Siendo La Cabaña un lugar de esparcimiento, no cuenta con un proceso detallado para seguir cada vez que llega un grupo.

Estructura organizacional

Planeación estratégica

Esta planeación tiene como función de fijar la dirección correcta que deba seguirse, implementación principios que permitirán orientar, por medio de una organización de operaciones, se considera esta planeación como aquella función administrativa que ofrece establecer los objetivos, políticas, procedimientos y organizar los programas para poder ejercer el fin deseado. Su objetivo es de tener la función se de ser la guía de acción misma, definiendo los problemas a resolver, planteando soluciones, afrontando niveles de incertidumbre y establece métodos necesarios para asegurar que cada programa sean ejecutados (Mintzberg y Waters, S.F.).

A continuación se muestran los elementos que definan la dirección de este proyecto.

Misión: nos comprometemos a operar de manera satisfactoria, mostrando calidez en el servicio dedicados a complacer a nuestros visitantes, al igual teniendo un enfoque hacia el turismo ecoturístico e ir cumpliendo con nuestras responsabilidades como empresa

Visión: ser una de las principales actividades ecoturísticas a nivel estado, logrando crear conciencia sobre el cuidado natural de flora y fauna; así como también ser el mejor atractivo visual para que con ellos se cree una buena economía para la comunidad La Aduana.

Valores

- Responsabilidad ante el cuidado y mantenimiento de cada una de las actividades
- Honestidad a el objetivo que se quiere lograr
- Ética, para que el cliente siempre este satisfecho
- Disponibilidad
- Respeto
- Entusiasmo
- Conciencia

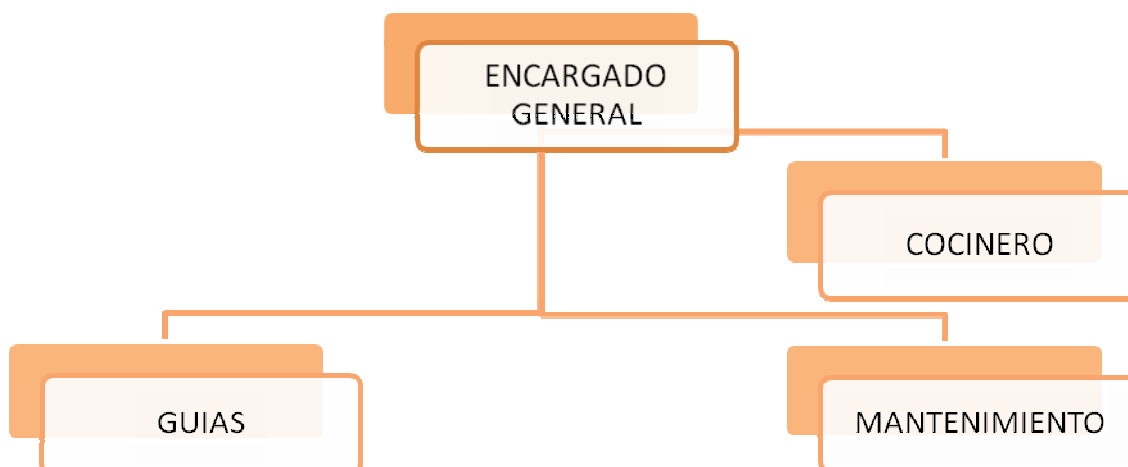
Objetivos

- Brindar actividades innovadores para el visitante, tales como recorridos atractivos, entre otros.
- Ofreciendo un amplio servicio de rappel, con distintas actividades dentro de su programa, pláticas sobre la importancia del ejercicio en la vida rutinaria.
- Teniendo el principal enfoque de lograr la satisfacción total del cliente, todo esto se verá a través de los buenos resultados.
- Al realizar los recorridos del Trek fomentar el interés hacia el medio ambiente, pretendiendo hacer impacto hacia su visualización del entorno.
- En las cabañas su alojamiento permitirá al visitante vivir una experiencia satisfactoria ya que permitirá su comprensión ante el medio ambiente.
- Se ofrecerá amplios paquetes de recorridos a través de la reserva con la intención de atraer la atención del cliente.
- Dar la oportunidad al visitante el emprender una experiencia relajante.

Análisis FODA

FORTALEZAS (INTERNAS)	OPORTUNIDADES (EXTERNAS)	DEBILIDADES (INTERNAS)	AMENAZAS (EXTERNAS)
<ul style="list-style-type: none"> • La gente está interesada en recibir a los turistas • Actualmente cuenta con una carretera pavimentada, mejorando el transcurso para llegar a la comunidad • Tiene una ubicación satisfactoria • Tiene paisajes atractivos para el visitante • La comunidad de la Aduana muestra calidez hacia los visitantes • Involucrar a las comunidades locales a aumentar su desarrollo • Ayuda a conservar el recurso 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con historia minera • Se ubica dentro de un área natural protegida • Creciente consumo de productos ecoturísticos • Hay organismos que apoyan al proyecto • Se encuentra cerca del pueblo mágico de Alamos • Genera empleo en la comunidad • Mayor índice de natalidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con escasa infraestructura • Falta de personas capacitadas con cultura empresarial • No cuentan con experiencia en atención al turista • No tienen conocimientos de inglés para visitantes extranjeros • Existen problemas interpersonales • Falta de señalamientos en ciertos lugares • Muchas personas no conoce las actividades que se ofrece • Escasez de herramientas para las actividades 	<ul style="list-style-type: none"> • Temperaturas extremas en temporadas de calor • Problemas con lluvias excesivas • La competencia dentro de su mercado • Insatisfacción por el cliente hacia los servicios ofrecidos • Derrapes de corros o montañas en donde se realizan los recorridos • Bajas temperaturas en época de frío • Brote de enfermedades epidemiológicas

Organigrama



Inversión para la puesta en marcha

Presupuesto de ingresos

Datos	Capacidad ad 100%	Capacidad ad 70%	Capacidad ad mensual
El rappel	68	48	190
El trek	146	102	409
Cabaña	50	35	140

Temporada alta	Ene-Feb-Mar-Abr- Oct-Nov-Dic
Temporada baja	May-Jun-Jul-Ago- Sep

El rappel												
Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Ventas %	85%	90%	100%	100%	80%	60%	60%	60%	70%	90%	85%	90%
Total Personas	162	171	190	190	152	114	114	114	133	171	162	171
Total	\$ 100,340.80	\$ 106,243.20	\$ 118,048.00	\$ 118,048.00	\$ 94,438.40	\$ 70,828.80	\$ 70,828.80	\$ 70,828.80	\$ 82,633.60	\$ 106,243.20	\$ 100,340.80	\$ 106,243.20

El trek												
Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Ventas %	85%	80%	100%	100%	80%	60%	60%	60%	70%	90%	85%	90%
Total Personas	347	327	409	409	327	245	245	245	286	368	347	368
Total	\$ 30,230.76	\$ 28,452.48	\$ 35,565.60	\$ 35,565.60	\$ 28,452.48	\$ 21,339.36	\$ 21,339.36	\$ 21,339.36	\$ 24,895.92	\$ 32,009.04	\$ 30,230.76	\$ 32,009.04

Cabaña												
Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Ventas %	85%	90%	100%	100%	80%	60%	60%	60%	70%	90%	85%	90%
Total Personas	119	126	140	140	112	84	84	84	98	126	119	126
Total	\$ 60,690.00	\$ 64,260.00	\$ 71,400.00	\$ 71,400.00	\$ 57,120.00	\$ 42,840.00	\$ 42,840.00	\$ 42,840.00	\$ 49,980.00	\$ 64,260.00	\$ 60,690.00	\$ 64,260.00

Requerimientos de suministros e insumos

Rappel			
Articulo	Numero	Precio	Total
Cascos de rappel	20	100	2000
Mosquetones HMS	20		0
Mosquetones de anclaje	20	245	4900
Ocho de aluminio	20	300	6000
Cuerdas estáticas 150 mts. De perlón No. 10	4	2000	8000
Cuerdas sintéticas 150 mts de perlón No. 9.5	4	2000	8000
Arneses	20	650	13000
Radios	12	200	2400
Bicicletas	20	1291.07	25821.4
Cascos	20	400	8000
Rodilleras	20	150	3000
Coderas	20	150	3000
Guantes para rappel	20	200	4000
		Total	\$ 88,121.40
Cabaña			
Artículo	Numero	Precio	Total
Lavamanos y tubería todo completo	1	884	884
Estante para baño	1	160	160
Estante de cinco represas acero 180 de alto y 75 de ancho	1	770	770
Bote de basura	1	55	55
Toallas	15	100	1500
Almohadas	8	130	1040
Cobijas	15	100	1500
Lámparas personales	15		0
Casa de campaña	10	350	3500
Sleeping individual	15	220	3300
		Total	\$ 12,709.00

Nota: Se proyectan 3 cabañas por lo tanto $12,709 \times 3 = \$38,127.00$

IV Estudio Financiero

Premisas

Inversión total

Inversión fija	\$126,248.40
Inversión diferida	0
Capital de trabajo	\$10,000.00
Inversión total	\$136,248.40

Presupuesto de ingresos e ingresos

Ingresos anuales	\$287,031.48
Costos fijos anuales	\$161,218.00
Costos variables anuales	\$1,800.00

Financiamiento

Financiamiento	Proporción	Costo de capital
Financiamiento externo	70%	17%
Financiamiento interno	30%	10%

Estados financieros proyectados (Estado de resultados, Flujo de Efectivo y Estado de Situación Financiera)

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos	287,031.48	304,253.37	322,508.57
(-) Costos Variables	1,800.00	1,908.00	2,022.48
(-) Costos Fijos	161,218.00	161,218.00	161,218.00
Depreciación y Amortización	12,624.84	12,624.84	12,624.84
Total costos fijos	173,842.84	173,842.84	173,842.84
Utilidad de Operación	111,388.64	128,502.53	146,643.25
<u>COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO</u>			
Gastos Financieros	16,213.56	10,809.04	5,404.52
Productos Financieros			

Utilidad antes de impuestos	95,175.08	117,693.49	141,238.73
ISR	28,552.52	35,308.05	42,371.62
PTU	9,517.51	11,769.35	14,123.87
Utilidad del ejercicio	57,105.05	70,616.09	84,743.24

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<u>Entradas de Efectivo</u>			
Ingresos	287,031.48	304,253.37	322,508.57
Productos Financieros			
Total de entradas de efectivo	287,031.48	304,253.37	322,508.57
<u>Salidas de Efectivo</u>			
Costos Variables	1,800.00	1,908.00	2,022.48
Costos Fijos (sin depreciac. Y amortización)	161,218.00	161,218.00	161,218.00
Gastos Financieros	16,213.56	10,809.04	5,404.52
Documentos por pagar	31,791.29	31,791.29	31,791.29
ISR	0.00	28,552.52	35,308.05
PTU	0.00	9,517.51	11,769.35
Total de salidas de efectivo	211,022.85	243,796.37	247,513.69
Flujo de operación	76,008.63	60,457.00	74,994.88
(+) Saldo Inicial	10,000.00	86,008.63	146,465.63
Saldo Final para Balance General	86,008.63	146,465.63	221,460.51
Flujo de operación para calcular flujos de efectivo para la evaluación económica	76,008.63	60,457.00	74,994.88
(+) Valor de Rescate	0.00	0.00	88,373.88
(+) Capital de trabajo	0.00	0.00	10,000.00
Flujo de efectivo para la evaluación económica	76,008.63	60,457.00	173,368.76

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO

Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<u>ACTIVO</u>				
<i>Circulante</i>				
Efectivo en caja o bancos e insumos	10,000.00	86,008.63	146,465.63	221,460.51
Total de Activo circulante	10,000.00	86,008.63	146,465.63	221,460.51
<i>No Circulante</i>				
Mobiliario y equipo	126,248.40	126,248.40	126,248.40	126,248.40
Depreciación acumulada Mob. y equipo		12,624.84	25,249.68	37,874.52
Equipo de reparto	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada eq. de reparto		0.00	0.00	0.00
Equipo de computo	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada eq. de computo		0.00	0.00	0.00
Herramientas	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada de herramienta		0.00	0.00	0.00
Edificio	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada de edificio		0.00	0.00	0.00
Activos Diferidos	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortización acumulada de Activos diferidos		0.00	0.00	0.00
Total de Activo no circulante	126,248.40	113,623.56	100,998.72	88,373.88
TOTAL ACTIVO	136,248.40	199,632.19	247,464.35	309,834.39
<u>PASIVO</u>				
<i>A corto plazo</i>				
Institución Bancaria 1	31,791.29	31,791.29	31,791.29	0.00
Institución Bancaria 2	0.00	0.00	0.00	0.00
ISR por pagar	0.00	28,552.52	35,308.05	42,371.62
PTU por pagar	0.00	9,517.51	11,769.35	14,123.87
Total Pasivo a corto plazo	31,791.29	69,861.33	78,868.69	56,495.49
<i>A largo plazo</i>				
Institución Bancaria 1	63,582.59	31,791.29	0.00	0.00
Institución Bancaria 2	0.00	0.00	0.00	0.00

Total Pasivo a largo plazo	63,582.59	31,791.29	0.00	0.00
TOTAL PASIVO	95,373.88	101,652.62	78,868.69	56,495.49
<u>CAPITAL CONTABLE</u>				
<i>Contribuido</i>				
Capital social (Aportación de socios)	40,874.52	40,874.52	40,874.52	40,874.52
Total Capital Contribuido	40,874.52	40,874.52	40,874.52	40,874.52
<i>Ganadao</i>				
Utilidades del ejercicio	0.00	57,105.05	70,616.09	84,743.24
Utilidades Acumuladas	0.00	0.00	57,105.05	127,721.14
Total Capital Ganado	0.00	57,105.05	127,721.14	212,464.38
TOTAL CAPITAL CONTABLE	40,874.52	97,979.57	168,595.66	253,338.90
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	136,248.40	199,632.19	247,464.35	309,834.39

Evaluación económica

Técnicas de evaluación	Resultados	Interpretación
Valor presente neto (VPN)	\$106,444.49	El VPN es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es aceptado ya que los flujos a valor presente son mayores que la inversión total lo que muestra un rendimiento positivo en el proyecto
Tasa interna de rendimiento (TIR)	46%	La tasa interna de rendimiento es mayor al costo ponderado de capital de 11.33% por lo que el proyecto es aceptable.
Índice de rentabilidad (IR)	1.78	Por cada peso que se invierte se tiene un rendimiento de \$1.78 o bien, se tiene un excedente de \$0.78 pesos
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	1 año 4 meses	Se recupera dentro del horizonte del proyecto de 3 años según la planeación del mismo.

4.4 Plan de negocio del Corredor de Moroncarit, Sonora.

I Descripción del negocio

Naturaleza del negocio, sector turístico en el que se desarrolla

El corredor en Moroncárit es un conjunto de empresarios que están apostando sus esfuerzos y capital para la creación de un conjunto de proyectos para el esparcimiento de los visitantes a esta comunidad, de ahí que los turistas serán todas aquellas personas que gusten de actividades relacionadas con la naturaleza como lo es la laguna de Moroncárit.

Definición del producto o servicio.

En Moroncárit se ofrecen los siguientes productos/servicios: Kayak, Observación de Aves y recorridos por los Esteros y Dunas de Santa Bárbara.

El recorrido en kayak durará aproximadamente entre dos a tres horas dependiendo de la persona que practique el deporte. Este se practicará en la laguna de Moroncárit donde se puede apreciar el atardecer en el Pacífico y podrá captar el hechizo de los astros, eternizando con una cámara las texturas, luces y formas del paisaje.

En la observación de aves, consta de un paseo donde el turista puede observar todos los tipos de aves con los que se cuenta en la región, así como son: chorlito nevado, rascón picudo, garza rojiza, patos, gansos, águilas cazadoras, entre otras especies.

En los Esteros y Dunas se realizan recorridos en lancha, en los cuales se pueden observar los mangles, la flora y fauna que existe en la región, caminata hacia las dunas de Santa Bárbara, safari fotográfico en las cuales se pueden apreciar además de las dunas, conchas y huellas, por la noche una cena y observación estelar.

Riesgos y oportunidades del negocio

***Oportunidades**

- Contratar más personal
- Financiamiento de organismos gubernamentales o instituciones educativas

- Cuenta con flora y fauna únicas en la región, las cuales son de diferentes tipos.
- Cuenta con diversidad de manglares.
- Llegada de 428 diferentes especies de aves.
- Apoyo del ayuntamiento de Huatabampo.
- Regio en buenas condiciones ecológicas.
- Apoyo de instituciones como ITSON y Mangle Negro.
- Los demás sitios no cuentan con la actividad de kayak y observación de aves.

***Amenazas**

- Competencia con los diferentes servicios turísticos: Sierrita, Aduana, Yavaros, entre otros.
- No contar con los estándares de servicios que el turista especializado requiere.
- El clima con el que se cuenta en la región es semiárido.
- No cuentan con los medios de transporte para llegar al lugar.
- No cuentan con establecimientos de hospedaje.
- No hay suficientes servicios para el turista como: Luz, restaurantes, hospedaje.

Conformación del negocio

Su estructura jurídica será la sociedad cooperativa integrada por personas físicas con base en intereses comunes y con los principios de solidaridad y esfuerzo en conjunto con la finalidad de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción de bienes y servicios.

II Estudio de mercado

Demanda

Este análisis consiste en explicar de una manera detallada los clientes potenciales de los productos que se ofrecen en la comunidad de Moroncárit, determinando la procedencia de los mismos, así como los servicios que piden como mínimo para visitar el lugar, es decir, las exigencias, también el segmento así el cual van dirigidos y el perfil donde se define edad, sexo y nivel socioeconómico.

TABLA 1: Concentrado de análisis de la demanda de los Recorridos de Esteros y Dunas

CLIENTES	PROCEDENCIA	EXIGENCIAS	MERCADO META	PERFIL	
Locales/regionales	Huatabampo Navojoa Etchojoa Ahome	Servicio Médico las 24 hrs. Restaurantes Centro de información donde se le pueda dar orientación Equipo que le brinde seguridad como: chaleco salvavidas, acondicionamiento de las lanchas para los recorridos por los esteros y para la transportación a las dunas, botiquín de primeros auxilios, entre otros.	ESTUDIANTES	EDAD	12 a 23 años
				SEXO	Indistinto
				NIVEL SE	Medio: Personas que tienen la capacidad económica de adquirir el producto, con estudios mínimos de preparatoria en caso de personas mayores de edad.
				EDAD	12 a 45 años
Nacionales	Sinaloa Baja California Sur Baja California Norte Chihuahua		FAMILIAS	SEXO	Indistinto
				NIVEL SE	Medio: Personas con capacidad económica de adquirir el producto.

Internacionales	Estados Unidos				
	Canadá				

Para Moroncárit la investigación de mercado permitirá analizar y recopilar datos necesarios para conocer a los clientes y saber qué es lo que desean, determinar cuál es el mejor precio que se puede ofrecer por los servicios que sea satisfactorio para los clientes y para la empresa y por último, hacer una adecuada planeación para cubrir las necesidades de los clientes y hacerle frente a la competencia.

El objetivo de dicha investigación es ayudar a la empresa “Los Moroncareños” en la toma de las mejores decisiones sobre el desarrollo y la mercadotecnia de los diferentes productos y/o servicios de esta. La investigación de mercados representa la voz de los consumidores al interior de la compañía. Así como también se puede conocer la competencia, que está ocurriendo en el mercado, entre otros elementos relevantes para identificar la viabilidad del proyecto.

Calculo de la muestra a investigar

Para calcular la muestra del proyecto los Moroncareños, se tomo como posible mercado a la población que habita en Cajeme, Huatabampo, Álamos y Navojoa, hombres y mujeres de todas las edades ya que todos pueden adquirir el servicio.

Esto es con el fin de conocer la cantidad de personas a las que les gustaría adquirir el servicio de los Moroncareños, así como que precio estarían dispuestos a pagar y otras sugerencias.

Según la pagina de INEGI, se obtuvo que la población de estas localidades es la siguiente:

Álamos → 25152 Cajeme → 356290 Huatabampo → 76296

Navojoa → 140650

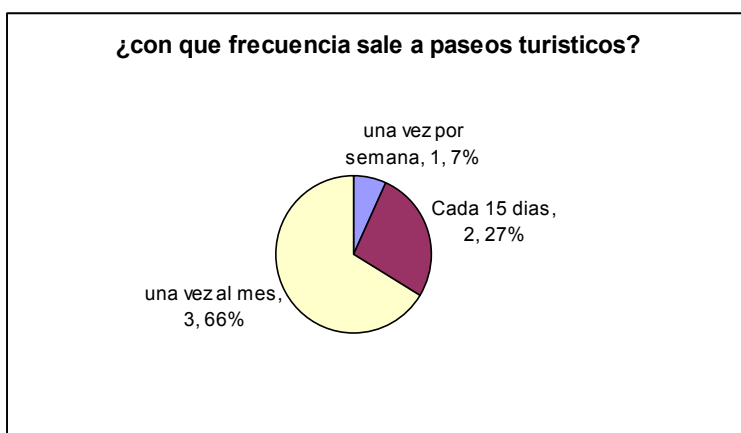
El total de esta población es de 598388 que incluye a hombres y mujeres de todas las edades, según el censo de población del año 2005.

Tamaño de la muestra.

La muestra es de 383 encuestas, sin embargo no todos los encuestados contestaron por lo que se completaron 200 encuestas al 100% con las opiniones.

Gráficas:

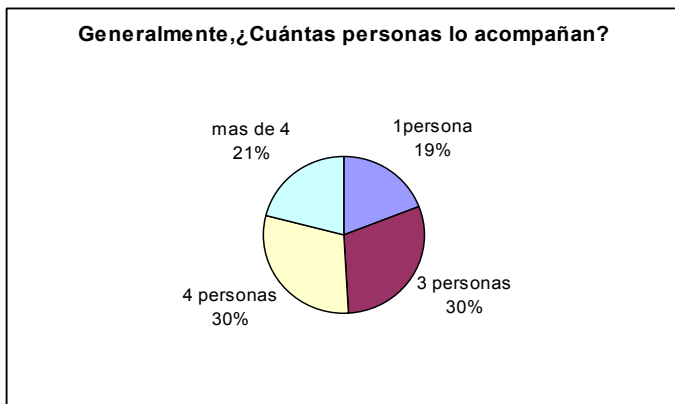
Pregunta 1



Se obtuvieron resultados interesantes, ya que en algunas preguntas el resultado fue muy parecido.

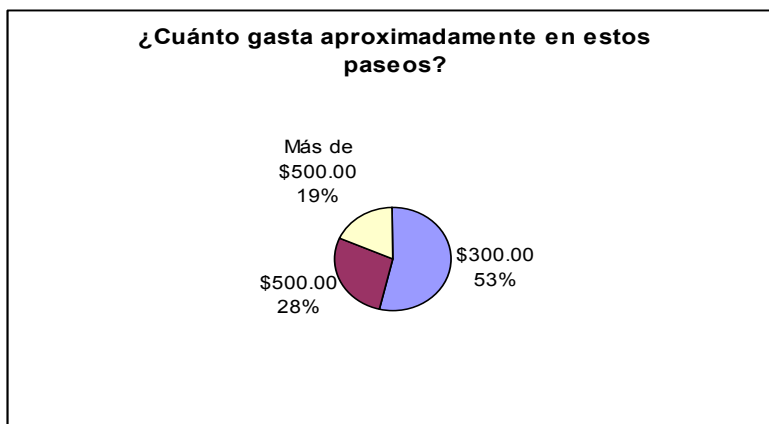
En la pregunta 1, ¿Con qué frecuencia sale a paseos turísticos? el resultado que más predominó fue el de una vez al mes con un 3.66%, posteriormente el de cada 15 días con un 2.27%, por lo tanto la mayoría de las personas asistirían una vez al mes a Moroncárit, lo cual es algo viable para el proyecto.

Pregunta 2



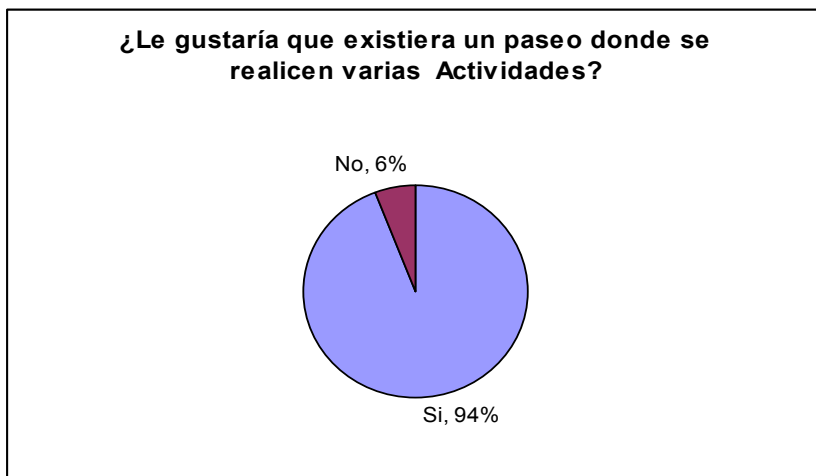
En la pregunta 2, predominaron más las respuestas de 3 a 4 personas las que asisten en grupo a este tipo de lugares turísticos.

Pregunta 3



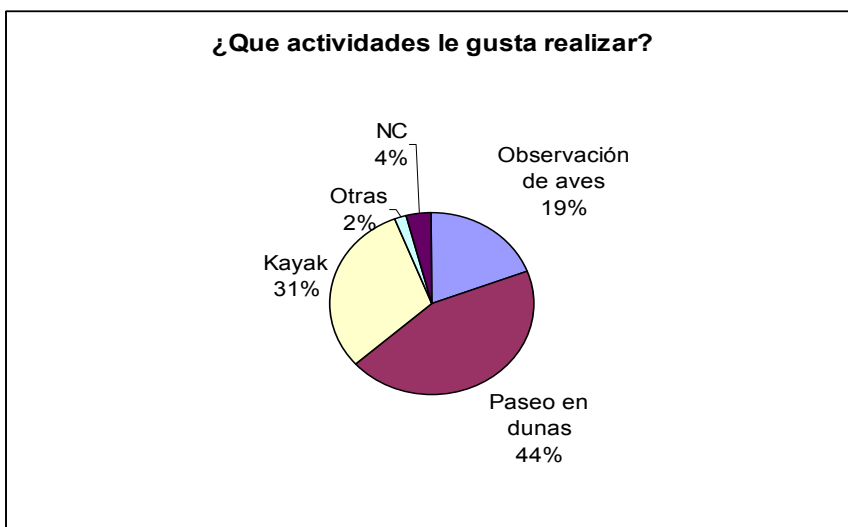
La pregunta 3, arrojó como resultado con un 53%, que las personas gasta aproximadamente 300 pesos por persona cuando salen.

Pregunta 4



Pregunta 4, dio como resultado un 94% dejando claro que si les gustaría a las personas que existiera un lugar turístico donde se ofrecieran diversas actividades.

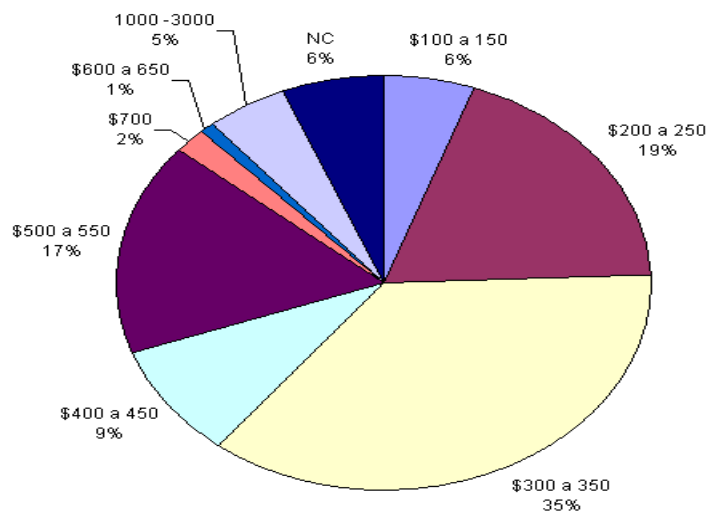
Pregunta 5



Pregunta 5, predominó con un 44% realizar la actividad de paseos en esteros y dunas, posteriormente la actividad en Kayak con un 31%.

Pregunta 6

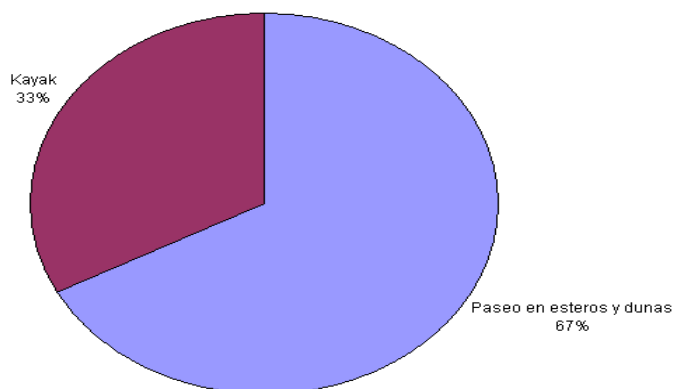
¿Cuánto destina de su ingreso para gasto en actividades de recreación?



Pregunta 6, las personas gastarían de 300 a 350 pesos para estas actividades.

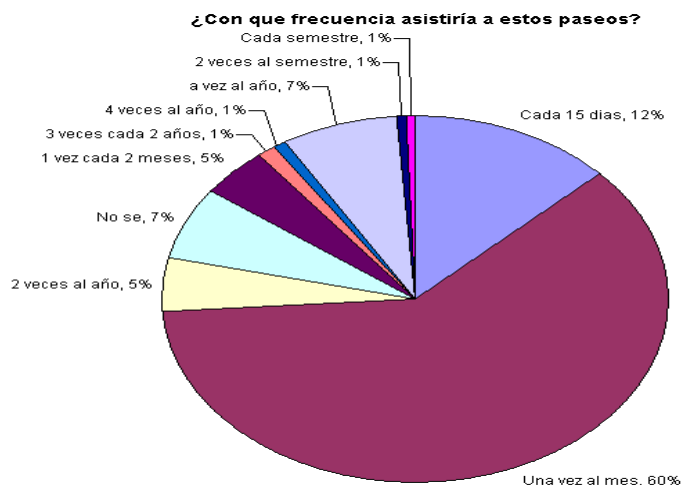
Pregunta 7

¿Por los recorridos en Moroncarit, Cuál de estos paquetes estaría dispuesto(a) a pagar?:



Pregunta 7, aquí se propusieron varios paquetes los cuales se ofrecían las actividades incluyendo el costo del transporte, lo cual se acepto mas el paquete que incluyo paseo en esteros y dunas con un costo aproximadamente de 300 a 350 pesos.

Pregunta 8

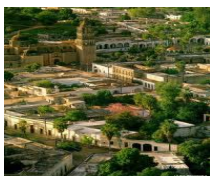


Por último en la pregunta 8, se obtuvo como resultado que las personas asistirían una vez al mes a Moroncárit, junto con otras personas a divertirse en estos paseos turísticos, al igual que les interesaría conocer puesto que la mayoría de las personas no tienen el gusto de conocer esa localidad.

Oferta / competencia

En este apartado de oferta se da a conocer los productos y/o servicios que ofrecerá la empresa “Los Moroncareños” ubicada en la comunidad de Moroncárit en Huatabampo, Sonora, como lo son la observación de aves, recorridos a esteros y dunas así como kayak.

La competencia del producto y/o servicio Esteros y Dunas, que se ofrece en la comunidad de Moroncárit a nivel local-regional, son las ciudades que se encuentran cercanas a la región tales como:



- 1) Álamos por sus atractivos turísticos, representa para el desarrollo del servicio de Los Moroncareños una competencia importante, ya que sus principales riquezas son monumentos de estilo colonial como la iglesia, la plaza de armas, el callejón del beso, el arroyo Cuchujaqui donde convergen varios ecosistemas únicos en el mundo.



2) Guaymas es el principal destino turístico nacional y extranjero en el Estado de Sonora, sus mayores atractivos están vinculados con el mar, entre sus playas se destacan las de Miramar y San Carlos, donde se practica el ecoturismo, turismo náutico, turismo cinegético, pesca, buceo y golf entre otros convirtiéndose en la principal competencia para el producto que se ofrecen en Moroncárit.



3) Puerto Peñasco cuenta con playas donde se practica: jet ski, paseos en bote, pesca, veleo, o simplemente dar un relajante paseo por la arena, acuario de CER-MAR y el más representativo El Pinacate.

Para los recorridos de kayak y observación de aves la competencia es la siguiente:

5) Tours atv tour Wheelers, presenta una nueva opción a visitantes y turistas que deseen recorrer cada uno de los rincones de este Estado a través de diferentes rutas, una a la vez, diseñadas para personas con deseos de aventura en vehículos todo terreno como cuatrimotos. Presta el servicio de recorridos turísticos, diseñados a lo largo de varias rutas que abarcan el estado de Sonora y el vecino estado de Chihuahua. Dentro de los tours contemplan actividades como platicas informales respecto a la flora, fauna, geografía o clima del ecosistema en el que se encuentre, así como de las localidades que se visitan. Los tours son seguidos a distancia por un automóvil acondicionado para este tipo de recorridos, cuanta con botiquín, alimentos, agua, combustible, equipos de comunicación, etc. La dirección de la agencia es en Hermosillo, sonora, Ignacio romero esquina con Quintana Roo, colonia san Benito.

6) Se encuentra localizado a 70 Km. de la ciudad de Caborca, dentro del místico desierto de Sonora. En este rancho la gente puede tener la experiencia de la vida cotidiana de un rancho ganadero. Las actividades que aquí se realizan van desde montar a caballo, escalar, hasta la visita a la antigua mina “La Unión” donde se ofrece la oportunidad para encontrarse con la efímera “Fiebre del oro” de 1800, así como apreciar la flora y la fauna silvestre de la región. El visitante puede disfrutar tanto de paseos campestres y lunadas, recorridos históricos, rutas botánicas, o realizar actividades eco turísticas tales como ciclismo de montaña y senderismo. El Rancho Santa Amalia cuenta con todos los servicios necesarios, en donde podrá después de un día de divertidas actividades (Sonora Turismo, 2011).

7) En rancho Puerto Blanco encontrara las huellas pictóricas que nuestros antepasados nos heredaron y que hoy en día son los petroglifos más importantes y significativos de Sonora. Estas pinturas se encuentran localizadas en los cerros conocidos como la Proveedora y la Calera. Más de 2000 muestras de arte rupestre prehistórico reconocido mundialmente estarán a su alcance para que lo disfrute. Rancho Puerto Blanco es un lugar enclavado en el desierto sonorense que le permite disfrutar de un paisaje único dominado por la majestuosidad de sahuaros, cardones (sahueso), pitahayas y una fauna silvestre adaptada a las condiciones de aridez donde prosperaron civilizaciones humanas dejando un legado histórico. Las actividades que se pueden realizar son: Observación de aves, Senderismo, Observación de bóveda celeste, Cabalgata, Safari fotográfico, Lecciones de monta, Ordeña, Acarreo de ganado, Clases de lazar, Actividades generales de un rancho (Sonora Turismo, 2011)

8) Ecotours de México, es una agencia tour operadora que se especializa en turismo ecológico en la ciudad de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, México. Sus tours son simplemente incomparables en exclusividad y calidad. Manejan grupos pequeños guiados por biólogos comprometidos en la conservación, estos tours son: Observación de Ballenas, Campamento Tortuguero, Cocodrilos, Delfines y maravillas del mar, Snorkel Islas Marietas, Buceo, Kayak, Observación de Aves y Caminatas, por lo que de la misma manera representa competencia porque ofrece actividades del mismo giro (Ecotours Vallarta)

9) Ecoturismo y Aventura de México, nace de la necesidad que se tiene entre los operadores de turismo alternativo de facilitar a clientes potenciales en el ámbito nacional e internacional la oferta de paquetes de ecoturismo, turismo rural, turismo ecuestre, turismo de aventura, deportes extremos, observación de flora y fauna, atractivos naturales, safari fotográfico, senderismo interpretativo y observación sideral (Secretaria de Turismo)

10) El proyecto de Comunidades Hermanas nace de la inquietud y necesidades de las comunidades e individuos que tenemos la fortuna de vivir y cuidar de los recursos naturales de esta hermosa región del planeta que es el Estado de Nayarit. Ofrece recorridos y encuentros en diferentes localidades de Nayarit.

11) Adventures Selvazul, ofrecen actividades como descenso de río (Rafting) en los ríos Antigua-Pescados-Actopan, Bicicleta de Montaña, Pared de escalada, Tirollesa, Caminata, Arqueología,

Programas de Entrenamiento Empresarial, Campamentos de verano, Campamentos escolares, Recorridos por las reservas naturales de la Selva Lacandona, Cocktail de aventuras, Consultoría para proyectos ecoturísticos y de aventura que representan competencia para el producto de Kayak (Guía México).

12) Alltournative, ofrece una amplia gama de opciones únicas para tus vacaciones de aventura y expediciones de un DIA y medio en el caribe Mexicano ofreciendo emocionantes actividades como kayak, esnorquel, exploración de cenotes y cavernas de agua dulce, caminatas, rapel, tirolesas, intrepidos paseos en 4x4, arqueología maya en Coba, además cuenta con paquetes para grupos e incentivos y programas de team building. Carretera Federal Chetumal- puerto Juárez Km. 287, Lote 13 sur, frente a Playacar, Ejido sur playa del Carmen. Quintara Roo, México.

13) Ecotour Expeditions, opera recorridos en la más espectacular maravilla en America sus grupos son liderados por personas expertas en naturaleza y observan las extrañas y hermosas criaturas en hermosos lugares, mientras que al mismo tiempo se divierten, tiene botes de excursión para visitar el Amazonas, realizan exploraciones a las islas galápagos y ofrecen sus servicios en Perú, Costa Rica, Brasil y Ecuador (Nature Tours).

14) Cheeseman'S Ecology Safaris, son una empresa de viajes donde una de sus principales actividades es la observación de fauna, respaldados con 25 años de experiencia, sus eco-viajes son reconocidos a nivel mundial por ser únicos, ya que en estos, se pueden observar mamíferos de gran tamaño, aves y la naturaleza del lugar, donde también se puede practicar safari fotográfico (Cheesemans)

15) Nature Expeditions International, ha sido líder en el campo de viajes de aventura educativa, cada año envía a turistas de 25 países a 5 continentes distintos, ofrecen más variedad de viajes de aventura con baja intensidad, siempre cuidado la integridad del turista, sus guías son personas altamente capacitadas, ofrecen excursiones y una experiencia inolvidable (Naturexp).

Por lo que cada una de estas empresas constituye la principal competencia internacional para el producto, por su experiencia, servicios que ofrecen y los diferentes lugares donde lo ofrecen, los cuales cuentan con atractivos únicos que llaman la atención de los futuros visitantes

En la comunidad de Moroncarit, actualmente se ofrecerán los servicios de kayak, Observación de aves y recorridos por Esteros y dunas. En donde el pase en kayak tendrá una duración aproximadamente de dos a tres horas en la laguna de Moroncarit

En la observación de aves, consta de un paseo donde el turista puede observar todos los tipos de aves con los que se cuenta en la región, así como son: chorlito nevado, rascon picudo, garza rojiza, patos gansos, águilas cazadoras entre otras especies.

En los Esteros y Dunas se realizan recorridos en lancha, en los cuales se pueden observar los mangles, la flora y fauna que existe en la región y Caminata hacia las dunas de Santa Bárbara, safari fotográfico en las cuales se pueden apreciar además de las dunas, conchas y huellas, por la noche una cena y observación estelar.

Oferta potencial

En la comunidad de Moroncarit, la mayor fuente de ingresos es la actividad pesquera, por lo que se pretende enseñar a grupos de turistas de 11 años en adelante, esta actividad de la pesca con cañas, desde cómo mantenerla, como poner la carnada y como se deben guardar los peces para mantenerlos frescos. Con este se obtiene un beneficio extra a las personas de la comunidad, así como para los turistas que se Irán con una experiencia nueva.

Oferta proyectada

En los planes futuros para expansión Moroncarit aproximadamente 4 años, se pretende ofrecer el servicio de renta de cuatrimotor, con esto atraerá a mas clientes y más jóvenes que gustan de estas actividades extremas como los paseos por las dunas y por la playa en este tipo de vehículos. Otro de los planes para Moroncarit es poner redes de voleibol playero, para incentivar las competencias deportivas entre los mismos turistas así como los habitantes de la comunidad.

Precio

Para los recorridos de Esteros y Dunas el precio que se maneja, es de \$150 por persona. En caso de realizar solamente el recorrido al Estero el costo es de \$80 por persona. Para la práctica de Kayak tiene un precio de \$ 200 por persona, ya que si el turista requiere que se le proporcione alimento

el costo es de \$ 300 por persona. Para realizar la práctica de observación de aves tiene un precio de \$ 80 por persona y si requieren de alimento tiene un precio de \$ 185 por persona.

Las variables que se analizan para poder determinar el precio son: gasolina, sueldo de los guías y motoristas, servicio a las lanchas, compra de equipo necesario para la actividad, la ubicación del lugar, clima, transporte, aceite, entre otros. Asimismo se toman en cuenta el precio de la competencia y el estado económico de la región para determinar el mismo.

III Estudio Técnico – Administrativo

Desarrollo del producto

En Moroncárit se ofrecen los siguientes productos/servicios: Kayak, Observación de Aves y recorridos por los Esteros y Dunas de Santa Bárbara.

El recorrido en kayak durará aproximadamente entre dos a tres horas dependiendo de la persona que practique el deporte. Este se practicará en la laguna de Moroncárit donde se puede apreciar el atardecer en el Pacífico y podrá captar el hechizo de los astros, eternizando con una cámara las texturas, luces y formas del paisaje.

En la observación de aves, consta de un paseo donde el turista puede observar todos los tipos de aves con los que se cuenta en la región, así como son: chorlito nevado, rascón picudo, garza rojiza, patos, gansos, águilas cazadoras, entre otras especies

En los Esteros y Dunas se realizan recorridos en lancha, en los cuales se pueden observar los mangles, la flora y fauna que existe en la región Caminata hacia las dunas de Santa Bárbara, safari fotográfico en las cuales se pueden apreciar además de las dunas, conchas y huellas, por la noche una cena y observación estelar.

Especificaciones de sus propiedades:

Esteros:

Los esteros son aquellas zonas en donde convergen tanto el agua dulce, procedente de un río principal y sus afluentes, como el agua salada procedente de océano o mar.

La vegetación de los Esteros se encuentra conformada en su mayoría de pasto cuyas raíces se ubican en tierra firme y la misma flota sobre el agua, brindando abrigo y protección a infinidad de

especies pequeñas, como lo son crustáceos, camarones y peces pasto. Las especies más habituales que se dan en un estero son aquellas que más soportan el alto grado de salinidad que hay en ese medio, como los lenguados, lisas, doradas, róbalo o lobinas, y anguilas.

Dunas:

Las dunas son grandes acumulaciones de arena, las cuales son depositadas por el oleaje y con la ayuda del viento son desplazadas hacia la alta playa, a lo largo del litoral. Generalmente, tienen forma de cordones de arena paralelos entre sí.

La vegetación es importante en la formación y estabilización de las dunas ya que actúa como amortiguador del viento y su poder acarreador permite que los granos de arena que el viento transporta se depositen en el suelo

Aves:

El laberinto de mangle, el cual es refugio para miles de aves marinas residentes y migratorias, cientos de brantas, garzas, grullas, pelícanos blancos y cafés, patos (golondrino y calvo), espátulas rosadas, varias especies de gaviotas, fragatas y gallitos de mar, revolotean en cada rincón de este lugar.

Descripción de los procesos

Se pretende establecer una ruta para un paseo eco-turístico el cual se conformara de la siguiente manera:

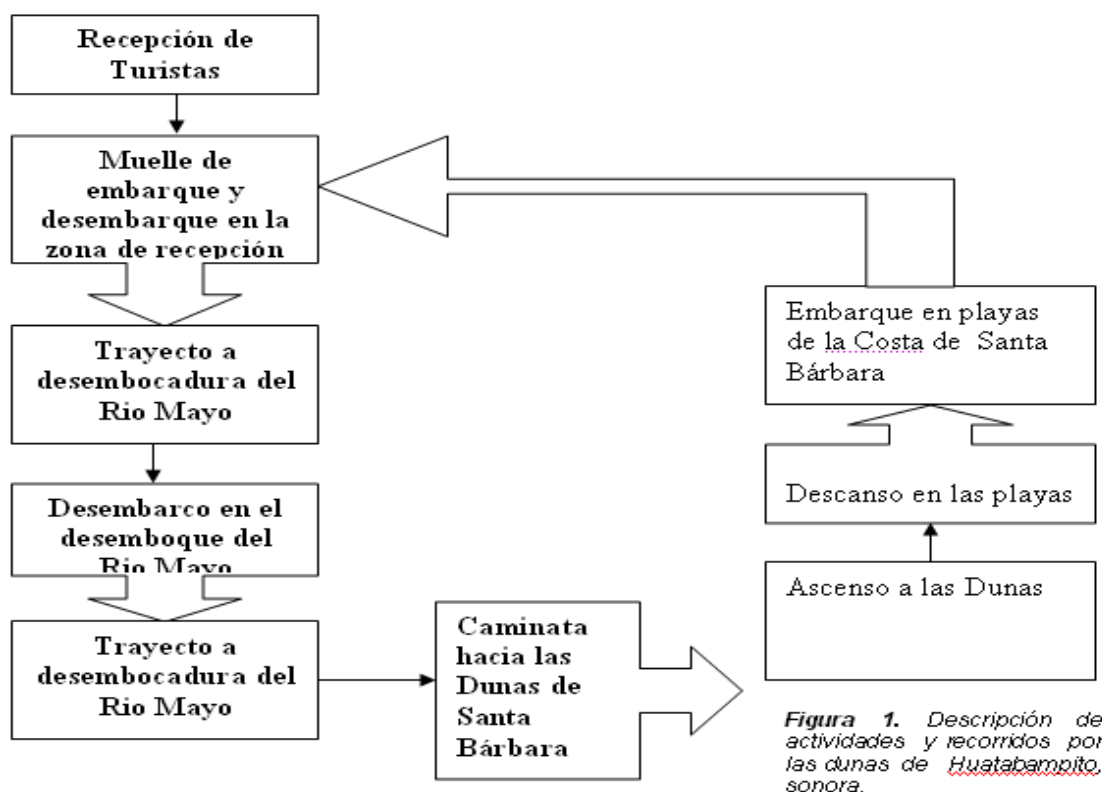
Esteros y Dunas

Dar una plática inductora a los turistas por parte de los guías del paseo, en donde se indiquen las instrucciones acerca del servicio, los reglamentos y mencionar los lugares que se recorrerán.

- Se agruparan a los turistas en cantidades de 10 personas por bote.
- Partir en lancha hacia la desembocadura del río mayo con un tiempo estimado de 65 minutos.
- Caminata hacia las dunas 10 minutos.
- Acenso a las dunas 15 minutos.

- Caminata para apreciar las dunas de santa bárbara 40 minutos.
- Descanso en las playas de santa bárbara 20 minutos.

Abordar la lancha para seguir el paseo por la costa de santa bárbara hasta regresar al embarcadero de partida 45 minutos.



Kayak

El proceso para realizar los recorridos por los esteros de Huatabampito es el siguiente:

- Se recibe a los turistas
- Se hace una plática introductoria por parte del guía, acerca del recorrido mencionando algunas medidas de seguridad a seguir mediante el uso del kayak.

- El turista se acondiciona del equipo que le proporciona el guía para subir al kayak.
- El grupo tiene máximo de 9 personas contando el guía.
- Preparación de víveres.
- Salida al recorrido por el estero de Huatabampito.
- Llegada al túnel de mangle.
- Apreciación de aves, fauna y vegetación.
- Regreso al punto de partida (Figura 2)

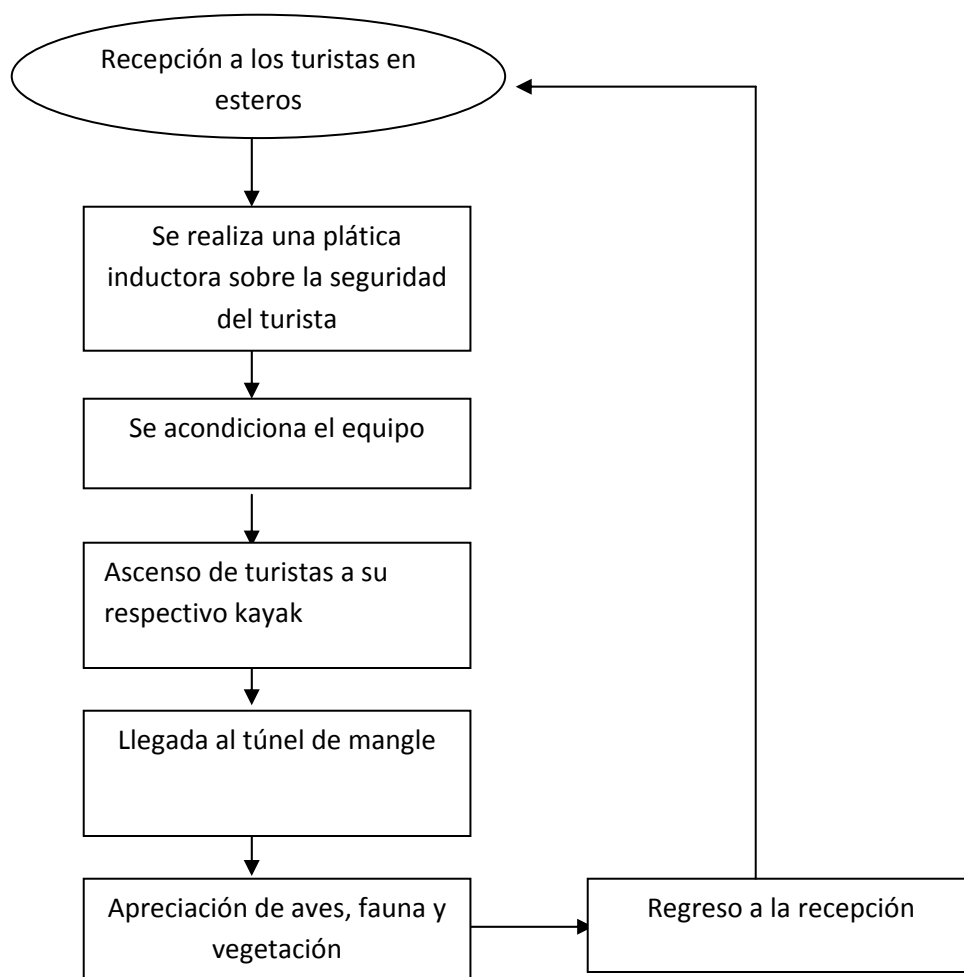


Figura 2. Descripción de actividades y en kayak por los esteros de Huatabampito, Sonora.

Observación de Aves

El proceso para realizar los recorridos por los esteros de Moroncarit es el siguiente:

- Recepción a los turistas a los esteros
- Se hace una plática introductoria por parte del guía, acerca del recorrido mencionando algunas medidas de seguridad al momento de subirse a la lancha para no causar ningún tipo de accidente
- El turista se acondiciona del equipo que le proporciona el guía para subir a la lancha.
- El grupo tiene máximo de 9 personas contando el guía.
- Preparación de víveres y el botiquín de primeros auxilios.
- Salida del campo del Güilo para hacer el recorrido por la laguna.
- Apreciación de aves.
- Regreso al punto de partida.

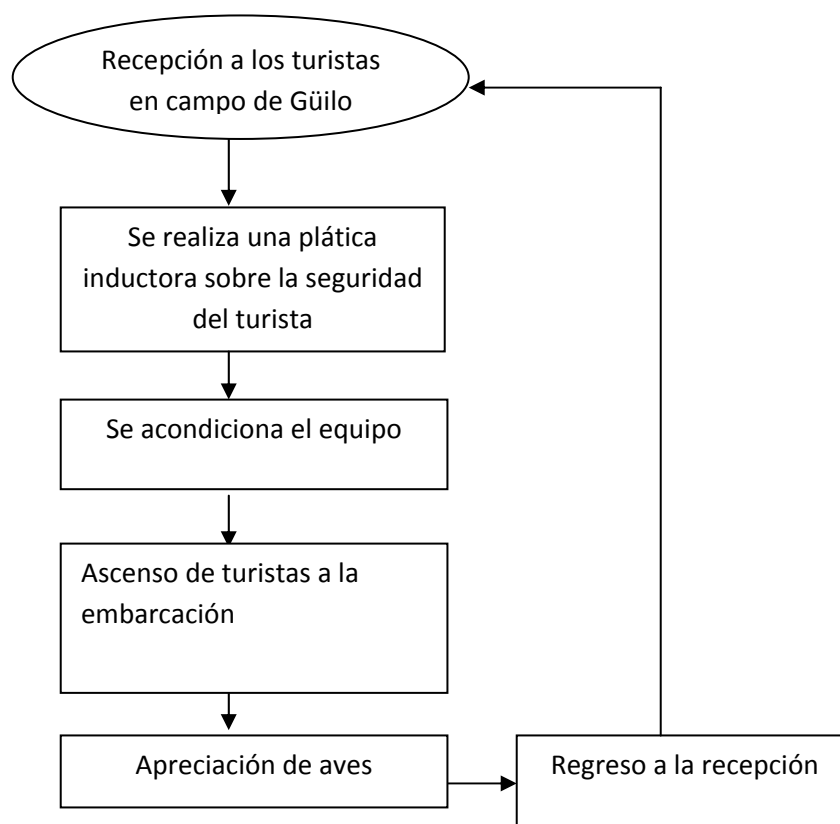


Figura 3. Descripción de actividades y en kayak por los esteros de Huatabampito, Sonora.

Estructura organizacional

Planeación estratégica

Misión

“Los moroncareños somos una empresa comunitaria comprometida, que brinda un buen servicio de turismo ecológico con seguridad y calidad a sus visitantes, cuidando el medio ambiente, contribuyendo a mejorar el nivel de vida de sus habitantes y que disfruten del medio ambiente.”

Visión

“Los moroncareños buscan contribuir a desarrollar una comunidad ecoeficiente y autosuficiente para lograr un desarrollo sustentable en sus regiones. Así como también darse a conocer en toda la región de Sonora y en otros estados del país”.

Valores

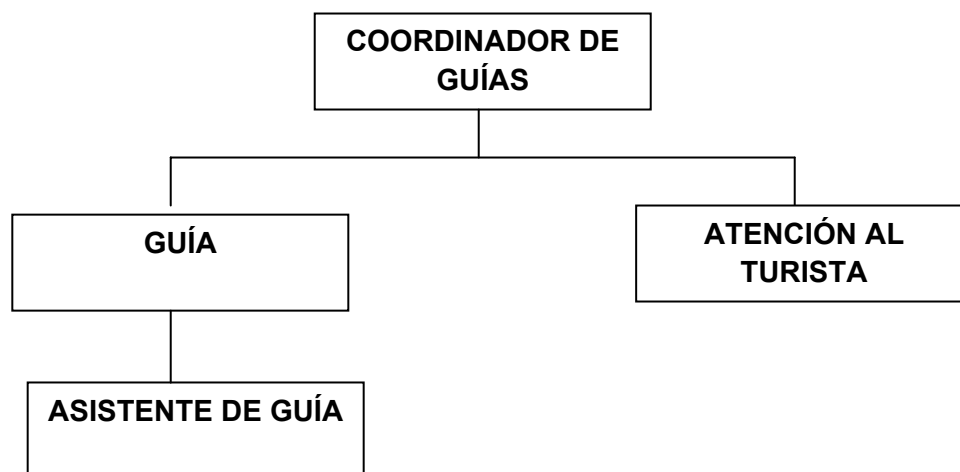
- Amabilidad. Entendiendo esto como una gran virtud de comportamiento que se debe tener hacia los clientes.
- Honestidad. Esto es comportarse y expresarse con sinceridad y respeto con todo el personal y con los clientes.
- Confianza. Brindarles confianza a los empleados, así como ganarnos la confianza de los visitantes.
- Compromiso. Crear un compromiso hacia los clientes, y hacia el medio ambiente y la comunidad de Moroncarit, así como hacia nosotros mismos de cumplir con las metas y objetivos establecidos.
- Ética. Actuar y tomar decisiones con ética, pensando en los clientes de acuerdo a la calidad de empresarios y prestadores de servicios

Objetivo

Dentro de la empresa se han fijado los siguientes objetivos:

- Lograr un desarrollo sustentable al menos en 5 años.
- Lograr crecimiento en mínimo, 3% cada anual.
- Obtener utilidades del 4% anualmente.
- Ampliar los conocimientos sobre el medio ambiente.

Organigrama



Inversión para la puesta en marcha

Los materiales que se utilizaran son los siguientes:

CONCEPTO	P. UNIT.	CANTIDAD	TOTAL
CHALECO SALVAVIDAS SHERPA 46 KGS INFANTIL (301)	207,06	10	2070,60
CHALECO SALVAVIDAS SHERPA 85 KGS JUVENIL (302)	253,43	15	3801,45
CHALECO SALVAVIDAS SHERPA 110 KGS ADULTO (303)	268,37	15	4025,55
RADIO MARITIMO COBRA (MRF55)	2021,31	4	8085,24
RADIO PORTATIL COBRA (HH125)	906,19	4	3624,76
PISTOLA P/SEÑALIZACION C/6CARTUCHOS,SILBATOS (191-928)(191-535)	1857,7	3	5573,10
MOTOR HONDA 50HP (BF50D-LHD) ALUMINIO 20(FI)	106959,04	3	320877,12
TOLDO P/LANCHAS (50-98581)	4933,71	3	14801,13

KAYAK FRENZY SUNRISE H-0 (07.6260.6011)	9,009.58	3	27028,74
KAYAK MALIBU TWO (07.6010.6011) P/DOS PERSONAS	12958,55	5	64792,75
REMO PARA KAYAK (008684)	347,38	13	4515,94
TAPON P/KAYAK (07.1137.0000)	88,1	8	704,80
LANCHA FIBRA DE VIDRIO 24' 1 REALCE	48860	3	146580,00
TOTAL			606481,18

Mobiliario

CONCEPTO	P. UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Lamina teja galvanizada 18 cal 26 galvateja	1790,00	22,00	39380,00
Caballete p/ galvateja 045 cm cal26	32,00	12,00	384,00
Polin monten 4 x 6 in x mt cal14	347,00	24,00	8328,00
polin monten 10 x 10 in x mt cal14	1066,00	1,00	1066,00
pija auto taladrante 1/4x 1 p-bca 1/4/25	1,05	200,00	210,00
TOTAL			49368,00

Equipo de oficina

CONCEPTO	P. UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
COMPUTADORA COMPAQ CQ2401LA.	5700,00	1	5700,00
IMPRESORA HP DESKJET D1660	700,00	1	700,00
REGULADOR SOLA BASIC INET 1000VA	320,00	1	320,00
SILLA DE OFICINA Item #: 39208	819,00	1	819,00
ESCRITORIO Item #: 47139	2999,00	1	2999,00
SILLA PLEGABLE tem #: 43840	449,00	6	2694,00
TOTAL			13232,00

IV Estudio financiero

Premisas

Inversión total

Inversión fija	\$669,081.18
Inversión diferida	\$4,500.00
Capital de trabajo	\$9,630.00
Inversión total	\$683,211.18

Presupuesto de ingresos e ingresos

Ingresos anuales	\$834,100.00
Costos fijos anuales	\$118,048.80
Costos variables anuales	\$12,000.00

Financiamiento

Financiamiento	Proporción	Costo de capital
Financiamiento externo	70%	17%
Financiamiento interno	30%	9%

Estados financieros proyectados (Estado de resultados, Flujo de Efectivo y Estado de Situación Financiera)

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos	834,100.00	859,123.00	884,896.69
(-) Costos Variables	12,000.00	12,360.00	12,730.80
(-) Costos Fijos	118,048.80	118,048.80	118,048.80
Depreciación y Amortización	68,638.12	68,638.12	68,638.12
Total costos fijos	186,686.92	186,686.92	186,686.92
Utilidad de Operación	635,413.08	660,076.08	685,478.97
COSTO INTEGRAL DE			

<u>FINANCIAMIENTO</u>			
Gastos Financieros	81,302.13	54,201.42	27,100.71
Productos Financieros			
Utilidad antes de impuestos	554,110.95	605,874.66	658,378.26
ISR	166,233.29	181,762.40	197,513.48
PTU	55,411.10	60,587.47	65,837.83
Utilidad del ejercicio	332,466.57	363,524.80	395,026.96

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<u>Entradas de Efectivo</u>			
Ingresos	834,100.00	859,123.00	884,896.69
Productos Financieros			
Total de entradas de efectivo	834,100.00	859,123.00	884,896.69
<u>Salidas de Efectivo</u>			
Costos Variables	12,000.00	12,360.00	12,730.80
Costos Fijos (sin depreciac. Y amortización)	118,048.80	118,048.80	118,048.80
Gastos Financieros	81,302.13	54,201.42	27,100.71
Documentos por pagar	159,415.94	159,415.94	159,415.94
ISR	0.00	166,233.29	181,762.40
PTU	0.00	55,411.10	60,587.47
Total de salidas de efectivo	370,766.87	565,670.54	559,646.12
Flujo de operación	463,333.13	293,452.46	325,250.57
(+) Saldo Inicial	9,630.00	472,963.13	766,415.58
Saldo Final para Balance General	472,963.13	766,415.58	1,091,666.16
Flujo de operación para calcular flujos de efectivo para la evaluación económica	463,333.13	293,452.46	325,250.57

(+) Valor de Rescate	0.00	0.00	467,666.83
(+) Capital de trabajo	0.00	0.00	9,630.00
Flujo de efectivo para la evaluación económica	463,333.13	293,452.46	802,547.40

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO

Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<u>ACTIVO</u>				
<i>Circulante</i>				
Efectivo en caja o bancos e insumos	9,630.00	472,963.13	766,415.58	1,091,666.16
Total de Activo circulante	9,630.00	472,963.13	766,415.58	1,091,666.16
<i>No Circulante</i>				
Mobiliario y equipo	6,832.00	6,832.00	6,832.00	6,832.00
Depreciación acumulada Mob. y equipo		683.20	1,366.40	2,049.60
Equipo de reparto	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada eq. de reparto		0.00	0.00	0.00
Equipo de computo	6,400.00	6,400.00	6,400.00	6,400.00
Depreciación acumulada eq. de computo		1,920.00	3,840.00	5,760.00
Herramientas	655,849.18	655,849.18	655,849.18	655,849.18
Depreciación acumulada de herramienta		65,584.92	131,169.84	196,754.75
Edificio	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada de edificio		0.00	0.00	0.00
Activos Diferidos	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00
Amortización acumulada de Activos diferidos		450.00	900.00	1,350.00
Total de Activo no circulante	673,581.18	604,943.06	536,304.94	467,666.83

TOTAL ACTIVO	683,211.18	1,077,906.19	1,302,720.53	1,559,332.98
<u>PASIVO</u>				
<i>A corto plazo</i>				
Institución Bancaria 1	159,415.94	159,415.94	159,415.94	0.00
Institución Bancaria 2	0.00	0.00	0.00	0.00
ISR por pagar	0.00	166,233.29	181,762.40	197,513.48
PTU por pagar	0.00	55,411.10	60,587.47	65,837.83
Total Pasivo a corto plazo	159,415.94	381,060.32	401,765.81	263,351.30
<i>A largo plazo</i>				
Institución Bancaria 1	318,831.88	159,415.94	0.00	0.00
Institución Bancaria 2	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivo a largo plazo	318,831.88	159,415.94	0.00	0.00
TOTAL PASIVO	478,247.83	540,476.26	401,765.81	263,351.30
<u>CAPITAL CONTABLE</u>				
<i>Contribuido</i>				
Capital social (Aportación de socios)	204,963.35	204,963.35	204,963.35	204,963.35
Total Capital Contribuido	204,963.35	204,963.35	204,963.35	204,963.35
<i>Ganado</i>				
Utilidades del ejercicio	0.00	332,466.57	363,524.80	395,026.96
Utilidades Acumuladas	0.00	0.00	332,466.57	695,991.37
Total Capital Ganado	0.00	332,466.57	695,991.37	1,091,018.33

TOTAL CAPITAL CONTABLE	204,963.35	537,429.92	900,954.72	1,295,981.68
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	683,211.18	1,077,906.19	1,302,720.53	1,559,332.98

Evaluación económica

Técnicas de evaluación	Resultados	Interpretación
Valor presente neto (VPN)	\$558,477.38	El VPN es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es aceptado ya que los flujos a valor presente son mayores que la inversión total lo que muestra un rendimiento positivo en el proyecto
Tasa interna de rendimiento (TIR)	49%	La tasa interna de rendimiento es mayor al costo ponderado de capital de 11.03% por lo que el proyecto es aceptable.
Índice de rentabilidad (IR)	1.18	Por cada peso que se invierte se tiene un rendimiento de \$1.18 o bien, se tiene un excedente de \$0.18 pesos
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	1 año 8 meses	Se recupera dentro del horizonte del proyecto de 3 años según la planeación del mismo.

4.5 Plan de negocio del corredor de Buenavista, Sonora.

I Descripción del negocio

Naturaleza del negocio, sector turístico en el que se desarrolla

El proyecto es un negocio del tipo de servicio y alimentos, pues se presta un servicio en cuanto a la recreación y descanso de los visitantes a esta comunidad, además de ofrecer alimentos y paseo en lancha y a caballo, según sea el gusto de cada visitante. El sector turístico al que pertenece este proyecto es al turismo de familia y de recreación, aunque también puede abarcar al turista que visita la presa del Oviachi para hospedarse en esta región para continuar con su actividad en la pesca el siguiente día.

Definir el producto o servicio a ofertar

En el proyecto de ecoturismo de la comunidad de Buenavista, se ofrece un recorrido que incluye; paseo en lancha y en caballo, esto se realiza con la finalidad de que los visitantes conozcan los recursos naturales con los que cuenta Buenavista, ya que en esta área se cuenta con un panorama natural observado desde la presa así como al recorrer las aguas del río yaqui, también incluye un taller de tortillas de harina, con el propósito de mostrar a los turistas las raíces gastronómicas de la región.

A continuación se muestra el recorrido:

Su logo: " Una aventura a tu alcance ". Recorrido en tierra 80% y agua 20%. Opciones: (1) Recorrido por el vertedor, (2) Recorrido por el pueblo de Buenavista, (3) Paseo en lancha, (4) Cabalgar, (5) Venta de artesanías elaboradas por la comunidad, como muñecas de trapo, rebozos bordados a mano, etc. El Paseo incluye: caballos equipados, servicio de guía de turistas capacitados, equipo de seguridad (salvavidas), comida típica de la región, material y materia prima para el taller de tortillas de harina, traslado en lancha por cada uno de los puntos a visitar y traslado a la comunidad.

En Buenavista se descubre un pueblo rodeado de historia y un natural paisaje que tiene como límite la presa Álvaro Obregón. La característica diferencial de Buenavista son sus preciosos panoramas. El paisaje podría definirse como lo que describe un viajero al contemplar por primera vez un lugar. Sorprendente sobre todo el paso del río yaqui con sus tonalidades brindando paz y sosiego a quién deambula por sus aguas convirtiéndose así en un remanso de tranquilidad.

La experiencia que se adquiere al realizar una cabalgata es inolvidable ya que cada uno de los destinos que se visitan cuenta con una gran cantidad de vegetación y áreas verdes que los diferencia de cualquier otro destino. Por otra parte, se sabe que la tortilla es el pan diario de la dieta mexicana. La típica se hace a mano usando harina de maíz o de trigo. Tortilla o "tlaxcalim" era la comida principal de los antiguos Aztecas. La tortilla se conoce hace varios miles de años, es baja en grasa, en sodio y contiene calcio, potasio y fibra. Desde sus inicios se elabora con maíz, luego con la llegada de los españoles la tortilla se empezó a producir con harina de trigo y es lo que ahora conocemos generalmente con el nombre de tortilla de harina.

Es por eso que en Buenavista puedes vivir la experiencia de conocer la historia, el proceso de elaboración así como la degustación de las tortillas hechas con un toque especial y único del sur del estado.

Duración del recorrido: 6:00 Horas



Puesta del sol cabalgando por Buenavista



Brazo del río yaqui

Proceso de elaboración del taller



Parroquia del Pueblo

Identificación de riesgos y oportunidades para el negocio

Riesgos

- El clima ya que en la temporada de verano las temperaturas son altas que suben hasta 45 grados centígrados y esto puede afectar a la demanda del producto, también en la época de lluvias que abarca los meses de julio a octubre ya que el acceso a la comunidad se dificulta.

- La existencia de proyectos ecoturísticos semejantes en el estado.
- La contaminación del río yaqui, debido a que en temporada de lluvias el río se contamina y causa mala impresión durante el recorrido.
- No cuenta con seguridad pública necesaria por lo que índice de inseguridad es alto para los visitantes y puede ser un factor de riesgo para que la demanda se debilite.
- El transporte urbano es insuficiente ya que solo cuenta con un camión que entra a la comunidad ciertas horas del día.
- No tiene servicio médico esto provoca inseguridad entre los turistas ya que si se presenta alguna contingencia medica el pueblo no está preparado para brindar auxilio.
- No tiene servicio de restaurantes ni hospedaje por lo que no cuenta con la capacidad de recibir turistas extranjeros.
- El pueblo no cuenta con señal y ética adecuada (gasolinera, teléfono, no tirar basura, no estacionarse, prohibido fumar, entre otras) lo cual provoca que el turista este mal orientado al visitar y explorar el lugar.

Oportunidades

- Apoyos económicos, como permisos por parte del gobierno.
- Proximidad con Estados Unidos a una distancia de 500 kilómetros, con lo que se puede lograr que el turista pueda vacacionar sin necesidad de cruzar todo el país.

Conformación del negocio

Su estructura jurídica será la sociedad cooperativa integrada por personas físicas con base en intereses comunes y con los principios de solidaridad y esfuerzo en conjunto con la finalidad de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción de bienes y servicios.

II Estudio de mercado

Demanda

Se elaboró un estudio para identificar el potencial del desarrollo económico de la comunidad, basado en ecoturismo en Buenavista.

Tamaño del universo del proyecto

El tamaño del universo del corredor turístico “Buenavista” es el total de la población de Cajeme, eligiendo solamente a las personas de 6 a 14 años y de 15 a 59 años, que son las personas aptas para adquirir los productos que ofrece Buenavista, obteniendo los siguientes resultados de INEGI.

Población	Habitantes
6 a 14 años	65,010
15 a 59 años	226,760
TOTAL	291,770

Muestra

Después de obtener el total de la población a quienes se dirigirá principalmente los productos que ofrece Buenavista se aplicó la siguiente fórmula para así obtener la muestra a investigar, obteniendo los siguientes resultados.

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

Datos:

$$S = 1.96$$

$$N = 291,770 \text{ habitantes}$$

$$p = 50\% \text{ (no se conoce la respuesta de los consumidores y no se tiene probabilidad alguna)}$$

$$q = 50\%$$

$$e = 5\%$$

Por lo que haciendo el cálculo la muestra es de:

$$n = \frac{(1.96)^2 (291,770)(.50)(.50)}{(.05)^2(291,770- 1) + (1.96)^2(.50)(.50)} = 383.65$$

Resultados

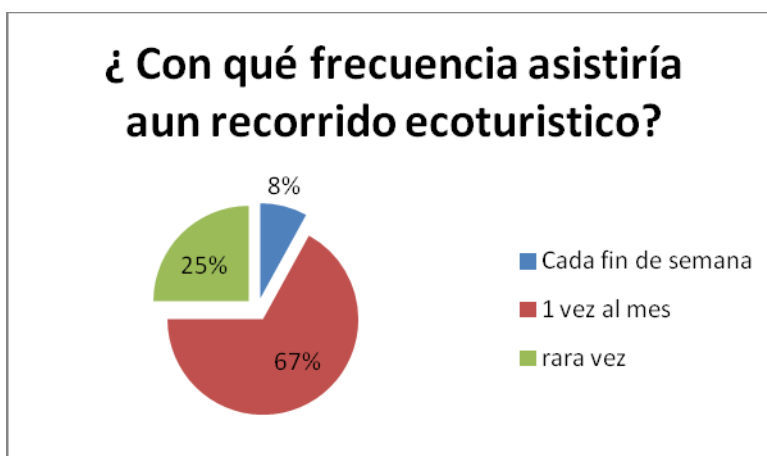
Pregunta no.1



Análisis.- Con esta pregunta, se desea conocer que tanto la población de Obregón le gustaría dar un paseo fuera de la ciudad.

Interpretación.- En la gráfica se puede observar que el 91% de las personas encuestadas si están dispuestas a dar un paseo fuera de la ciudad y tan solo el 9% comento que no le interesa.

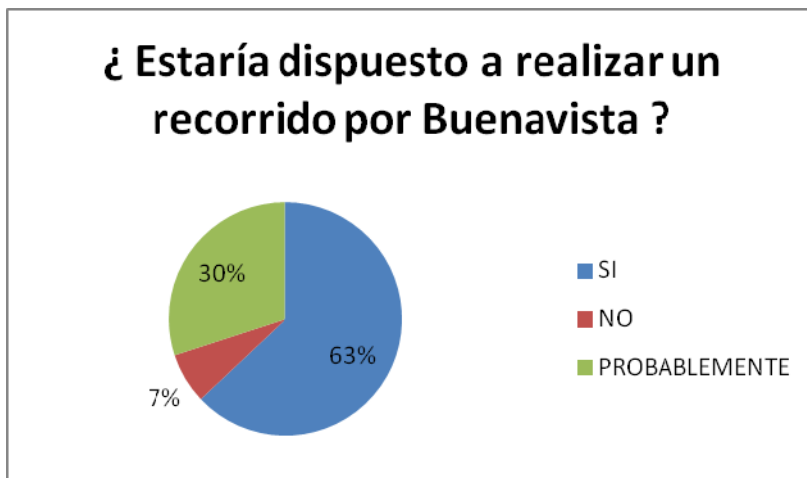
Pregunta no.2



Análisis.- En esta pregunta, se requiere saber con qué tanta frecuencia las personas estarían dispuestas a asistir a un recorrido ecoturístico.

Interpretación.- Se puede observar claramente que el 67% de las personas asistirían a un paseo eco turístico sólo una vez al mes, el 25% rara vez lo haría, y el 8% cada fin de semana.

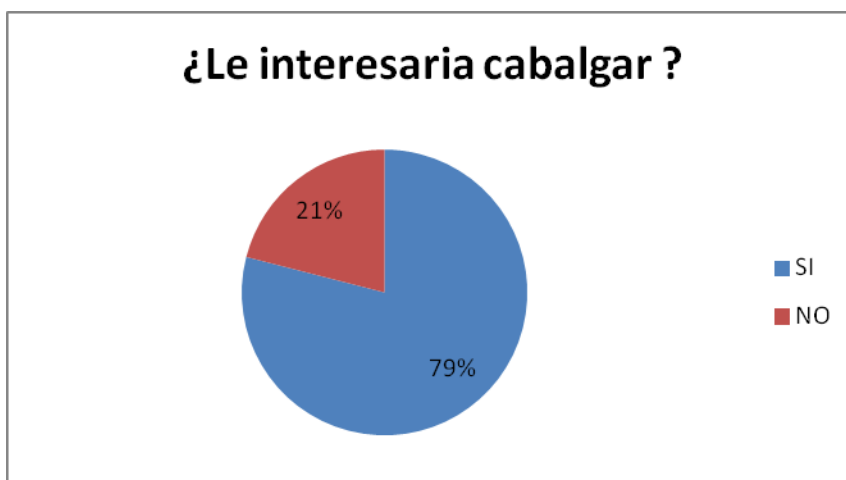
Pregunta no.3



Análisis.- Esta pregunta, es de suma importancia, ya que nos arroja si las personas estan dispuestas a ir a un recorrido ecoturístico a Buenavista, lo cual de cierta manera con esto se sabrá si es viable o no el proyecto.

Interpretacion.- El 63% de los encuestados comento que si estaría dispuesto a realizar un recorrido por Buenavista, sonora , el 30% dijo que probablemente y tan solo el 7% dijo que no.

Pregunta no.4



Análisis.- Con esta pregunta, se desea conocer si las personas que asistirían al recorrido ecoturístico, les interesaría la actividad de cabalgar.

Interpretación.- Según los encuestados al 79% de las personas les interesa cabalgar y a un 21% contesto que no le interesa.

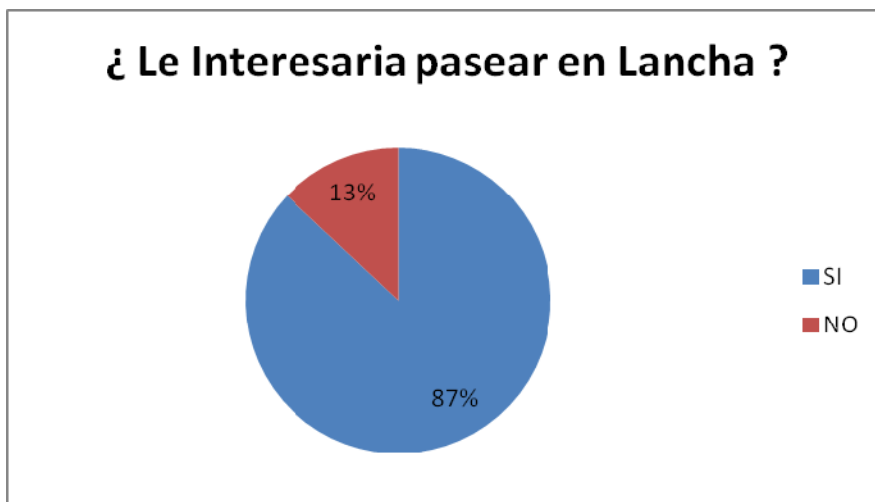
Pregunta no.5



Análisis.- Con esta pregunta, se desea conocer si las personas que asistirían al recorrido ecoturístico, les interesaría la actividad de pescar.

Interpretación.- Se puede observar que el 67% de las personas encuestadas, contestaron que si les interesaría pescar, mientras que el 33% no le interesa.

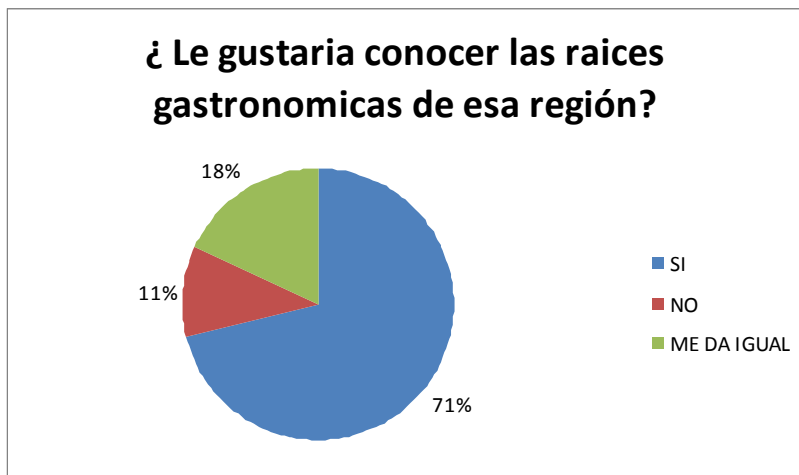
Pregunta no. 6



Análisis.- Con esta pregunta, se desea conocer si las personas que asistirían al recorrido ecoturístico estarían dispuestas a realizar un paseo en lancha.

Interpretación.- Las personas encuestadas contestaron que al 87% si le interesa dar un paseo en lancha, y al 13% de los encuestados no le interesaría.

Pregunta no.7



Análisis.- Con esta pregunta, se sabrá si las personas a parte de dar un recorrido ecoturístico les gustaría conocer acerca de la gastronomía de esa región, lo cual es de suma importancia para la siguiente pregunta.

Interpretación.- En la grafica, se puede observar que el 71% si le gustaría conocer las raíces gastronomicas de la región de Buenavista, el 11% no le gustaría y el 18% le da igual.

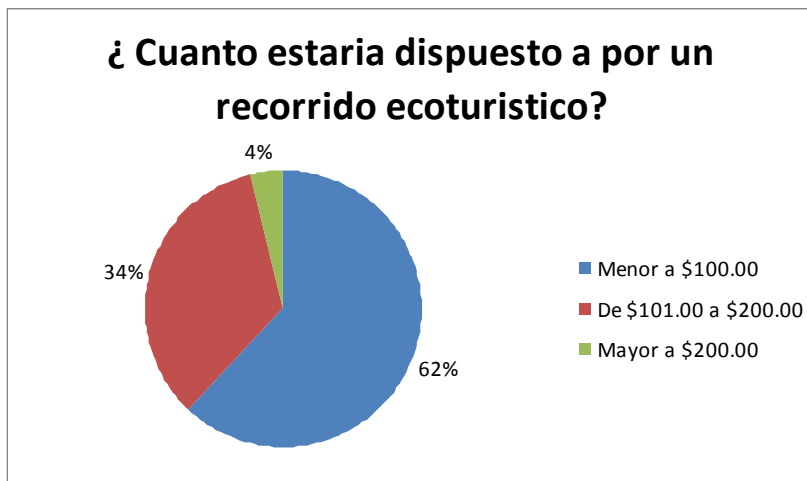
Pregunta no. 8



Análisis.- Con esta pregunta, se sabrá si las personas estarían dispuestas a asistir a un taller de tortillas de harina, aparte de los recorridos ya mencionados.

Interpretación.- La mayor parte de los encuestados, con un 63% contestó que si asistiría a un taller de tortillas de harina, el 34% dijo que no y tan solo el 3% contestó que preferiría otro taller.

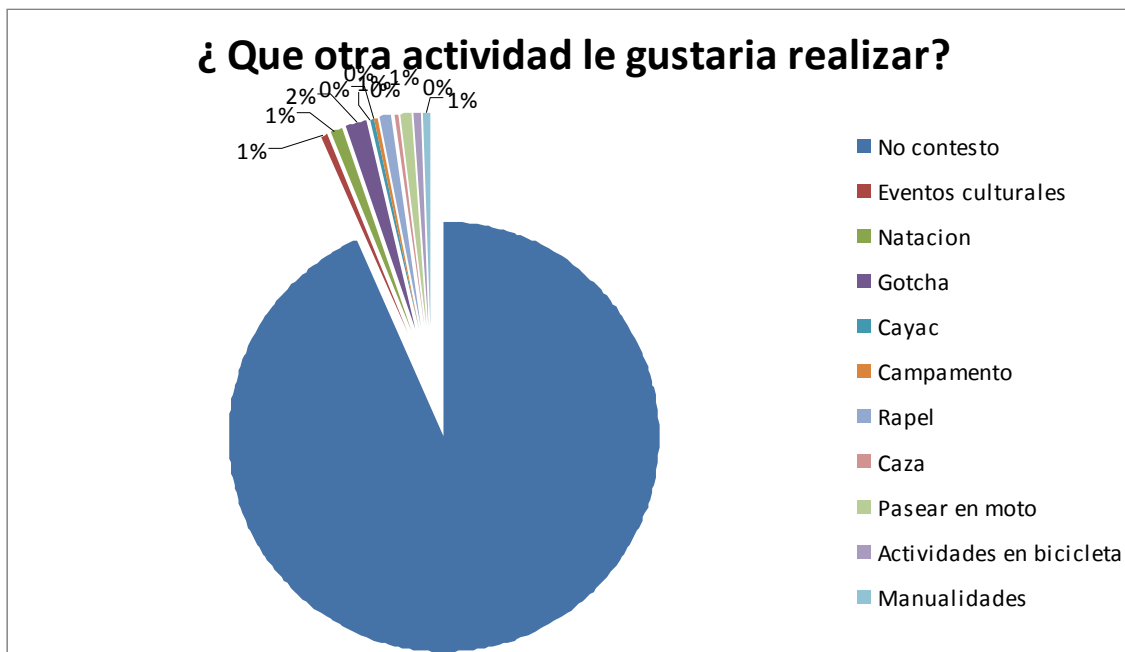
Pregunta no. 9



Análisis.- Esta pregunta se realiza con la finalidad de saber que tanto esta dispuesta la población por pagar, esto es de suma importancia ya que se podrá fijar el costo del recorrido.

Interpretación.- El 62% de las personas encuestadas está dispuesto a pagar una cantidad menor a \$100.00 pesos por el recorrido ecoturístico, el 34% de \$101.00 a \$200.00 pesos y tan solo una pequeño parte del 4% estaría dispuesto a pagar más de \$200.00 pesos.

Pregunta no.10



Análisis.- Esta pregunta, se realizo con la finalidad de que las personas encuestadas proporcionen su opinión de otros tipos de actividades que les gustaría realizar por Buenavista, aparte de las ya mencionadas.

Interpretación.- En la grafica se puede observar, que la mayoría de las personas que fueron encuestadas no contestaron a esta pregunta. Aproximadamente el 2% opino que le gustaría que hubiese una actividad de Gotcha, el 1% le gustaría pasear en motos, y las demás actividades que opinaron que fueron menor a 1%, entre ellas están: realizar un campamento, manualidades, ir de caza, natación, eventos culturales, rapel, cayac y actividades en bicicleta.

Oferta y competencia.

La competencia a la que se enfrenta la comunidad de Buenavista se encuentra en los paseos que llevan a cabo un recorrido similar y que son cercanos a la región, a continuación se describe cada uno de ellos:

- Álamos. Este paseo es el principal competidor para Buenavista por contar con un atractivo natural rodeado de grandes árboles que brindan su sombra para hacer una ideal estancia para sus visitantes. Además ofrece numerosos asaderos a la orilla del río. Se puede montar

a caballo teniendo un recorrido alrededor del río por un precio accesible. Este paseo se encuentra en el Ejido Hornos Km. 3, rumbo a la presa.

- Isleta. Representa otra competencia y de igual manera, se encuentra en el kilómetro 4 en la carretera Hornos-Presa; por un lado está la opción de río, asadores para sus comidas, áreas verdes para actividades recreativas y la renta de caballos.
- Paseos en Hornos. Dentro del camino hacia Hornos, se encuentran diversos paseos y parques acuáticos, tales como:
 - El Coyote que por una cantidad de \$50.00 se disfruta de un día entero ya sea en el área de la albercas o en los asadores, donde se encuentra un arroyito que pasa por ahí, siendo un atractivo para los turistas.
 - El Rinconcito que tiene un precio de \$30.00 donde la familia puede disfrutar de un día a la orilla de un arroyo, acondicionado con asadores donde se puede preparar una rica carne asada.
 - El Arroyito, Los Sauces y Las Palmas son otros paseos que cuentan con un costo aproximado entre \$30.00 y \$70.00 pesos por carro, donde se ofrecen asadores, árboles con grandes sombras y un arroyo que pasa por dichos paseos.
- Dique 10. Es una represa que se encuentra a 67 metros sobre el nivel del mar, sus aguas son profundas, las cuales tiene remolinos internos. Las vías de acceso están en buenas condiciones, pues aunque dentro del lugar hay caminos de terracería, cabe mencionar que la tierra está bien compactada, por lo que el acceso es fácil, en general se pueden desarrollar muchas actividades debido a que el lugar es grande pero está delimitado en algunas áreas.
- Hornos. Es una de las competencias del taller de elaboración de tortillas de harina en Buenavista a nivel regional por ser un pueblo ya conocido y por su afluencia de turistas que por ahí pasan hacia los distintos puntos turísticos de la región. Otra principal característica es que ahí se venden las tradicionales empanadas de calabaza que generalmente ya son conocidas por toda la gente de las comunidades vecinas.

- Cócorit. La comunidad de Cócorit cuenta con afluencia de turistas tanto regionales, como extranjeros debido a que Cócorit ofrece gran variedad de actividades como la visita al museo de los Yaquis y la Casona, donde cada año se realiza la tradicional quema de máscaras, las fiestas tradicionales que ahí se realizan, además de sus deliciosas comidas, una de ellas son las tortillas de harina que ahí se preparan. Hechas por manos indígenas que le dan un toque y sabor único.
- Moróncarit. Representa un competidor más, ya que se basa en paseos en lancha y senderismo, representa para el desarrollo del producto una competencia importante, ya que sus principales riquezas son la observación de aves, esteros y dunas.
- Yavaros. También se puede mencionar como competencia los proyectos de ecoturismo de Yavaros ya que la región está situada en el flanco sureste del delta del Río Mayo; comprende a las lagunas de Yavaros en donde se puede practicar el ecoturismo.
- Otros paseos. El Gobierno de Sonora, se ha encargado de darle publicidad al turismo regional, existen demás paseos y ranchos y algunos de ellos se encuentran dentro de páginas web para darse a conocer y poder informarse al respecto, las páginas son:
 - <http://www.sonoraturismo.gob.mx/ranchos-de-sonora.htm>
 - <http://www.infored.com.mx/paseos-a-caballo/>
 - <http://www.visitingmexico.com.mx/sonora/tours-sonora-sonora.php>
 - <http://obson.wordpress.com/2009/02/18/presas-y-balnearios/>

Cada una de estas empresas representa competencia para los servicios que se ofrecen en Buenavista en diferentes puntos estratégicos, los cuales cuentan con atractivos únicos que llaman la atención de los futuros turistas.

Precios

Actualmente se ofrecen dos recorridos por día ya que es la capacidad que pueden ofrecer para cubrir las necesidades de su mercado, atendiendo a un grupo estándar de 15 personas.

Los precios que se manejarán para el recorrido, se determina tomando en cuenta recorridos similares que existen en el mercado, representados por la competencia y determinando los insumos necesarios para llevar a cabo dicho recorrido.

Los insumos con los que se tiene que contar para poder ofrecer el servicio son:

- ✓ 8 Lts. De gasolina (\$8.04 por Lit.)
- ✓ Pasea a Caballo (\$20 el recorrido por persona)
- ✓ Sueldo del Guía (\$150)
- ✓ Costo de los alimentos incluidos en el recorrido (\$50).

Dando un precio estimado por persona de: \$300 incluyendo lo que es el desayuno y/o comida.

III Estudio Técnico-Administrativo

Desarrollo del producto

2.2 Descripción del producto

Recorrido Buenavista

El nivel de esfuerzo del recorrido por Buenavista principalmente es por tierra (80%) y el resto es por agua (20%), donde se inicia con una caminata por el pueblo, recorriendo sus alrededores, tomando en cuenta los puntos de gran interés, como la iglesia del lugar, para después partir hacia el vertedor e iniciar el recorrido por el Río Yaqui, también se imparte un taller de tortillas de harina, ya que se haya terminado el taller se da espacio para un descanso y enseguida se le brinda la comida típica de la región (tacos de carne asada), que es preparada por las personas encargadas del paseo, en este recorrido se incluyen guías preparados y especialistas en el lugar que ya que conocen ampliamente Buenavista. También se incluye material de seguridad como salvavidas, el material y la materia prima para la elaboración del taller de tortillas de harina.

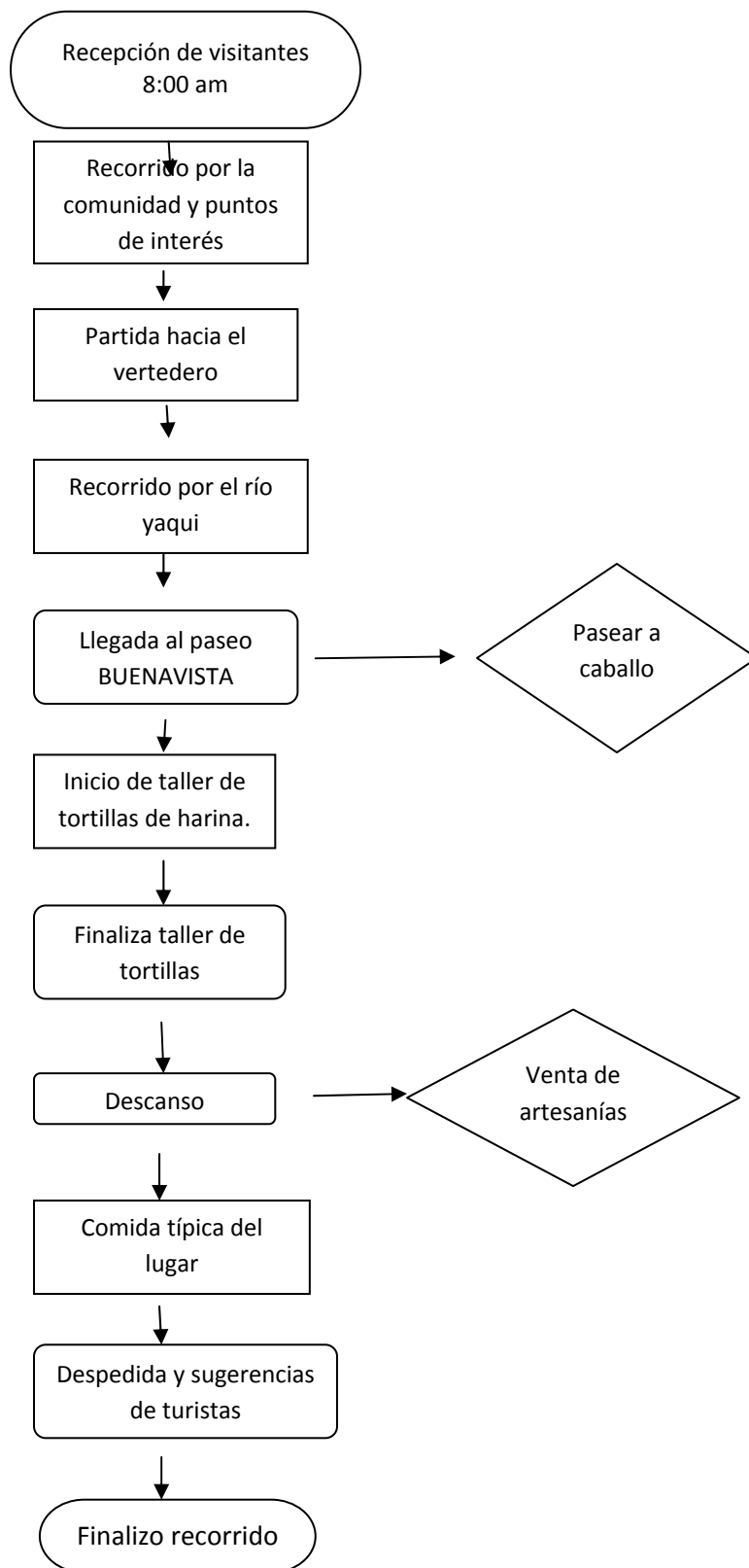
Además, durante el recorrido se presenta la oportunidad para quien lo desee pasear a caballo por un costo extra, venta de artesanías elaboradas por la comunidad, como muñecas de trapo, rebozos bordados a mano, etc. Este recorrido dura aproximadamente 6 horas. Siendo una de las mejores experiencias que el turista puede encontrar y disfrutar en familia, ya que cada uno de los lugares que se visita cuenta con una gran cantidad de vegetación y áreas verdes.

2.3 Proceso productivo

DIAGRAMA DE FLUJO

El proceso que se tiene para brindarle el s

- 1.- Recepción de visitantes en la primaria del pueblo.
- 2.- Recorrido por los alrededores de la comunidad y puntos de interés.
- 3.-Partida hacia embarcadero e Iniciar el recorrido por el río yaqui.
- 4.- Llegada al paseo BUENAVISTA.
- 5.- Inicio con el taller de tortillas.
- 6.- Finaliza taller de tortillas de harina.
- 7.- Descanso.
- 8.- venta de artesanías.
- 9.- Comida.
- 10.-Despedida, comentarios y sugerencias Por los turistas.



Estructura organizacional

Planeación estratégica

Misión: satisfacer plenamente a clientes a través de la calidad de nuestros servicios, utilizando una línea turística acorde a los valores y fortaleciendo nuestra presencia y penetración en el mercado, así como promoción del trabajo en equipo.

Visión: ser reconocido como líder en el desarrollo turístico sostenible en la región y consolidar el éxito de la actividad turística, así como ser una fuente de empleo para la comunidad de Buenavista.

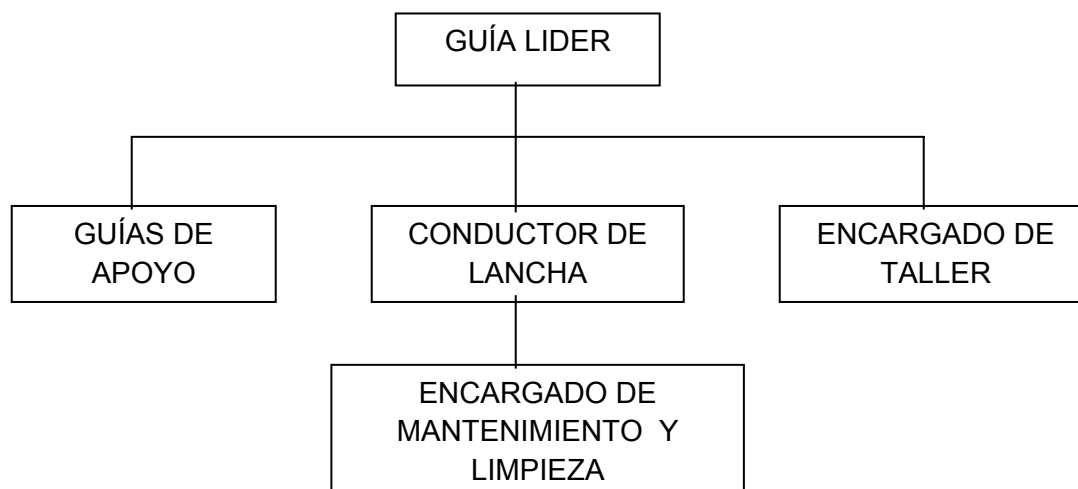
Objetivos:

- Tener un crecimiento constante a través de los años del 10%.
- Fomentar la competitividad de la actividad turística, para ofrecer mejores resultados al cliente.
- Contar con un personal capacitado y eficiente, por lo que continuamente se deberá dar capacitación a los empleados.
- Crecimiento de la actividad turística local a través de la generación del empleo y el incremento de ingresos, en función del mejoramiento de la calidad de los servicios ofrecidos que traerá como consecuencia un mayor número de turistas.

Valores: en la comunidad de Buenavista, se tendrán en cuenta muchos valores hacia el turista, para tener un mejor trato hacia ellos y para eso, primero se empezará por tener un buen comportamiento entre los mismos trabajadores de la comunidad:

- Cooperación: participación de dos o más personas para alcanzar un objetivo.
- Respeto: reconocimiento de los derechos de las demás personas.
- Responsabilidad: capacidad de asumir compromisos.
- Solidaridad: capacidad de ayudar a quien lo necesita.
- Entusiasmo: sentimiento intangible que se despierta en todo lo que hacemos y despierta nuestra creatividad, motivación y optimismo.
- Fortaleza: virtud que ha permitido dominar las pretensiones, ambiciones e impulsos respecto a metas y objetivos difíciles de lograr.

Organigrama

**Inversión para la puesta en marcha**

Determinación de insumos y precios

DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
Kilos de harina	7	269	1,883	301	2,184
Kilos de manteca	20	50	1,000	160	1,160
comida	100	269	26,900		26,900

Determinación de maquinaria, equipo de oficina y precios

Producto	PRECIO Unitario	CANTIDAD	Subtotal	IVA 16%	Total
Baño ecológico	2,700	1	2,700	432	3,132
Palapa	61,890	1	61,890	9,902	71,792
Lancha	149,000	1	149,000	23,840	172,840
Caballos	8,000	3	24,000	3,840	27,480
Radio portátil	2700	7	18,900	3,024	21,924
Contenedor de basura	1,796	4	7,184	1,149	8,333
salvavidas	395	15	5,925	948	6,873

Botiquín	523	2	1,046	167	1,213
Meza plegable	999	4	3,996	639	4,635
Sillas plegables	449	20	8,980	1,437	10,417
asador	2000	1	2,000	320	2,320
herraduras	184	6	1,104	177	1,281
Sillas de montar	1,350	3	4,050	648	4,698
Riendas para caballo	395	3	1,185	190	1,375
Bollas inflables	380	4	1,520	243	1,763
Bandejas de plástico	50	5	250	40	290
Bolillos p/ tortillas	30	10	300	48	348
Construcción 2x2	10,000	1	10,000	1,600	11,600

2.11 Determinación de la Inversión

	Producto	\$ Unitario	# artículos	Subtotal	IVA 16%	Total
INVERSIÓN FIJA						
Maq y Eq	Baño ecológico	2,700	1	2,700	432	3,132
	Palapa	61,890	1	61,890	9,902	71,792
	Lancha	149,000	1	149,000	23,840	172,840
	Caballos	8,000	3	24,000	3,840	27,840
	Radio portátil	2700	7	18,900	3,024	21,924
	Contenedor de basura	1,796	4	7,184	1,149	8,333
	salvavidas	395	15	5,925	948	6,873
	Botiquín	523	2	1,046	167	1,213
	Meza plegable	999	4	3,996	639	4,635
	Sillas plegables	449	20	8,980	1,437	10,417
	asador	2000	1	2,000	320	2,320
	herraduras	184	6	1,104	177	1,281
	Sillas de montar	1,350	3	4,050	648	4,698
	Riendas para caballo	395	3	1,185	190	1,375
	Bollas inflables	380	4	1,520	243	1,763
	Bandejas de plástico	50	5	250	40	290

	Bolillos p/ tortillas	30	10	300	48	348
						341,075
Edificio	Construcción 2x2	10,000	1	10,000	1,600	11,600
						11,600
INVERSIÓN DIFERIDA						
	Publicidad	0.13	2,000	250	40	290
						290
CAPITAL DE TRABAJO						
	Kilos de harina	7	269	1,883	301	2,184
	Kilos de manteca	20	50	1,000	160	1,160
	Comida	100	269	26,900		26,900
						30,244

IV Estudio financiero

Premisas

Inversión total

Inversión fija	\$352,675.00
Inversión diferida	\$290.00
Capital de trabajo	\$30,244.00
Inversión total	\$383,209.00

Presupuesto de ingresos e ingresos

Ingresos anuales	\$504,800.00
Costos fijos anuales	0
Costos variables anuales	\$219,651

Financiamiento

Financiamiento	Proporción	Costo de capital
Financiamiento externo	60%	5%
Financiamiento interno	40%	8%

Estados financieros proyectados (Estado de resultados, Flujo de Efectivo y Estado de Situación Financiera)

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos	504,800.00	555,280.00	610,808.00
(-) Costos Variables	219,651.00	241,616.10	265,777.71

(-) Costos Fijos	0.00	0.00	0.00
Depreciación y Amortización	34,716.50	34,716.50	34,716.50
Total costos fijos	34,716.50	34,716.50	34,716.50
Utilidad de Operación	250,432.50	278,947.40	310,313.79
<u>COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO</u>			
Gastos Financieros	11,496.27	7,664.18	3,832.09
Productos Financieros			
Utilidad antes de impuestos	238,936.23	271,283.22	306,481.70
ISR	71,680.87	81,384.97	91,944.51
PTU	23,893.62	27,128.32	30,648.17
Utilidad del ejercicio	143,361.74	162,769.93	183,889.02

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<u>Entradas de Efectivo</u>			
Ingresos	504,800.00	555,280.00	610,808.00
Productos Financieros			
Total de entradas de efectivo	504,800.00	555,280.00	610,808.00
<u>Salidas de Efectivo</u>			
Costos Variables	219,651.00	241,616.10	265,777.71
Costos Fijos (sin depreciac. Y amortización)	0.00	0.00	0.00
Gastos Financieros	11,496.27	7,664.18	3,832.09
Documentos por pagar	76,641.80	76,641.80	76,641.80
ISR	0.00	71,680.87	81,384.97
PTU	0.00	23,893.62	27,128.32
Total de salidas de efectivo	307,789.07	421,496.57	454,764.89
Flujo de operación	197,010.93	133,783.43	156,043.11
(+) Saldo Inicial	30,244.00	227,254.93	361,038.36
Saldo Final para Balance General	227,254.93	361,038.36	517,081.47
Flujo de operación para calcular flujos de efectivo para la evaluación económica	197,010.93	133,783.43	156,043.11
(+) Valor de Rescate	0.00	0.00	248,815.50
(+) Capital de trabajo	0.00	0.00	30,244.00
Flujo de efectivo para la evaluación económica	197,010.93	133,783.43	435,102.61

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO

Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<u>ACTIVO</u>				
<i>Circulante</i>				
Efectivo en caja o bancos e insumos	30,244.00	227,254.93	361,038.36	517,081.47
Total de Activo circulante	30,244.00	227,254.93	361,038.36	517,081.47
<i>No Circulante</i>				
Mobiliario y equipo	341,075.00	341,075.00	341,075.00	341,075.00
Depreciación acumulada Mob. y equipo		34,107.50	68,215.00	102,322.50
Equipo de reparto	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada eq. de reparto		0.00	0.00	0.00
Equipo de computo	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada eq. de computo		0.00	0.00	0.00
Herramientas	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación acumulada de herramienta		0.00	0.00	0.00
Edificio	11,600.00	11,600.00	11,600.00	11,600.00
Depreciación acumulada de edificio		580.00	1,160.00	1,740.00
Activos Diferidos	290.00	290.00	290.00	290.00
Amortización acumulada de Activos diferidos		29.00	58.00	87.00
Total de Activo no circulante	352,965.00	318,248.50	283,532.00	248,815.50
TOTAL ACTIVO	383,209.00	545,503.43	644,570.36	765,896.97
<u>PASIVO</u>				
<i>A corto plazo</i>				
Institución Bancaria 1	76,641.80	76,641.80	76,641.80	0.00
Institución Bancaria 2	0.00	0.00	0.00	0.00
ISR por pagar	0.00	71,680.87	81,384.97	91,944.51
PTU por pagar	0.00	23,893.62	27,128.32	30,648.17
Total Pasivo a corto plazo	76,641.80	172,216.29	185,155.09	122,592.68
<i>A largo plazo</i>				
Institución Bancaria 1	153,283.60	76,641.80	0.00	0.00
Institución Bancaria 2	0.00	0.00	0.00	0.00

Total Pasivo a largo plazo	153,283.60	76,641.80	0.00	0.00
TOTAL PASIVO	229,925.40	248,858.09	185,155.09	122,592.68
<u>CAPITAL CONTABLE</u>				
<i>Contribuido</i>				
Capital social (Aportación de socios)	153,283.60	153,283.60	153,283.60	153,283.60
Total Capital Contribuido	153,283.60	153,283.60	153,283.60	153,283.60
<i>Ganado</i>				
Utilidades del ejercicio	0.00	143,361.74	162,769.93	183,889.02
Utilidades Acumuladas	0.00	0.00	143,361.74	306,131.67
Total Capital Ganado	0.00	143,361.74	306,131.67	490,020.69
TOTAL CAPITAL CONTABLE	153,283.60	296,645.34	459,415.27	643,304.29
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	383,209.00	545,503.43	644,570.36	765,896.97

Evaluación económica

Técnicas de evaluación	Resultados	Interpretación
Valor presente neto (VPN)	\$297,195.65	El VPN es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es aceptado ya que los flujos a valor presente son mayores que la inversión total lo que muestra un rendimiento positivo en el proyecto
Tasa interna de rendimiento (TIR)	37%	La tasa interna de rendimiento es mayor al costo ponderado de capital de 5.30% por lo que el proyecto es aceptable.
Índice de rentabilidad (IR)	1.77	Por cada peso que se invierte se tiene un rendimiento de \$1.77 o bien, se tiene un excedente de \$0.77 pesos
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	2 años 1 mes	Se recupera dentro del horizonte del proyecto de 3 años según la planeación del mismo.

Conclusiones

A lo largo de la obra se intenta situar a los proyectos de Turismo Alternativo en las comunidades de Hornos, La Sierrita, la Aduana, Moroncarit y Buenavista como una alternativa de desarrollo económico, social, sustentable y endógeno. Aunque aún existen diversos y bastantes retos por aprovechar, la actividad que hasta hoy se ha registrado en estos lugares que ofrecen servicios de Turismo Alternativo permiten encontrar la oportunidad de lograr avances en el bienestar de las personas que las integran, a través de la práctica de una actividad que les permite ser el centro del proceso de desarrollo, encaminándose hacia la articulación.

Como referencia a lo planteado por Dourojeanni (2000), los proyectos de Turismo Alternativo son actualmente un instrumento para: i) lograr el crecimiento económico, la equidad y la sustentabilidad ambiental en los ámbitos de gestión, como una forma de alcanzar el desarrollo sustentable; ii) determinar qué intercambios debe haber entre estos tres objetivos en una determinada región y entre regiones; y iii) facilitar el conocimiento, por parte de los actores involucrados, del tipo de intercambios viables y de su valor.

También lo relatado muestra el escenario para encontrar la brecha entre la situación actual y la ideal en la gestión de estos proyectos, y como la construcción de la estructura, infraestructura y superestructura necesaria para implementarlos ha significado aun a su temprana edad, algunos avances en el desarrollo social de los grupos que intervienen.

Según Díaz (2005), el desarrollo social por definición se centra en el individuo y en las relaciones de este con su entorno, por tanto se configura como un proceso multifacético: biológico, cultural, político, económico y ambiental, entonces a través de la práctica del turismo alternativo, estos procesos sociales se han iniciado y se requiere de una etapa para consolidarlas.

Por ello se quiso mostrar el caso de cinco planes de negocio que actualmente se encuentran en implementación de las comunidades antes mencionadas, a través de ellos se ilustra cómo varios elementos van a contribuir al fortalecimiento de esos procesos sociales que se mencionan, específicamente a través de la formación de capital humano y social, la formación o acumulación de infraestructura, la inversión en activos fijos, el fomento al autoempleo que genera cierta capacidad de efecto multiplicador, la preservación del medio ambiente y la cultura en esas comunidades, y la ampliación de mercados turísticos.

La inversión total de los planes mostrados son los siguientes: Hornos \$202,216.00, La Sierrita \$344,948.00, La Aduana \$136,248.00, Moroncarit \$632,211.18, Buenavista \$383,209.00. En total representan \$1,749,833.00 de pesos que se aplicarán al proceso de consolidación de la actividad turística, los que se pretende obtener en 70% de fuentes de financiamiento en instancias de gobierno, y el 30% restante será aportación de los empresas cooperativas en cada comunidad.

Cada uno de esos planes de negocio contempla una partida para el pago de la mano de obra que se requiere para la operación de los nuevos negocios, el monto que aquí se destine incide más directamente o de corto plazo en el bienestar de las familias, porque a través de ello complementan la satisfacción de sus necesidades básicas o bien pueden destinarlo para educación, ahorro o salud.

Otra parte de la inversión total se aplicará a la obtención de más infraestructura para proveer más servicios turísticos, nuevos o mejores. Si estas cantidades tienen la función de fortalecer o ampliar la capacidad de producción de los productos turísticos, con lo cual se espera ofrecer mejores experiencias a los clientes nuevos y los ya cautivos. Este monto les provee mayor soporte y suficiencia en el corto y mediano plazo para ejercer la actividad productiva a través de la cual se generan los beneficios sociales, tangibles e intangibles.

Sobre esos beneficios intangibles, la preservación de la cultura es pieza clave para el bienestar de las comunidades, su forma de vida, los valores y principios que rigen esos lugares no tienen que ser transgredidos o modificados; otro aspecto es la preservación del medio ambiente, como la mayoría de estos proyectos aprovechan las condiciones naturales existentes en su ambiente encuentran un incentivo para evitar una sobreexplotación o modificaciones tan agresivas que dañen la propia biodiversidad. El medio ambiente es valorado como otro de los activos que ayudan a producir los productos turísticos.

La ampliación del mercado de servicios turísticos es otro de los factores relevantes que se incluyen en estos planes de negocio, mediante diversos estudios de mercado se ha localizado que una parte de los habitantes de las zonas urbanas cercanas a estas comunidades ya tienen disposición a consumir productos turísticos, otra porción aun no lo hace pero manifiesta intención de hacerlo. Esa oportunidad de mercado es la que debe aprovecharse para lograr mayores ingresos y consolidar la actividad. Para ello se requiere de inmediato mejorar el acceso a esos clientes potenciales.

Sobre la forma de trabajo, las empresas cooperativas que se constituyeron para ofertar los servicios turísticos en cada comunidad han significado el medio de asociación mediante el cual se integran las capacidades de cada individuo para la formación de equipos que desarrollan actividades conjuntas: toman decisiones sobre el rumbo del proyecto y ejecutan las inversiones y actividades ahí planteadas; es decir son el eje de acción de los proyectos y de los resultados que se obtienen.

Bibliografía

BOISIER S. (2001). Sociedad del Conocimiento, Conocimiento Social y Gestión Territorial (pdf Internet)

BOULLON. R. (2006). Planificación del espacio turístico. México: Editorial Trillas.

DUSSEL P. (2006). "Conferencia Simposium ITSON" y documento.

MOLINA, Sergio (2000): Conceptualización del Turismo: Teoría general de sistemas (TGS) pp. 30-41. México: Limusa.

López, M. Celaya, R. Esparza, I. Corral, Z. & Vásquez M. (2011). Plan de Negocios, una guía para el emprendedor, pagina consultada el 8 de Noviembre de 2011 de <http://www.librosenred.com/libros/plandenegociosunaguiaaparaelemprendedor.html>

RAMÍREZ, B. (2001). Krugman y el regreso a los modelos espaciales. ¿La nueva. geografía? México

RICUARTE, C. (2009). Manual para el diagnóstico Turístico Local, guía para planificadores. Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Secretaría de Turismo (2004). Turismo Alternativo una nueva forma de hacer Turismo. Fascículo 1

TÛNNERMANN, B. (2003). Desarrollo Endógeno, Humano y Sostenible, <http://endogeno.fundacite.arg.gov.ve/admin/documental/archivos/4460e7d1b99f6.pdf>

VALDEZ (2007) "Educación y Desarrollo Endógeno", <http://venezuela.indymedia.org/es/2007/04/394.shtml>

VÁZQUEZ B. (2005). Las nuevas fuerzas del desarrollo.

<http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/economia-competitiva-y-generadora-de-empleos/turismo.html>

<http://portal.sonora.gob.mx/documentos/plandedesarrollo/libroPED.pdf>

Acerca de las autoras

Clark Mendivil, Yesenia

Licenciada en Economía y Finanzas, con mención Académica y Honorífica, también Licenciada en Administración de Empresas Turísticas 83.92% de los créditos concluidos y Maestra en Incubación y Aceleración de Negocios por el Instituto Tecnológico de Sonora. Galardonada con el Mérito Académico Prof. Héctor Manuel Romero por la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo A.C (AMESTUR) por la valiosa aportación a la Investigación Turística de México, maestra distinguida de la Dirección de Ciencias Económico-Administrativas en la categoría de maestro interino por el Programa de Estímulos al Desempeño Docente en los periodos 2009-2010 y 2010- 2011, Impartición de cursos a nivel licenciatura sobre Consultoría de Empresas, Turismo Alternativo, Diseño y desarrollo de Proyectos Turísticos, Ponente y Organizadora en eventos nacionales e internacionales, Actualmente labora en el Instituto Tecnológico de Sonora como profesora interina y Responsable del Programa de Licenciado en Administración de Empresas turística.

Corral Coronado, Zulema Isabel

Es Profesora Investigadora del área de Microeconomía en el Departamento de Contaduría y Finanzas del Instituto Tecnológico de Sonora. Formación de Licenciatura y Maestría en Economía y Finanzas. Ha colaborado en proyectos de investigación científica patrocinados por entidades externas a la universidad, en el desarrollo de estudios de mercado requeridos para delinear la viabilidad en su transferencia. Cuenta con perfil Promep por parte de la SEP-SESIC. Ponente en eventos nacionales e internacionales.

Esparza García, Irma Guadalupe

Es profesora investigadora del Instituto Tecnológico de Sonora. Licenciada en Administración con Maestría en Administración, concluyó los créditos del doctorado en Planeación Estratégica para la mejora del Desempeño. Maestra distinguida por el Instituto Tecnológico de Sonora durante 2006-2011 y certificada por la Asociación Nacional de Facultades Escuelas de Contaduría y Administración, A. C. (Anfeca) con perfil Promep por parte de la SEP-SESIC Laboralmente, ha desempeñado puestos en el área de Recursos Humanos, Desarrollo Organizacional, Planeación y Evaluación Académica Institucional y Acreditación de Programas Educativos y Responsable de proyectos estratégicos sobre Turismo Alternativo del Sur de Sonora. Conferencista y ponencias en eventos iberoamericanos, internacionales y nacionales.

López Parra, María Elvira

Contador Público y Maestra en Docencia e Investigación Educativa. Concluyó los créditos del doctorado en Planeación Estratégica para la mejora del Desempeño. Es académica certificada por

la Asociación de Profesores de Contaduría y Administración de México, de la cual es miembro activo.

Obtuvo el Premio Nacional de Contaduría Pública 2004-2005 del Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Fue reconocida como Maestra Distinguida entre 2002 y 2010 por el Instituto Tecnológico de Sonora, y también con el perfil Promep por parte de la SEP-SESI. Conferencista a nivel nacional y articulista de revistas nacionales e internacionales. Participa en programas de vinculación a través del Centro de Investigaciones Económicas y de Negocios (CIEN) del Instituto Tecnológico de Sonora.

Vásquez Torres, María del Carmen

Es licenciada y Maestra en Administración por el Instituto Tecnológico de Sonora, actualmente estudiante del doctorado en Planeación Estratégica para la mejora del Desempeño. Académica certificada por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración A.C. (ANFECA). Cuenta también con la certificación en Diseño e Impartición de Cursos de Capacitación según el Sistema Normalizado de Competencia Laboral (CONOCER). Es maestra con perfil PROMEP por parte de la SEP-SESI. Fue maestra distinguida del Instituto Tecnológico de Sonora, institución donde actualmente es profesora investigadora, durante los años 2002 y 2010. Ponente en eventos nacionales e internacionales.

Gómez Hinojosa, Carolina

Nació en Tuxtla Gtz. Chiapas, Licenciada en turismo, egresada de la Universidad Hispano Mexicana, Maestra en Mercadotecnia del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, (Universidad virtual), Maestra en Administración (Organizaciones) de la Universidad Autónoma de Chiapas, Doctora en Derecho Público del Instituto de estudios Fiscales, galardonada como el mejor promedio de la generación y la mención honorífica en la tesis de grado y becada por el COCYTECH por su calidad científica. Galardonada con el Mérito Académico Prof. Héctor Manuel Romero por la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo A.C (AMESTUR). Directora de la Región Sur de la AMESTUR (Chiapas, Tabasco y Oaxaca), Integrante de la Asociación Mexicana de investigación turística (AMIT), Directora de Vinculación Académica de la Federación turística de Chiapas (FEDETUR), perfil PROMEP, Miembro Honorífico del Sistema Estatal de Investigadores, Integrante del SNI nivel 1 (2007- 2010), Evaluadora del CIESS, CONAET, PNPC, proyectos FOMIX y de SECTUR- CONACYT. Conferencista y ponente en eventos nacionales e internacionales. Organizadora de eventos de gestión y académicos. Actualmente labora en la Universidad Autónoma de Chiapas como docente de tiempo completo y es la Coordinadora General de Enlace Universitario, Coordinadora General del Consorcio de Ciencias Económico administrativo, Coordinadora de la Maestría y Doctorado en Gestión para el desarrollo.

“Desarrollo regional basado en turismo alternativo. Caso: en el sur de Sonora” se terminó de editar en diciembre de 2011 en el Instituto Tecnológico de Sonora, en Ciudad Obregón, Sonora; México.

El tiraje fue de 50 ejemplares más sobrantes para reposición.



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender

