

Cómo desarrollar un proyecto de **ECOTURISMO**



Fascículo 2
Serie Turismo Alternativo

**COMO DESARROLLAR
UN PROYECTO
DE ECOTURISMO**

México, D.F. 2004

Secretaría de Turismo
Subsecretaría de Operación Turística
Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos
Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo

Directorio

Lic. Rodolfo Elizondo Torres
Secretario de Turismo

Sr. Emilio Goicoechea Luna
Subsecretario de Operación Turística

Lic. Francisco Madrid Flores
Subsecretario de Planeación Turística

Lic. Manuel Humberto Sarmiento Luebbert
Subsecretario de Innovación y Calidad

Diseño y formación

Primerts S.A. de C.V.
Gerardo del Castillo
Daniela Larbanois

Segunda Edición
Impreso y Hecho en México

Se prohíbe la reproducción total o parcial del material contenido en esta obra sin autorización por escrito de la Secretaría de Turismo.

Responsable de esta edición:

Lic. Lilia Rueda García
Directora de Desarrollo de Turismo Alternativo
Lic. Jorge Belmonte Martínez
Subdirector de Desarrollo de Turismo Alternativo
Mariano Escobedo No. 726 Col. Anzures
C. P. 11590 México, D. F.
Tel. 01 (55) 3002-6900
turismoalternativo@sectur.gob.mx
www.sectur.gob.mx

Introducción	pág. 5
1 Turismo Alternativo	pág. 7
1.1. Turismo de Aventura	pág. 9
1.2. Ecoturismo	pág. 12
1.3. Turismo Rural	pág. 14
1.4. El Turismo Alternativo en ANPs	pág. 16
2 Organización comunitaria y autodiagnóstico	pág. 19
2.1 La importancia de la organización comunitaria	pág. 20
2.2 Planeación rural participativa	pág. 20
2.3 Elaboración de autodiagnóstico	pág. 21
2.3 Formas de constitución legal	pág. 23
3 Estudio geo-socioeconómico	pág. 29
3.1 Ubicación geográfica	pág. 30
3.2 Entorno físico	pág. 30
3.3 Entorno social y cultural	pág. 31
3.4 Entorno económico	pág. 31
4 Diagnóstico turístico	pág. 33
4.1 Inventario de recursos naturales y culturales con potencial turístico	pág. 34
4.2 Análisis y jerarquización de los recursos inventariados	pág. 36
4.3 Definición de actividades que pueden desarrollarse en base a la vocación de los recursos	pág. 38
4.4 Ordenamiento del espacio comunitario	pág. 39
4.4.1 El caso de las Áreas Naturales Protegidas	pág. 39
4.5 Análisis situacional para determinar la viabilidad del proyecto	pág. 41
5 Estudio de mercado	pág. 45
5.1 Análisis de la demanda	pág. 46
5.2 Análisis de la oferta	pág. 48
5.3 Definición del mercado meta	pág. 48
6 Estudio técnico	pág. 51
6.1 Diseño de productos turísticos alternativos	pág. 52

6.1.1	Productos y servicios _____	<i>pág. 52</i>
6.1.2	Definición de actividades a desarrollar _____	<i>pág. 53</i>
6.1.3	Capacidad de carga _____	<i>pág. 54</i>
6.1.4	Determinación de servicios _____	<i>pág. 55</i>
6.1.5	Diseño de instalaciones y necesidades de equipamiento _____	<i>pág. 55</i>
6.1.6	Uso de tecnologías alternativas _____	<i>pág. 56</i>
6.1.7	Ingeniería de los servicios _____	<i>pág. 57</i>
6.1.8	Establecimiento de precios y tarifas _____	<i>pág. 58</i>
6.2	Estructura organizacional _____	<i>pág. 58</i>
6.2.1	Organización interna _____	<i>pág. 58</i>
6.2.2	Determinación de puestos _____	<i>pág. 59</i>
6.2.3	Establecimiento de sueldos y salarios _____	<i>pág. 60</i>
6.3	Definición de necesidades de educación y capacitación _____	<i>pág. 60</i>
6.4	Marco legal _____	<i>pág. 61</i>
6.5	Acciones y medidas complementarias _____	<i>pág. 62</i>
6.6	Estudio de impacto ambiental _____	<i>pág. 62</i>
6.7	Comercialización _____	<i>pág. 63</i>
6.7.1	Promoción _____	<i>pág. 64</i>
6.7.2	Relaciones Públicas _____	<i>pág. 65</i>
6.8	Presupuesto preliminar _____	<i>pág. 66</i>
7	Aspectos financieros _____	<i>pág. 69</i>
7.1	Proyección de la demanda _____	<i>pág. 70</i>
7.2	Proyección de ingresos _____	<i>pág. 71</i>
7.3	Proyección de egresos _____	<i>pág. 73</i>
7.4	Fuentes de financiamiento _____	<i>pág. 74</i>
8	Recomendación general, bibliografía, anexos _____	<i>pág. 77</i>
	Recomendación general _____	<i>pág. 78</i>
	Bibliografía _____	<i>pág. 79</i>
	Anexos _____	<i>pág. 80</i>

La actividad turística en sus últimos 15 años ha marcado una evolución importante tanto en su concepción como en sus formas, desde la década de los 50's la idea de un periodo vacacional ha puesto el paso por las playas, por la arqueología, por los pueblos y ciudades histórico arquitectónicas, estas formas tradicionales de hacer turismo, prevalecen, sin embargo el reto global hoy en día se sustenta en los movimientos ecologistas de los años ochentas y noventas; con la enunciación de los principios del modelo de Desarrollo Sustentable, haciendo que la sociedad mundial empiece a demandar un turismo respetuoso con el entorno natural y de quien lo habita, incluyendo al ser humano, surgiendo así el turismo orientado a la naturaleza mejor conocido como Ecoturismo, donde está inmersa la valorización de la cultura viva, determinándose como un turismo que fomenta y participa en la conservación de los recursos naturales y culturales, y por ende en su restauración, incitando a practicar unas vacaciones activas, reconstruyendo y valorando nuestro entorno.

Lo anterior se ha materializado a través de la aparición de actividades turísticas cuyo objetivo de viaje se basa en la historia natural, tal es caso de la observación de aves y ballenas, las caminatas por senderos interpretativos, los talleres de medicina tradicional y educación ambiental, los safaris fotográficos y demás; asimismo aparecen otras actividades, que si bien se desarrollan en contacto directo con el medio natural, su fin va más ligado hacia retos físico deportivos, como el ciclismo de montaña, la escalada en roca, el descenso en ríos, los vuelos en parapente y ala delta, el kayaquismo,

entre otros; esta variedad de actividades se presentan como alternativas a los viajes tradicionales, por lo que en México se le conoce como el Turismo Alternativo.

En los últimos diez años, la generación y puesta en marcha de proyectos de turismo alternativo han ido en aumento, especialmente fomentados por organizaciones comunitarias rurales, esto sencillamente por dos razones: una porque el setenta por ciento del territorio nacional esta en manos de grupos ejidales, comunales e indígenas, y segundo, porque les permite una opción productiva en beneficio de elevar su calidad de vida y conservación de sus bienes naturales. Pero en la mayoría de los proyectos se han gestado con algunas o demasiadas deficiencias de planeación, por lo que los resultados no han sido los esperados.

Por todo lo anterior, el presente fascículo tiene el objetivo de proporcionar elementos básicos que sirvan de guía para la elaboración de proyectos de turismo alternativo y está dirigido en especial a dichas organizaciones rurales, pero también para cualquier interesado que no cuente con orientación técnica para iniciar el planteamiento de un proyecto de turismo alternativo.

capítulo

1

Turismo alternativo

El desarrollo industrial de las grandes ciudades ha obligado a sus pobladores a vivir en condiciones estresantes y en medios artificiales, que si bien tal desarrollo les ha permitido mejorar su calidad de vida en algunos aspectos y tener acceso a mayores comodidades, también es cierto, que estas situaciones lo han enajenado provocando un aislamiento del ser humano con respecto a la naturaleza, sin embargo, se ha dado cuenta de la huella que ha dejado en ella, y que ha tenido un efecto negativo en la dinámica de la naturaleza que ponen en peligro la existencia de la humanidad. Ocasionando así el rescate de un sentimiento de pertenencia a la naturaleza, tomando conciencia de que todo lo que haga finalmente repercutirá en su porvenir.

De este modo, surge la necesidad de buscar formas racionales de aprovechamiento de los recursos, en donde la actividad turística no está exenta. Esta situación de preocupación del hombre sobre sus efectos en la naturaleza es cada vez más generalizada y en la actividad turística se están fomentando importantes cambios, que la han llevado a ser percibida como un elemento que puede contribuir a la revalorización de la naturaleza y de la cultura, ya que el turista se ha sensibilizado y está en busca de más estrechas relaciones con su ambiente, procurando visitar sitios con un alto grado de conservación y lugares auténticos, con identidad propia, en donde pueda realizar actividades que le permitan tener un mayor conocimiento de los pueblos que visita a través de un mayor contacto con sus anfitriones.

Esto se traduce en que cada vez hay un mayor número de turistas comprometidos con el

- Un recurso con potencial turístico, es aquel que puede ser aprovechado turísticamente, pero carece de servicios y de una planeación de manejo.
- Un atractivo turístico es aquel recurso natural o cultural, que cuenta con servicios e infraestructura que permite su aprovechamiento, bajo lineamientos de orden y desarrollo.

medio que visitan, 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.

A esta actividad se le ha definido de diferentes formas, por ello la Secretaría de Turismo, con el fin de facilitar la planeación y desarrollo de productos turísticos que atiendan las exigencias, gustos y preferencias de quien desea consumirlos, ha buscado unificar y estandarizar criterios basándose en el punto de vista de quien compra y efectúa el viaje, definiendo al Turismo Alternativo como:

“Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”¹

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

¹ Fascículo 1, Serie Turismo Alternativo “Turismo Alternativo, una nueva forma de hacer Turismo” 2002, Secretaría de Turismo

tiene el turismo al estar en contacto con la naturaleza, en los siguientes tres segmentos:

- Turismo de Aventura,
- Ecoturismo y
- Turismo Rural.

- El éxito productivo del turismo alternativo es demostrar el aprovechamiento racional que hace de los recursos naturales y culturales, contribuyendo al mismo tiempo a su conservación y recuperación.

1.1 Turismo de aventura

Dentro de las opciones que el turismo alternativo nos permite ofrecer, se encuentran las actividades que nos brindan la oportunidad de convivir con la naturaleza enfrentando los retos que ésta impone, lo que implica experimentar emociones excitantes que pueden dejar en el visitante una sensación de “logro”.

En el caso de nuestro país, sus condiciones biológicas, geográficas y climatológicas lo hacen un destino muy atractivo por la amplia gama de actividades que pueden desarrollarse.

El turismo de aventura es uno de los segmentos que mayor auge ha presentado en los últimos años, generalmente se tiende a considerarlo como la única posibilidad para ofertar servicios o como una actividad deportiva o extrema, por ello, la Secretaría



de Turismo lo ha definido como está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan:

- Tierra
- Agua
- Aire

Tierra



- **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).



- **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.



- **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.



- **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.



- **Ciclismo de Montaña:**

Recorrido a campo traviesa utilizando como medio 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.



- **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.



• **Cabalgata:**

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.

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.



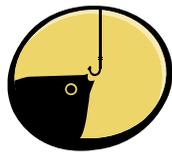
• **Descenso ríos:**

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 practica 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.

Aire



• **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 (tandem).



- **Vuelo en 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.



- **Vuelo en 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 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 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.

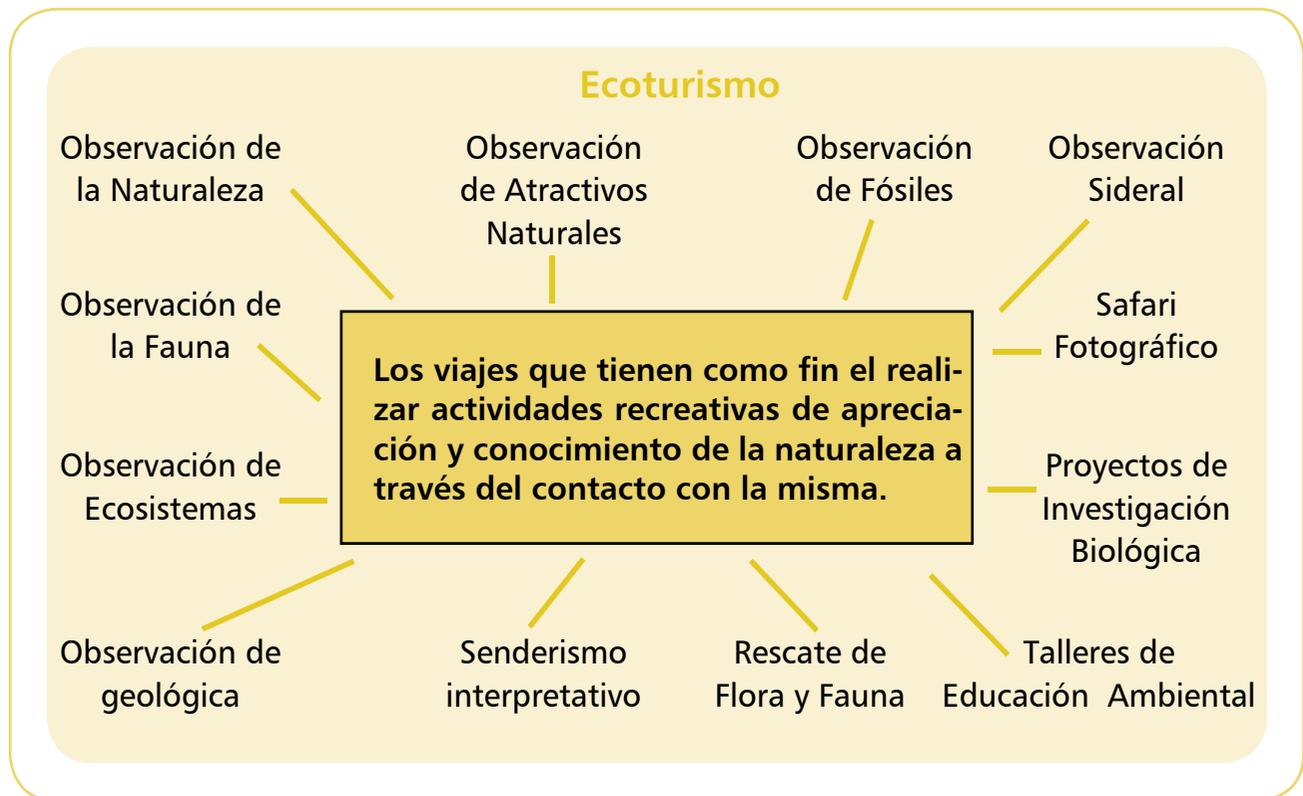
1.2 Ecoturismo

El Turismo Alternativo se agrupa en tres segmentos dependiendo del interés que tiene el turista en estar en contacto con la naturaleza:

- Ecoturismo
- Turismo de Aventura
- Turismo Rural

El ecoturismo, es tal vez, el concepto más difundido del turismo alternativo el cual ha tenido varias acepciones, desde ser aplicado para catalogar a las instalaciones ambientalmente amigables (que causan bajo impacto ambiental y cultural, por los materiales y procesos de construcción empleados), o a cualquier actividad que se realiza al aire libre o en áreas naturales, hasta utilizarlo como sinónimo de Desarrollo Turístico Sustentable, siendo que este último se refiere a un modelo de planificación turística ambientalmente integral, no importando si se trata de un turismo alternativo o tradicional, en donde el proceso debe estar basado en el uso racional de los recursos y aunque el ecoturismo debe cubrir estas características de sustentabilidad, se le deberá considerar como un producto turístico en el que los turistas encuentran, sobre todo actividades de recreación en sitios naturales que les permite interactuar con la naturaleza, conocerla, interpretarla y participar en acciones que contribuyan a su conservación.

La Secretaría de Turismo define como Ecoturismo y considera dentro de este segmento las siguientes actividades:



• **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.



• **Observación de Ecosistemas:**

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 de Fauna:**

Actividad recreativa, donde el turista puede ser principiante o experto, y consiste en presenciar la vida animal en su hábitat natural.



• **Observación de Fenómenos y Atractivos Especiales de la Naturaleza:**

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 Flora:**

Observación e interpretación del universo vegetal, en cualquiera de sus manifestaciones. Tradicionalmente se incluyen también hongos y líquenes.



- **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 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 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.



- **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.



- **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.



- **Participación en Programas de Rescate de Flora**

- **y/ o 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.



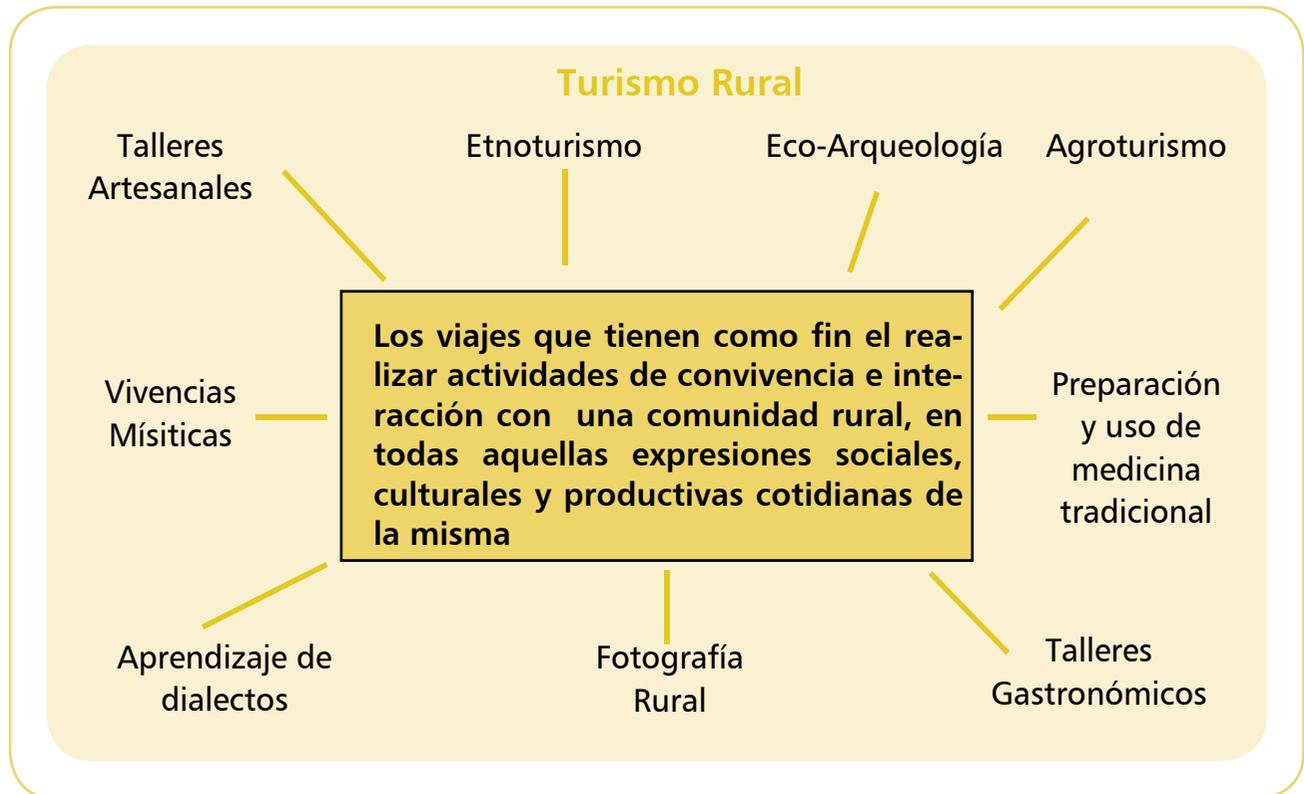
- **Participación en Proyectos de Investigación Biológica:**

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

1.3 Turismo rural

A este segmento se le considera el lado humano del turismo alternativo, ya que a este segmento se le atribuye la oportunidad que se le brinda al turista de convivir con comunidades rurales, para conocer y aprender otras formas de vida, en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos.

La Secretaría de Turismo define como Turismo Rural y considera dentro de este segmento las siguientes actividades:



• **Etnoturismo:**

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

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.



• **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



• **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.



- **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.



- **Ecoarqueología:**

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 ecoarqueología, 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.



- **Preparación y uso 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 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.



- **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.

- Las ANP'S no son áreas aisladas, representan espacios para ser aprovechados sustentablemente para el beneficio común.

1.4 El Turismo Alternativo en Áreas Naturales Protegidas (ANP's)

En México, la política de áreas protegidas se inició en 1876, para su decreto,

el territorio que conformaría estas áreas era expropiado y no se permitía el ejercicio de ninguna actividad productiva con la finalidad de evitar su deterioro; en 1917 se decreta el primer parque nacional, que fue el primer concepto bajo el cual se conocieron los sitios destinados a su protección. Es hasta 1988 cuando la Ley General del Equilibrio Ecológico y protección al ambiente entra en vigor, dándole un giro al manejo de las áreas naturales protegidas en donde se combinan las acciones de preservación ecológica, con un conjunto de respuestas a los problemas económicos y sociales de las regiones circundantes a las áreas naturales que se busca proteger, permitiendo la realización de actividades productivas sustentables para el desarrollo social de las comunidades existentes.

La prioridad de las ANP's en México es la conservación de la diversidad biológica, por ello albergan una serie de elementos que las hacen poseedoras de un gran número de recursos naturales y culturales, dados estos últimos por los habitantes de dichas áreas, ya que México presenta la característica de encontrar comunidades en las inmediaciones de las ANP's, el hecho de presentar esta combinación de recursos, las provee de un alto potencial turístico.

Es así que la actividad turística se presenta como una alternativa para resolver algunas dificultades que afectan a las ANP's como: la falta de empleos en comunidades marginadas ubicadas en sus límites, la insuficiencia de recursos para realizar actividades de conservación, preservación y restauración, así como la falta de alternativas económicas que permitan un aprovechamiento sustentable de los recursos.

El creciente interés del mercado turístico en visitar áreas prácticamente inalteradas, y además de contribuir a la conservación, preservación y restauración de estas zonas, permite introducir la actividad turística alternativa en las ANP's, pero la falta de experiencia en la implementación del turismo en áreas naturales no ha cubierto las expectativas generadas, sin embargo, se están realizando esfuerzos conjuntos de planeación y coordinación entre los tres niveles de gobierno, la iniciativa privada, los organismos no gubernamentales dando una importancia relevante al involucramiento de las comunidades locales, para el mejor aprovechamiento de esta áreas.

Así es que se puede decir que para que la actividad turística rinda los beneficios esperados, debe implementarse bajo una correcta planeación de los productos turísticos, el manejo de los impactos, así como del involucramiento de la población local, verificando las áreas que pueden ser aprovechadas con una o varias actividades del turismo alternativo basado, desde luego, en los planes y programas de manejo del ANP en cuestión, así como de la normatividad vigente, especialmente en las que se refiere las Leyes de las Secretarías de Turismo y Medio Ambiente.



capítulo

2

**Organización comunitaria
y autodiagnóstico**

2.1 La importancia de la organización comunitaria

La organización comunitaria es la decisión de trabajar de manera conjunta y ordenada de los miembros de una población para lograr algo que les beneficia a todos, en este caso el desarrollar un proyecto turístico en la comunidad.

En la organización pueden participar todos o parte de los miembros de una comunidad (dependiendo del tamaño de la misma y de los alcances del proyecto), siempre y cuando estén dispuestos a seguir una serie de reglas implementadas por ellos mismos y asumir la responsabilidad de participar activamente para el logro de un objetivo común. La forma de organización dependerá en gran medida de los usos y costumbres de la comunidad y de los objetivos establecidos por el grupo interesado en realizar el proyecto.

Es importante la organización para poder lograr la solución de los problemas con mayor facilidad, trabajar en conjunto para conseguir un objetivo, de la mejor manera y lo más pronto posible.

Para iniciar la organización se deberán contestar las siguientes preguntas:

- ¿Qué es lo que queremos lograr?
- ¿Para qué queremos un proyecto ecoturístico?
- ¿Qué pasos debemos considerar para desarrollarlo?

- ¿Cuáles son los principales obstáculos para desarrollarlo?
- ¿Cómo puedo resolver los obstáculos?
- ¿Quién o quiénes serán los encargados de hacerlo y en qué tiempo?
- ¿Qué recursos necesitamos?
- ¿Con cuáles recursos contamos?
- ¿Qué nos hace falta?
- ¿Cómo lo vamos a obtener?
- ¿Qué tipo de asesoría requeriremos?

2.2 Planeación rural participativa

La organización de talleres para la planeación rural participativa ayudará a obtener la información requerida para la elaboración del proyecto, partiendo del hecho de que la gente que mejor conoce la zona es precisamente quien vive ahí, de modo que ellos mejor que nadie podrán informar sobre aspectos tan importantes como los sitios que pueden representar mayor interés para visitarse y la mejor temporada para hacerlo, las rutas de acceso más adecuadas, los espacios disponibles, los usos y costumbres de la comunidad para la compra y venta legal de bienes muebles o inmuebles, de los problemas existentes e incluso de la mejor forma de solucionarlos.

Es importante implementar esta técnica porque ayudará a tomar decisiones ade-

cuadas sobre qué, cómo, dónde, cuándo y por qué implementar una actividad, servicio o instalación que dará lugar a la propuesta concreta del proyecto, como ya se ha mencionado, los habitantes locales son proveedores de la información no escrita, además de que es necesario mencionar que son las particularidades de la población local las que le dan en gran medida la identidad al proyecto.

El que el grupo interesado (algunos o todos los miembros de una comunidad según sea el caso) participe durante la elaboración del proyecto hace que se sientan realmente reflejados e involucrados en él y por lo tanto se cuenta con mayor apoyo para su implementación, al mismo tiempo, permite verificar que quien está haciendo el proyecto, realmente está tomando las mejores decisiones y va conociendo lo que es la actividad turística y cómo se va a desarrollar en la localidad.

2.3 Elaboración de Autodiagnósticos

Para que el turismo se desarrolle en el marco de la sustentabilidad, es indispensable el involucramiento activo de las comunidades locales desde la etapa de planeación, por ello los autodiagnósticos comunitarios son una herramienta que ayudarán a determinar la viabilidad de un proyecto y la aceptación de éste por la comunidad local.

Además será un medio para la obtención de información durante la investigación de campo, con la participación directa de la gente involucrada o interesada en participar

en el proyecto. Esta información puede ser de carácter económico, social, ambiental o de cualquier otra índole, cuya finalidad será que, de la experiencia de la población local, surjan los planteamientos para la elaboración de proyectos que correspondan a sus necesidades, esto significa que no solo servirá para un proyecto de turismo alternativo, sino para cualquier otro tipo de proyectos que beneficie a la comunidad, de tal manera que al ser detectada la problemática, se podrán empezar a dar propuestas de solución a los problemas de una manera más organizada.

Como el objetivo de esta guía es proporcionar elementos técnicos elementales que faciliten el diseño de un proyecto, el diagnóstico es la parte inicial del proceso, por lo que se sugiere la siguiente metodología para su elaboración, aunque se debe aclarar que no es la única que existe y no necesariamente se tiene que aplicar ésta.

Con la finalidad de que se les de oportunidad a los miembros de la comunidad de expresar su sentir y se tenga la oportunidad de llegar a acuerdos y compromisos, se deberán realizar reuniones para obtener un autodiagnóstico comunitario.

Para la organización de estas reuniones se requiere de uno o dos coordinadores, quienes dirigirán y propondrán el formato de la sesión, es importante recalcar que en estas reuniones quienes hablan, analizan la problemática y proponen soluciones a la misma, son los participantes del taller, por ello es muy importante que se motive la presencia y se abra este foro.

Mecánica:

En general, consiste en realizar una o varias reuniones, organizando mesas de trabajo en donde todos puedan participar, si es un grupo grande, se recomienda dividirlo en grupos pequeños para trabajar en equipo y se realiza en varias etapas:

- Primero: Presentación de las características de la comunidad: historia, número de habitantes, grupo indígena al que se pertenece –si es el caso-, lengua, costumbres, tradiciones, etc. Para ello, se deberá tener una sesión en donde se planteen por equipo estos puntos y exponerlo al resto de los participantes para acordar sus respuestas.
- Segundo: Definir la problemática. Aquí es necesaria la participación de todos para que cada quién exprese los problemas que identifica sobre: entorno económico, social, político, cultural, ambiental, etc. Desde luego, la temática turística debe tener mención especial con la finalidad de definir la posición y expectativas de la comunidad ante esta actividad.

Es importante tomar en cuenta que si el proyecto estará dentro de una ANP's deben de considerarse en el autodiagnóstico las características, condiciones especiales o reglamentarias y problemática que se presentan por ser un área natural protegida.

Una vez identificada la problemática, se presentan y comparan los resultados de las mesas, en donde los participantes deberán proponer las posibles soluciones a las mismas.

- Tercero: Se jerarquiza la problemática, de mayor a menor importancia, cuya clasificación se basará en el grado que obstaculiza el desarrollo del proyecto.
- Cuarto. Se acuerda un plan de trabajo estableciendo compromisos, responsables y tiempos para llegar a la solución de los problemas identificados.

Durante las reuniones se pueden utilizar varias técnicas de apoyo didáctico para la obtención de información, algunas opciones son:

- El papelógrafo, su objetivo principal es ayudar a tener a la vista, dejar escritas y en orden las principales ideas, opiniones y acuerdos del grupo sobre cada uno de los temas discutidos, para ello requerirá hojas grandes y marcadores, se puede trabajar por grupos separados que posteriormente presentarán un resumen de lo que discutieron, o en plenaria, es decir con la participación de todos los presentes en la reunión.
- Phillip 66, es una técnica de trabajo en grupo, donde se forman 6 equipos que discutirán por separado el mismo tema y posteriormente se hará una presentación de las conclusiones, de las cuales el instructor o capacitador captará la esencia para realizar las conclusiones.
- Sociodramas, es una actuación o representación de la vida real para mirar desde fuera (como espectadores) analizar y encontrar formas de mejorarla. Para ello, se tendrá que escoger un tema específico, por ejemplo, el turismo en nuestra comunidad, se hacen grupos y opina cada quien sobre

el tema, se arma una historia con las ideas generadas, se reparten los personajes entre los miembros del grupo para ensayar juntos, se hace la representación y se discute entre todos el punto de vista sobre el tema tratado.

- Lluvia de ideas en plenaria, esta técnica consiste en lanzar una pregunta en relación a un tema, se busca la participación de todos y se anotan las respuestas en un papelógrafo.

Se recomienda que se utilicen dinámicas de presentación, animación, e integración grupal.

2.4 Formas de constitución legal

Cuando la organización comunitaria ha tenido buenos efectos, llega el momento en que se requerirá de una forma de constitución legal que les permita contar con una figura jurídica que pueda respaldar la realización de trámites y poder poner en marcha cualquier negocio. En este caso se presentan las opciones que se tienen para poner un negocio. Es recomendable contar con una asesoría para una correcta decisión.

Figura jurídica	Objeto de la sociedad	Especificaciones
Ejido o Comunidad	El aprovechamiento de recursos para mejorar su nivel económico.	Se requiere un mínimo de 20 socios, es una figura exenta de impuestos y cuotas; tienen acceso a créditos; deben darse de alta en el Registro Agrario Nacional, no necesita un mínimo de capital social. Debe contener los siguientes órganos: Asamblea General, Consejo de Administración y Consejo de Vigilancia. Tiene su fundamento legal en los Art. 108 y 109 de la Ley Agraria.
Unión de Ejidos o Comunidades	Coordinar actividades productivas, comercialización o cualquier otra actividad no prohibida por la ley.	Se debe protocolizar ante un Fedatario Público e inscribirla en el Registro Agrario Nacional, la Secretaría de Relaciones Exteriores y la Secretaría de la Reforma Agraria. Debe contener los siguientes órganos: Asamblea general, Consejo de Administración y Consejo de Vigilancia, está totalmente exenta de impuestos. Tiene su fundamento legal en los art. 108 y 109 de la Ley Agraria.

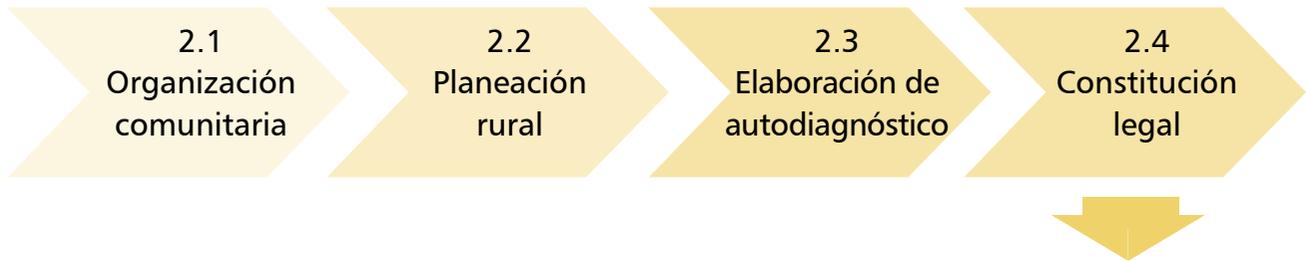
Figura jurídica	Objeto de la sociedad	Especificaciones
Sociedad de Producción Rural	Coordinar actividades productivas, comercialización o cualquier otra actividad no prohibida por la ley.	Se requiere un mínimo de 2 socios que pueden ser personas físicas o ejidos. Se debe protocolizar ante un Fedatario Público e inscribirla en el Registro Agrario Nacional, registrarse ante la Secretaría de Relaciones Exteriores y el Registro Público de Comercio, se requiere un capital social mínimo, con una responsabilidad limitada de 700 salarios mínimos diarios del DF y una responsabilidad suplementada de 350 sm, está parcialmente exenta del ISR. Debe contener los siguientes órganos: Asamblea General, Consejo de Administración y Consejo de Vigilancia. Tiene su fundamento legal en los Art. 108, 109, 111 y 112 de la Ley Agraria.
Uniones de Sociedades de Producción Rural	La unión de dos o más sociedades de producción rural para coordinar actividades productivas, comercialización o cualquier otra actividad no prohibida por la ley.	Se debe protocolizar ante un Fedatario Público e inscribirla en el Registro Agrario Nacional y en el Registro Público de Comercio. Debe contener los siguientes órganos: Asamblea General, Consejo de Administración y Consejo de Vigilancia. Está parcialmente exenta del ISR. Tiene su fundamento legal en los Art. 108, 109, y 113 de la Ley Agraria.
Asociaciones rurales de interés colectivo.	Integración de recursos humanos, naturales, técnicos y financieros de sus miembros, para industrias, aprovechamiento, sistemas de comercialización y cualquier otra actividad económica.	Pueden ser dos o más ejidos, comunidades, uniones de ejidos o comunidades, sociedades o uniones de sociedades de producción rural. Debe protocolizar su asociación ante Fedatario Público, inscribirse en el Registro Agrario Nacional, inscribir la escritura constitutiva en el Registro Público de Comercio. Está totalmente exenta de ISR. Tiene su fundamento legal en los Art. 108, 109, y 110 de la Ley Agraria. Debe contener los siguientes órganos: Asamblea General, Consejo de Administración y Consejo de Vigilancia.

Figura jurídica	Objeto de la sociedad	Especificaciones
Unidad Agrícola Industrial de la Mujer Campesina	Establecer una industria o negocio.	Debe componerse por un mínimo de 15 mujeres, Capital social a determinar por la Junta, está exenta de impuestos y cuotas. Tiene acceso a créditos. Debe inscribirse en la Secretaría de la Reforma Agraria y en el Registro Agrario Nacional. Tiene su fundamento en la Ley Agraria.
Sociedades de Solidaridad Social	Creación de fuentes de empleo, el aprovechamiento racional de los recursos naturales, industrialización y comercialización de bienes y servicios.	Se constituye con patrimonio de carácter colectivo, personas físicas de nacionalidad mexicana, especialmente ejidatarios, comuneros, campesinos sin tierra, personas con derecho al trabajo, con un mínimo de 15 socios. Los órganos que debe contener son: Asamblea General, Asamblea de Representantes, Comité Ejecutivo, Comité Financiero y de Vigilancia, y la Comisión de Educación. Sociedad totalmente exenta de ISR y tiene con acceso a créditos. Tiene su fundamento en la Ley de Sociedades de Solidaridad Social. No pueden contratar asalariados. Debe tener registro en la Secretaría de Relaciones Exteriores, en la Secretaría de la Reforma Agraria y en el Registro Agrario Nacional.
Sociedad Cooperativa de Servicio	Producción, distribución y consumo de servicios para el mejoramiento social con acciones productivas.	Se integra por trabajadores que aportan a la sociedad su trabajo personal, no persigue fines de lucro, se constituye con un mínimo de 5 socios, debe constituirse ante Notario, Juez de Distrito o de primera instancia, Presidente Municipal, o Delegado. Debe inscribirse en el Registro Público de Comercio y la Secretaría de Relaciones Exteriores. Los órganos que lo componen son: Asamblea General, Consejo de Administración y Consejo de Vigilancia. Está parcialmente exenta del pago de ISR.

Figura jurídica	Objeto de la sociedad	Especificaciones
Sociedades Mercantiles	Combinación de recursos y esfuerzos para la realización de actividades que tienen un fin común con carácter preponderantemente económico y que constituyan una especulación comercial.	Se constituyen y modifican siempre ante Notario Público y se inscriben en el Registro Público de Comercio, si poseen terrenos rústicos también deben ser inscritos en el RAN. Tienen su fundamento en la Ley General de Sociedades Mercantiles. Sociedad Anónima, se constituye con un mínimo de 2 socios y un capital social inicial mínimo de \$50,000.00. Paga ISR y demás impuestos así como cuotas sociales. Debe registrarse en la Secretaría de Relaciones Exteriores. Sociedad de Responsabilidad Limitada, se constituye con mínimo 2 socios y máximo 50, con un capital social inicial de \$3,000.00.
Asociación Civil	Actividad que no tenga carácter preponderantemente económico.	Puede constituirse con 2 o más socios sin necesidad de contar con un capital social inicial. Está exenta del ISR cuando no es lucrativa, su constitución debe constar por escrito ante Notario Público y el Registro Público de Comercio. Tiene su fundamento en el Código Civil.
Sociedad Civil	Actividad de carácter preponderantemente económico pero que no constituya una especulación comercial.	Los socios son personas físicas que se obligan mutuamente a combinar esfuerzos para un fin común. Deben registrarse ante Notario Público e inscribirse en el Registro Público de Comercio, la Secretaría de Relaciones Exteriores y el Registro Agrario Nacional en caso de poseer terrenos rústicos. La administración se transfiere a uno o más socios. Pagan los socios impuestos y cuotas sociales.
Persona Física	Formalizar una actividad económica.	Se realiza de forma individual y no se requiere de un capital social, está sujeta al pago de ISR y sin acceso a créditos preferenciales. Debe darse de alta en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Nota: Ante el cambio de políticas y procedimientos se recomienda verificar estos datos, ante las Secretarías de la Reforma Agraria y Hacienda, especialmente.

Organización comunitaria y autodiagnóstico



- Ejido ó comunidad
- Unión de EJidos ó Comunidades
- Sociedad de Producción Rural
- Uniones de Sociedades de Producción Rural
- Asociaciones Rurales de Interés Colectivo
- Unidad Agrícola Industrial de la Mujer Campesina
- Sociedades de Solidaridad Social

capítulo

3

**Estudio
geo-socioeconómico**

En este estudio se presentan todas las características del ambiente en el que se va a desarrollar el proyecto y la zona o las zonas donde va a tener algún impacto.

El ambiente integra todo, las características físicas del entorno, así como las condiciones sociales y culturales del sitio.

Por la naturaleza misma del turismo alternativo, este estudio tiene gran relevancia, pues es la base fundamental de información que posteriormente formará parte integrante de los productos que se desarrollen y de su propia identidad, se deberá tener presente que una buena parte del enriquecimiento de la vivencia del visitante depende del suministro de información que le proporcionemos.

Este estudio comprende cuatro partes esenciales: La parte que indica la ubicación geográfica, describe el entorno físico, el ambiente social y cultural, y las condiciones económicas de la zona. Por ello es necesario observar que la elaboración del proyecto tenga los siguientes puntos básicos sobre estos temas:

3.1 Ubicación Geográfica

Para poder presentar el proyecto, se tendrá que hacer una referencia sobre el lugar donde está ubicada la comunidad, esto se hace mediante un mapa en donde se señale el Estado, municipio y localidad a la que se pertenece para después señalar específicamente el espacio que abarca el proyecto o bien la zona donde se encuentra, es conveniente incluir las coordenadas geográficas.

3.2 Entorno físico

En este apartado deberán describirse las siguientes características físicas de la zona en donde va a tener impacto el proyecto, con el apoyo de un mapa:

- Geografía.
- Geología.
- Edafología (sobre tipos de suelo).
- Hidrología (principales ríos o cuerpos de agua).
- Climatología (temperaturas máximas y mínimas en un año, precipitación pluvial, sequía, velocidades de vientos, magnitud y periodicidad de eventos extremos).
- Uso de suelo.
- Diversidad Biológica. Dentro del entorno físico se considera la descripción de la diversidad biológica, en este apartado deberán señalarse:
 - a) Los tipos de vegetación que existen, es recomendable realizar un inventario florístico y anotar su estado de conservación.
 - b) Fauna característica. También es conveniente realizar un inventario donde venga una compilación de datos sobre las especies de mamíferos, reptiles, anfibios y aves que habitan esa zona. Se debe verificar que esta parte sea hecha en campo, pues en ocasiones basta con la investigación documental, pero para efectos del turismo alternativo es necesario comprobarlo en campo.

3.3 Entorno social y cultural

En este punto se tendrá que detallar la composición de la sociedad, en términos de sus habitantes.

- **Historia.** Es necesario realizar una investigación sobre los antecedentes culturales que hay en la zona y la historia del pueblo o comunidad en cuestión.
- **Población.** Se debe describir de manera concreta cómo se compone la población, cuántos habitantes hay en el territorio que abarca el proyecto, de ellos cuántos son hombres y cuántas mujeres; cuántos niños, jóvenes y adultos; cuántos hijos tiene en promedio cada familia, el promedio de escolaridad de la población, cuántos niños y jóvenes estudian todavía. De estos datos se deben estimar porcentajes en relación a la población total.

- **Índices de Bienestar.** Esto se refiere a cómo vive la población, su índice de marginación, cómo son sus casas, de qué material están hechas, con qué servicios cuentan: agua entubada, luz, drenaje, medios de comunicación, vías de acceso, transporte, centros de abasto de víveres, etc.

3.4 Entorno Económico

Se deberá mencionar cuáles son las actividades productivas locales, es decir, a qué se dedica la gente de la comunidad, cuál es la población que está en edad y condiciones de trabajar, cuántos de ellos lo hacen y cuántos no tienen trabajo; qué trabajos realizan y cuántos se dedican a cada uno de ellos, qué sueldo o salario obtienen, cuánto gastan por familia. Si se dedican al campo, qué producen, y para qué lo ocupan, si lo venden o si es para autoconsumo.

Estudio geo-socioeconómico



capítulo

4

Diagnóstico turístico

Existe en la actualidad, una revaloración del mundo en que se vive, sobre todo hacia la naturaleza; una gran parte de la población ya no piensa en el hombre y la naturaleza como cosas separadas, sino en el hombre como parte de la dinámica de la naturaleza, y en esa necesidad de pertenencia se ha dado a la tarea de buscar actividades que permitan el contacto directo y respetuoso con ésta, lo que se convierte en el motivo de un viaje.

Al hacer un viaje fuera del entorno habitual, se busca conocer paisajes y culturas diferentes a las propias y que tal conocimiento signifique todo un descubrimiento de nuestro mundo, que brinde experiencias únicas. Cada país, cada región, cada pueblo, tiene mucho que ofrecer al respecto, sin embargo no necesariamente los recursos naturales y culturales son factibles para atraer un turista.

Un diagnóstico turístico se realiza precisamente para identificar y valorar si los recursos naturales y culturales con los que se cuenta pueden motivar un viaje y por consiguiente atraer turistas, tales recursos serán la clave para identificar qué actividades y servicios turísticos se ofrecerán a quien visite la comunidad, no hay que olvidar que hablar de recursos naturales y culturales es sinónimo de riqueza pero también de fragilidad, y que al tomar decisiones de aprovechamiento equivocadas podrán provocar efectos irreversibles en ellos.

Por lo tanto, lo que busca un turista al practicar el turismo alternativo no son las instalaciones, (restaurante, cabañas, albergue, hotel, etc.), sino lo principal es el tipo de actividades que se le ofrecen (¿qué es lo

que puede hacer el turista en la comunidad durante su visita?) y las experiencias positivas del servicio que se otorgue durante su estancia.

- El diagnóstico turístico es un proceso determinante para conocer el potencial turístico de los recursos e iniciar la planeación del proyecto.

4.1 Inventario de recursos naturales y culturales con potencial turístico

Un inventario turístico es la herramienta que permitirá registrar los recursos con los que se cuenta para identificar su potencialidad. Su realización se basa en trabajo de campo, mediante recorridos por la zona en donde se pretende desarrollar el proyecto.

Un instrumento que auxiliará para registrar la información obtenida durante este recorrido es el formato de inventario, del cual aquí se presenta un ejemplo, que toma algunos de los aspectos que se consideran más relevantes a observar. Se deberá anotar todo lo visto desde el inicio del recorrido, durante el camino y en el punto final, los detalles desde lo extraordinario hasta lo que parezca sencillo o intrascendente, ya se trate de atractivos específicos (lagunas, cascadas, cuevas, etc.) o un ecosistema (selva, bosque, desierto, etc.). Además se deberá tomar en cuenta en la realización del inventario los hechos o acontecimiento que sólo se dan en ciertas épocas del año o por temporadas, por lo que se deberá dar

continuidad a los registros de inventarios durante un año.

Hay que tomar en cuenta que de lo que se registre dependerá la evaluación del potencial de los recursos y de cada lugar, lo que permitirá la toma de decisiones para el desarrollo del proyecto.

El acomodo de los títulos dependerá de cada caso particular, además se deberá incluir una fotografía del sitio y un espacio para establecer la jerarquía de éste, una vez que le sea asignada. Se podrá enriquecer el

documento con cartas topográficas o fotografías aéreas para cuestiones de ubicación y distancias. (Ver ejemplo de cédula de inventario en los Anexos.)

Dado que el turismo alternativo involucra actividades culturales también se deberá hacer inventarios de ellos, en donde se deberá incluir la siguiente información e irá acompañada de una fotografía que ejemplifique la actividad a la que se refiera:

Aunque los procedimientos anteriores proporcionan una cantidad de información

Cédula de inventario de recursos naturales

Ecosistema: (selva, bosque, desierto, etc.)

Tipo de atractivo: (montaña, cueva, sótano, lago, río, cascada, grutas, zona arqueológica, lugar donde se puedan observar aves, mamíferos, etc.)

Nombre con el que se le identifica:

Localización:

Vías de acceso:

Características particulares (dependerán del tipo de atractivo)

- Descripción
- Extensión
- Dimensiones
- Altura sobre el nivel del mar
- Distancias respecto a un punto de referencia (pueblo u otro atractivo)
- Particularidades en vegetación y fauna silvestre que puedan ser utilizadas para productos de observación
- Especies endémicas de flora o fauna
- Temporadas para visitarse
- Qué actividades turísticas alternativas podrían desarrollarse en este lugar (tentativa)

Cédula de inventario de recursos culturales

- **Tipo de población:** Rural, Indígena o NO.
- **Grupo indígena:** (en su caso).
- **Elementos culturales susceptibles de aprovecharse turísticamente:** (producción de artesanías, medicina tradicional, actividades productivas como la agricultura, gastronomía, vivencias místicas, etc.).
- **Características de la actividad:** (qué tipo de artesanías, producción agrícola, medicina tradicional, gastronomía, ritos o costumbres, etc.).
- **Duración, temporadas o fechas especiales.**
- **Tentativa de actividad que pueda implementarse**

útil, es importante considerar la concepción que del lugar tienen los habitantes de la zona sobre estos recursos, esto es, una visión interna de los sentimientos que se tienen sobre la comunidad, su tierra, lo que significa la esencia de los mismos. Es entonces necesario conocer la concepción de un lugar a partir de las maneras en las que sus propios pobladores lo describen.

Así que para cubrir este aspecto se recomiendan tres técnicas aplicables, que pueden ser utilizadas de manea conjunta o seleccionar solo alguna de ellas.

- Dibujos. A través de esta técnica se identificarán cuales son los principales lugares de interés, pidiendo a las personas que dibujen de memoria qué es lo que le enseñarían a un visitante del lugar donde viven.
- Relatos. Se les pedirá a las personas que hagan un relato del lugar donde viven, sobre los recursos con los que cuentan y qué significan en su modo de vida.
- Observación de la conducta. Para recolectar información de la dinámica social de un lugar, se pondrá en el papel de un es-



pectador y registrar observaciones detalladas de quién hace qué, cómo, dónde y cuándo (este método servirá, sobre todo, para percibir cuestiones culturales).

Con lo anterior, se identificará cuál es la perspectiva del sitio y el potencial del mismo según las personas que lo habitan.

4.2 Análisis y jerarquización de los recursos inventariados

Cuando se visita un lugar se valora por lo que se ve, pero sobre todo por lo que se vive, un viaje puede resultar placentero o no por las experiencias y vivencias que deja no sólo por su belleza, sino por todo lo que lo rodea natural, cultural y socialmente. Por tanto, al determinar el potencial de un sitio se debe considerar tales aspectos como un todo inseparable, y tener en cuenta que al hacer evaluaciones siempre habrá cierta carga de subjetividad derivado del modo de percibir.

Para el análisis y jerarquización de los recursos se deberá tomar en cuenta tanto el estudio geo-socioeconómico previo como lo obtenido en los recorridos de campo y en las técnicas de dibujos, relatos y/u observación de la comunidad.

Algunos puntos que se deben tomar en cuenta para determinar el potencial y darle jerarquización a un sitio son los siguientes:

- Se cuenta con ecosistemas en buen estado de conservación.
- Se tienen recursos de gran importancia ecológica, que bajo un concepto de

rescate podrían ser aprovechados mediante la actividad turística y contribuir a su recuperación.

- La existencia de especies endémicas (especies que no hay en ningún otro lado), o en peligro de extinción.
- Existen plantas o animales de importancia relevante para nuestra cultura como pueblo o como mexicanos.
- Se cuenta con variedad de microclimas.
- Como comunidad se tienen particularidades culturales, históricas, costumbres, tradiciones, mitos y/o creencias que los diferencian.

Estos son algunos puntos que se deben considerar, pero podrán existir más, lo que dependerá de las particularidades de la comunidad ya que son precisamente las particularidades lo que los identificará y diferenciará y les dará ventaja comparativa sobre otros productos y sitios que representan una competencia, esto significa que las actividades y servicios satisfagan las expectativas de los visitantes, lo que hará que seleccionen nuestra comunidad para realizar su viaje.

En los proyectos de turismo alternativo, regularmente se consideran varios recursos potenciales, por lo que se deberá delimitar dentro de toda la zona un radio de acción, el cual dependerá de los alcances de cada proyecto, de los atractivos principales y los complementarios.

Los atractivos principales serán los que cubran alguno o varios de los puntos mencionados anteriormente, los que representan

los rasgos esenciales que mejor caracterizan al sitio, o bien, aquellos que sin promoción reciben visitantes, y si aún no reciben, tienen posibilidades debido a su belleza y características singulares que le auguran un gran potencial, por lo que se le considerará de alta jerarquía.

Los atractivos complementarios serán aquellos cuya belleza o características para su aprovechamiento son limitadas, o bien, ayudarán a la protección de aquellos principales que cuentan con ciertas restricciones, ya sea por encontrarse en áreas naturales protegidas, en condiciones de fragilidad o en desventaja si recibieran un volumen considerable de personas, esto es, si su capacidad de carga es limitada. Asimismo, los complementarios permiten desarrollar actividades que refuerzan una principal;



cabe mencionar que para que un atractivo principal se consolide turísticamente, debe contar con otros atractivos complementarios que diversifiquen la oferta.

Es determinante que para esta jerarquización se analice y determine cuáles serán de interés local, regional, nacional o internacional.

4.3 Definición de actividades que pueden desarrollarse de acuerdo a la vocación de los recursos

La vocación de un sitio es determinada de acuerdo a sus características físicas dándole un valor a los recursos con los que se cuenta. Las características de cada sitio señalarán qué actividades pueden realizarse ahí, siempre procurando no dañar el entorno. Esto lleva a que son las actividades las que deben adaptarse a las condiciones del lugar y no éste a las actividades.

La vocación turística de un lugar se decide, siempre y cuando las actividades que se vayan a realizar no comprometan sus características naturales, culturales, su conservación y desde luego su existencia. No debe perderse de vista la percepción que del lugar se tiene, su identidad, buscando con tales actividades resaltar sus propias características.

Como es el caso, de que se diseñara un recorrido por la selva a través de senderos interpretativos, lo relevante no es hacer el sendero (igual a cualquier otro), sino las características particulares que se tienen que resaltar de la selva, que

- La correcta identificación de la vocación turística de un sitio, representará su mejor aprovechamiento y conservación a largo plazo.

muestre cuál es su esencia e importancia como espacio natural.

De igual modo, no será lo mismo practicar espeleismo en el Sótano de las Golondrinas en San Luis Potosí que en el Sótano del Barro en Querétaro, porque ambos sótanos son diferentes en esencia, la actividad seguirá siendo la misma, pero, las condiciones y experiencias son dadas por el lugar que se visita y sus características propias.

En base a lo que se detecte en el levantamiento del inventario y su jerarquización, se identificarán las actividades de turismo de aventura, ecoturismo o turismo rural, o lo que es más idóneo, una combinación de los tres, dependiendo de las especificaciones técnicas requeridas para cada una de ellas, pueden implementarse en diversos sitios, requiriendo en este caso la valoración técnica y orientación de un profesional en la actividad o actividades seleccionadas.

Es importante en esta selección conocer previamente qué actividades se están ofreciendo en los alrededores por otras empresas con el fin de identificar qué y cuánta competencia existe, que de ser significativa puede representar un mayor esfuerzo para posicionar los servicios y actividades que se pretenden ofrecer o en su caso permitirá valorar si es conveniente ofrecer un servicio que ya se vende antes de invertir en él.

En el diagnóstico es donde se perfila la identidad del producto turístico y en el que se basan los estudios de mercado y técnico.

4.4 Ordenamiento del espacio comunitario

El ordenamiento del espacio tiene como objeto definir los lugares que son aprovechados por las personas en sus diferentes actividades productivas y de su vida cotidiana; así, existen áreas destinadas a la agricultura, ganadería, viviendas, áreas forestales, etc., que deben ser identificadas en mapas, cartas topográficas o fotografías aéreas, lo que facilitará tener el escenario en el que se ubicará nuestro proyecto y cómo eso incidirá en él.

Este ordenamiento permitirá determinar la viabilidad de implementar una actividad determinada en un espacio definido, en función de sus características y del ambiente, procurando no afectar la vida y los usos cotidianos de la comunidad local.

Además un ordenamiento del espacio sirve para anticipar los efectos de las acciones sobre el territorio, evitando con ello la explotación irracional de los recursos y su agotamiento.

4.4.1 El caso de las Áreas Naturales Protegidas (ANP's)

Si el proyecto se localiza en las inmediaciones de una ANP, se considerará que dichas áreas cuentan con planes de manejo y con reglamentos que se deberán cumplir, esto



es además favorable, recordando que en muchas ocasiones el grado de conservación de los recursos naturales constituye uno de los principales atractivos turísticos, y el observar y hacer respetar las restricciones y las oportunidades de aprovechamiento, ayudará a conservar la materia prima, que son los recursos naturales y culturales contemplados dentro del área.

Para ello es recomendable acercarse a la administración del ANP y solicitar estos documentos para tener presente las oportunidades de aprovechamiento, así como las restricciones de áreas y actividades; si estos documentos no existen aún, es conveniente impulsar en una asamblea con toda la

población involucrada, o bien con los representantes de la comunidad o ejido, un reglamento interno para el uso y aprovechamiento sustentable de los recursos con los que se cuenta, esto también nos servirá como guía para el desarrollo de las actividades, pues, como ya se mencionó, será necesario hacer un mapa donde se ubique por zonas el uso actual del suelo, es decir, dónde se encuentra el área de viviendas, cuál es la zona de cultivo, la ganadera, cuál es el área núcleo y la zona de amortiguamiento y cuál será el área donde se llevarán a cabo las actividades turísticas.

También se deberá investigar cuáles son los trámites que se requieren para poder



implementar un proyecto de turismo alternativo, qué permisos se necesitan y qué requisitos se deben cubrir, todo este proceso deberá ser considerado en la estimación de costos que se señala más adelante.

4.5 Análisis situacional para determinar la viabilidad del proyecto

Para determinar la viabilidad del proyecto se debe realizar un análisis situacional en donde se considera la información obtenida en el autodiagnóstico, el estudio geo-socioeconómico y el diagnóstico turístico, además de cuestiones políticas, económicas, sociales y turísticas internas y externas, en el ámbito local, estatal, regional, nacional e internacional.

Dicho análisis se hace a través de la elaboración de una Matriz FODA, en la que se identificarán las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas a las que está sujeto el proyecto, y así poder determinar la viabilidad de su implementación.

Para elaborar la matriz, primero enlista todas las situaciones del ambiente que motive a realizarlo, los puntos a favor que se tiene como organización y todas las bondades de los recursos que serán aprovechados, entre éstos se deberán considerar: el nivel de organización, la belleza y conservación de los recursos, la conservación de antiguas tradiciones y costumbres, lo que se puede observar y tener en la comunidad que los visitantes no van a encontrar en ninguna otra parte (Fortalezas); también se anota-



rán todas aquellas situaciones que no dependen de la comunidad pero que pueden apoyar, como el interés de alguna instancia de gobierno por impulsar la actividad turística, la conservación de recursos naturales, el rescate cultural de la zona, la diversificación productiva, el aprovechamiento sustentable de los recursos, la generación de empleos, el incremento de la actividad turística o bien la posibilidad de realizar actividades que actualmente solicitan los turistas y que nadie ofrece (Oportunidades).

Las posibilidades son muchas, todas las que se crean, sin escatimar en apuntar todo lo que se considere valioso que hay alrededor del proyecto, a estos puntos se les llama Potencialidades.

Ya que se habla de lo valioso, se anotará con seriedad y honestidad los puntos que pueden afectar o que de hecho afectan, limitan o detienen el desarrollo del proyecto, tanto internas como externas: mala organización, basura, falta de servicios, dificultades para obtener agua (Debilidades); condiciones políticas desfavorables, conflictos con comunidades vecinas, inseguridad, posibles efectos negativos que puedan afectar los recursos si no se establece un aprovechamiento sustentable de los mismos, etc. (Amenazas).

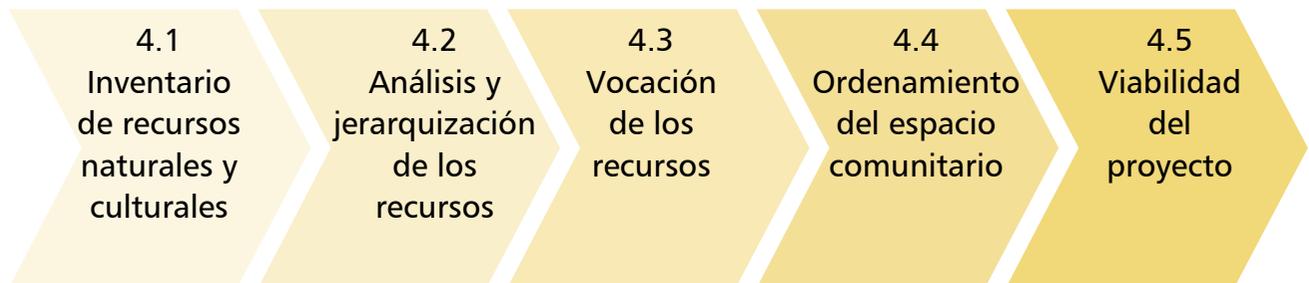
Esto se hace con el fin de identificar las vulnerabilidades, y buscarles una solución, para prever desde el principio las situaciones a las que se habrán de enfrentar y estar preparados para ello, así que entre más realista sea, mayores serán las probabilidades de llevar a buen término el proyecto.

- No todos los sitios naturales y culturales son viables para ser aprovechados turísticamente.

Una vez que la información se concentra en la matriz, se hace un análisis cruzando los datos para obtener las conclusiones pertinentes y determinar qué tiene más peso, si las Potencialidades o las Vulnerabilidades, y detectar en caso de que éstas últimas sean mayores en la relación a las potencialidades, que tengan una solución a nuestro alcance.

De este análisis resultan muchas líneas de acción para contemplar en el Estudio Técnico, así que se deberá verificar en su momento que hayan sido tomadas en cuenta y que de alguna manera se tenga planeada la solución a los problemas planteados.

Diagnóstico turístico



capítulo

5

Estudio de mercado

Antes de comenzar con este punto, se deberá definir lo que se considera como mercado, éste término se refiere al espacio en donde se puede comprar y vender algún producto o servicio, en el caso de la actividad turística, el mercado es el espacio en el que se venden y consumen productos y servicios turísticos, este espacio puede ser local (cuando los compradores y vendedores de productos y servicios turísticos viven en la misma zona o el mismo Estado), regional (cuando viven en un Estado diferente, pero vecino o muy cercano al nuestro), nacional (cuando los visitantes son originarios de todos o casi todos los Estados del país) o internacional (cuando visitantes y prestadores de servicios turísticos son de países diferentes).

El mercado, está compuesto por dos elementos importantes, además del espacio, que son la Demanda y la Oferta, la demanda está constituida por todos los visitantes o consumidores de productos y servicios turísticos y la oferta la constituyen todos los que venden esos productos y servicios. De manera que este estudio, tendrá que analizar y definir cada una de sus partes.

Enfatizando que esta parte del proyecto es muy importante, ya que sus resultados serán el fundamento que junto con el diagnóstico turístico darán lugar al estudio técnico y se verán reflejadas en las cuestiones financieras, cuyas decisiones girarán alrededor de los siguientes preguntas.

- ¿Qué vamos a vender?
- ¿A quién le vamos a vender?
- ¿Cómo lo vamos a vender?

Para darles respuesta se verificará que el proyecto cuente con la siguiente información.

5.1 Análisis de la demanda

Como se mencionó al principio de este capítulo, la demanda está constituida por todos los compradores de productos y servicios turísticos, siendo necesario analizar esta parte del mercado turístico, es decir, en este caso a los visitantes o turistas.

Esto es, definir cuál es el perfil del turista que visita el lugar, el principal atractivo o la zona turística más cercana, para ello se requiere de una descripción de dichos turistas (edades, cuántos hombres, cuántas mujeres, de dónde vienen, si viajan solos, en pareja, con amigos, con su familia, qué actividades realizan durante su visita, qué les gusta y qué les disgusta de los sitios que visitan, qué les hace falta y qué otras cosas o actividades les gustaría realizar, etc.).

Para obtener esta información se puede utilizar la técnica de entrevista a líderes de opinión, que son personas que están en el medio turístico, tales como las oficinas de turismo locales, personal que labora en agencias de viajes, hoteles y restaurantes a quienes se les hace una serie de preguntas previamente estructuradas para obtener información concisa de interés, o bien, elaborar un cuestionario y preguntar directamente a los turistas sobre estos datos. Esta información deberá ser analizada para realizar una división de los tipos de visitantes por grupos que tengan características similares, a esto se le llama "segmentación del mercado".

Por ejemplo: la zona turística "X" recibe una afluencia anual de 4,200 visitantes, sus edades oscilan entre los 16 y 60 años, para hacer la segmentación se tomó como base la edad de los visitantes, dividiéndolos por cada 8 años, quedando los segmentos como a continuación se indica:

SEGMENTO	RANGO DE EDAD	NO. VISITANTES
1	De 16 a 23 años	850
2	De 32 a 39 años	112
3	De 48 a 56 años	301
4	De 24 a 31 años	134
5	De 40 a 47 años	511
6	De 57 o más años	71

Las características de los 6 segmentos anteriores son los siguientes:

Segmento 1. Son jóvenes de universidades que viajan en grupos de 40 personas, su objetivo es conocer practicar actividades al aire libre, buscan servicios económicos pero de buena calidad, su gasto promedio es de \$400.00 por día, lo que es empleado en alimentos, hospedaje y transporte. Su estancia promedio es de una noche.

Segmento 2. Profesionistas hombres y mujeres que suelen viajar acompañados de amigos en grupos pequeños o con su pareja, en auto propio, para realizar actividades excitantes y con cierto grado de riesgo, su gasto promedio es de \$1500.00 por día por persona, lo cual es empleado en hospedaje, alimentos, gasolina, renta de equipo, y guías locales.

Segmento 3. Profesionistas hombres y mujeres, el 30% son extranjeros que viajan en pareja y su intención es conocer sobre los aspectos culturales de la región, provienen principalmente de Estados Unidos y Europa, su gasto promedio es de \$1500.00 por día por persona, lo que es empleado para hospedaje, transportación local, compra de artesanías, guías locales y alimentos, estancia promedio de 4 días. El otro 70% provienen de varias partes del país, principalmente de la ciudades de México, Monterrey y Guadalajara, viajan solo en temporadas vacacionales y acompañados de su familia, en auto propio, buscan actividades al aire libre y estar en contacto con la naturaleza, el gasto promedio es de \$1000.00 por persona por día, empleado en gasolina, hospedaje, alimentos, guías locales y actividades de convivencia familiar, estancia promedio 3 días.

Segmento 4. Profesionistas, aficionados a la pesca deportiva, suelen viajar solos, con un grupo pequeño de amigos o con su familia, con una estancia promedio de 2 días, especialmente en días feriados, fines de semana, vacaciones de verano, su gasto promedio es de \$700.00 por día por persona, gasto empleado en gasolina o transporte, alimentación, hospedaje, permiso de pesca, en caso de torneos se adiciona el costo de inscripción.

Segmento 5. Empleados de gobierno que buscan un sitio de descanso y en contacto con la naturaleza, practicar la caminata y la natación, su gasto promedio es de \$600.00 por persona por día, empleado en transporte alimentación y hospedaje, estancia promedio 2 días, suelen viajar con su familia.

Segmento 6. El 90% son jubilados extranjeros, El 10% son jubilados nacionales, cuyo interés es la observación de aves, su estancia promedio es de 5 días, con un gasto aproximado de \$1200.00 por día empleado en transporte, hospedaje, alimentos, guías especializados para la observación de aves y de la naturaleza, compra de artesanías, suelen viajar solos, en pareja o en grupos pequeños de amigos.

Como se puede observar en el ejemplo anterior la segmentación puede hacerse por rangos de edades, por su procedencia, sus gustos y preferencias, sexo, etc. Esta decisión depende del interés particular del proyecto, para poder identificar el segmento o los segmentos a los que queremos llegar.

Es recomendable que este estudio sea elaborado por un profesional, pues los resultados de esta parte del estudio de mercado indicarán qué tipo de gente estaría interesada en comprar los servicios que se desean ofrecer.

5.2 Análisis de la Oferta

Ya que la oferta está constituida por todos los vendedores de productos y servicios que hay en el sitio en donde se ubicará el negocio y en sus alrededores, al igual que en el caso de la demanda, es necesario efectuar un análisis de la oferta para determinar las oportunidades de éxito que tendremos en el negocio.

Esta parte del estudio debe contener primero, un inventario de la oferta, es decir, una lista de todos los negocios que prestan algún servicio turístico en el lugar donde se localizará el negocio y en sus alrededores, incluyendo el sitio o los sitios turísticos más cercanos y más importantes. Este inventario debe contener una breve descripción de las características de los negocios vecinos, su capacidad, su categoría, su estilo, el precio de sus servicios, etc.

Asimismo, se deberá analizar la competencia, es decir, cuando se tiene definido, qué se va a vender y a quién, se podrá identificar quienes venden lo mismo que o

- El mejor competidor es aquel que conoce las fuerzas y debilidades de sus competidores.

algo similar para el mismo tipo de turistas, esto sirve para aprovechar su experiencia, conocer cómo funciona su negocio, cómo han estructurado sus productos y servicios, cómo se promocionan, qué venden, cómo lo venden, y cuánto cobran.

Esta información sirve, en primer lugar para diferenciar los productos y servicios de los de la competencia y mejorar los que se van a ofrecer y, en segundo lugar para estimar las tarifas que se deberán cobrar por la prestación de los servicios, de modo que no sean ni muy altos ni muy baratos que los de la competencia. Sin embargo, es importante resaltar que para asegurar un mayor número de turistas se deberá cobrar un precio justo por los servicios que se ofrecen.

5.3 Definición del mercado meta

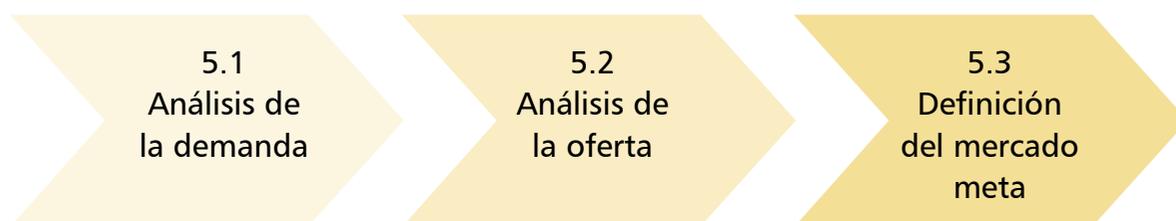
En este apartado habrá que considerar la segmentación del mercado que se realizó en el análisis de la demanda y seleccionar el grupo o grupos a los que les se podrá, querrá y conviene vender los servicios, por ejemplo, si el negocio vende actividades de aventura conviene los segmentos 1 y 2 del ejemplo anterior, si lo que se puede ofrecer son torneos de pesca recreativa, el segmento de interés es el número 4, o bien si los recursos son suficientes para hacer recorridos de observación de especies exóticas conviene el último segmento. Lo que significa que el segmento de mercado al que

se va a dirigir dependerá de los productos que se ofrecerán de acuerdo al potencial turístico de los recursos, para ello se tomará como referencia lo obtenido en el diagnóstico turístico. Con esto se responde a la pregunta ¿A quién le vamos a vender?

Lo que se pretende ofrecer deberá complementarse con la información obtenida en este estudio y tomar decisiones sobre la mezcla de algunos aspectos que se refieren al diseño de productos, en cuanto a la imagen y el tamaño de nuestro negocio, las actividades, los servicios e instalaciones a implementar, procurando no dañar ni alterar la esencia del atractivo y diferenciarse de la competencia, de modo que se puedan satisfacer las necesidades y cubrir las expectativas del grupo de personas que constituyen el segmento de mercado que interesa, así se responde a la pregunta ¿Qué vamos a vender?. Ya que se han respondido las dos primeras preguntas, se tendrá que definir, ¿Cómo vamos a venderlo?, para ello el estudio de mercado también proporciona información útil sobre los hábitos de la gente que integra el segmento o los segmentos de mercado de interés, ¿Cómo es que selecciona el turista los sitios que decide visitar?, ¿Cómo se entera de ellos?, ¿Con cuánto tiempo de anticipación planea su viaje?, etc., si se conocen estos medios, será más fácil decidir cómo invertir los recursos destinados a la promoción y la correcta selección de los canales de distribución

para asegurar de que la información llegará a la persona interesada en el tiempo y medios adecuados, esto puede ser desde cómo manejar la información a través de agencias de viajes, en una página web o por correo electrónico, revistas especializadas o utilizar sólo folletos. Esto también depende del sitio de residencia de los turistas que conforman el segmento meta. Al contar con toda esta información, se sabrá qué tipo de actividades y servicios son los más apropiados para armar los servicios, de modo que se tendrá una idea de las necesidades de capacitación y grado de especialización que hay que adquirir, esta información deberá quedar totalmente definida en el estudio técnico. El estudio de mercado, también debe proporcionar datos numéricos, no solo de cómo son cada uno de los segmentos de mercado sino qué tan grandes son, es decir cuánta gente constituye cada segmento de manera aproximada, y revisar cuál ha sido el comportamiento de tales segmentos durante varios años, si ha crecido en número, si se mantiene estable o ha disminuido, esta información es necesaria para realizar estimaciones de cuantos visitantes se pueden esperar para los primeros 10 años de operación del negocio, y en función a ello, determinar cuales serán los ingresos y los egresos que se tendrán para los primeros años de operación del negocio y en base a esto conocer la rentabilidad del proyecto, lo que facilitará el determinar si se continúa o no con el proyecto.

Estudio de mercado



capítulo

6

Estudio técnico

El estudio técnico es la parte donde se plantea concretamente en qué consiste el proyecto, esto es definir los servicios y actividades que van a ser desarrollados para aprovechar los recursos con los que se cuenta; se debe empezar con la creación del concepto, diseñar las instalaciones, servicios y actividades y definir sus estándares, para posteriormente detectar las necesidades de capacitación, promoción y actividades alternas, concluyendo con el presupuesto de inversión.

Este estudio se fundamenta en los resultados de todos los anteriores, de los cuales se materializa su esencia en este apartado, además es necesario considerar los puntos siguientes para definir de una manera más acertada los productos turísticos que resulten.

6.1 Diseño de productos turísticos alternativos

En el ámbito turístico existe una clara definición entre productos y servicios, sin embargo solemos confundirlos, dándole generalmente prioridad a la creación de servicios e instalaciones de manera desconcentrada, considerando esto suficiente para ofrecerlo al visitante. No obstante, la creación de un producto turístico va más allá de la simple oferta de servicios.

6.1.1 Productos y servicios

Se debe entender por servicio turístico, a aquellas acciones que realizan las empresas turísticas para satisfacer las necesidades de sus visitantes. Estas necesidades surgen desde que ellos deciden realizar un viaje,

- Para que un negocio turístico alcance el éxito, los productos deben superar la expectativa del turista.

de modo que se considera como servicio, todas las acciones que satisfacen las necesidades del cliente, antes, durante y después del viaje, tales como: la información, el transporte, el hospedaje, los alimentos, servicios sanitarios, renta de equipo, guías, etc., pero habrá que considerar que estos servicios pueden ser proporcionados por empresas diferentes, de este modo, los servicios si no se integran entonces no existe un producto turístico.

Un producto turístico se forma a partir de la existencia de un recurso natural o cultural con potencial turístico, o bien un atractivo turístico, para cuyo disfrute se implementa alguna actividad (caminata, ciclismo de montaña, kayak, rappel, descenso en ríos, etc.) que le permita al visitante mejorar su experiencia de interacción con el medio que visita, por lo que estas actividades deben estar cubiertas de servicio que faciliten su realización e interacción (seguridad, guías, información, etc.) y que permitan su estancia en el lugar (hospedaje, alimentos, transporte, renta de equipo, etc.). Para la prestación de estos servicios deben crearse las instalaciones suficientes e indispensables para brindarle al visitante una estancia agradable y con cierto grado de comodidad de manera que su estancia se prolongue. Todo esto debe ser proporcionado bajo un mismo concepto, solo así, se estará hablando de la generación de un producto turístico.

Debiendo aclarar que no en todos los casos se necesita de lo mencionado anteriormente, la selección de los elementos que formarán los productos turísticos dependerá de lo que se desea vender al turista, pudiera parecer obvio, pero en realidad un producto llega a tener un valor más allá de lo que aparentemente parece. Un turista adquiere un producto de turismo alternativo por lo que va a hacer en el lugar, no por los servicios independientes que se le pueden ofrecer; significa que él adquiere funciones, beneficios y valor, por ejemplo: un turista no compra una habitación por una noche, compra comodidad y descanso; un turista de aventura no compra un paquete de descenso en ríos, compra la posibilidad de vencer un reto y las emociones que le produce.

En este sentido, hay que preguntarse ¿qué es lo que nos va comprar el turista? Y en base a la respuesta se podrá definir la mezcla de elementos que compondrá el producto turístico.

Un producto turístico debe ser integrado bajo un concepto y enfocado a un objetivo. Ese objetivo será el ofrecer una vivencia de calidad al visitante, lo cual implica identificar sus expectativas y poder superarlas a través de la integración de los elementos que las satisfagan. El concepto es la definición del producto, es su esencia, lo que marca su diferencia en relación a otros que puedan existir, tal concepto debe estar dado por las características del entorno natural y cultural, específicamente relacionado con aquello que posee el lugar, lo que los distingue, y que no puede ser encontrado en ninguna otra parte.

6.1.2 Definición de actividades a desarrollar

En esta parte se debe considerar lo obtenido en el diagnóstico turístico, en donde se definieron las actividades que pueden ser implementadas en cada uno de los recursos con potencial turístico.

La selección definitiva tendrá que estar en función tanto de las características particulares de los recursos o atractivos como del grado de interacción que se desee que haya entre los visitantes y éstos, además se deberá evaluar el grado de impacto que cada actividad pueda ocasionar.

Así, si por ejemplo, en el diagnóstico resultó que se tiene como principal recurso una laguna que tiene una extensión de 14 kilómetros, un río, una cascada, pero además se cuenta con una montaña en donde habitan especies endémicas o carismáticas y una producción variada y auténtica de artesanías, pudiendo implementar (después de un análisis de las características de los sitios y de las especificaciones técnicas requeridas para las actividades) la conformación de actividades y servicios de: Kayac en aguas tranquilas, descenso en ríos, paseos en bote de remos, rappel en cascada, recorridos para la observación de fauna silvestre y talleres artesanales, con ello se contará con una variedad de productos para varios segmentos de mercado.

Una vez teniendo claro qué actividades se van a implementar, se definirán los espacios destinados para cada una de ellas, las rutas específicas en donde se realizarán los recorridos, por ejemplo: la ruta de caminata, el sendero interpretativo, el circuito

para la cabalgata o ciclismo de montaña, incluso las rutas para el descenso en ríos o la escalada o rappel, los sitios para actividades acuáticas como el buceo, esnorquel, espeleobuceo, etc.

Para la determinación de rutas y selección de áreas específicas como ya se mencionó, se tendrá que efectuar un ordenamiento del espacio turístico y establecer áreas para cada una de ellas, buscando la armonización de tal manera que no interfieran entre sí, de este modo procuraremos por ejemplo, que las rutas designadas para senderismo, interpretación de la naturaleza, bicicleta de montaña, cabalgata, etc., no se interpongan o coincidan, evitando con ello, que el tránsito se vuelva constante o concurrido (sensación de aglomeración o masividad), o que los impactos negativos sean menores, igualmente se recomienda tener identificadas las áreas destinadas para las actividades de riesgo y los productos de turismo rural.

En el caso de las Áreas Naturales Protegidas, se basará en los Programas de manejo para determinar los criterios del ordenamiento turístico, en donde habrán zonas de uso restringido, por sus características de ambiente natural inalterado, en las que se podrán realizar solo algunas actividades como el senderismo interpretativo, o la observación de especies de flora y fauna; zonas de uso intensivo, en las cuales podrán realizarse un mayor número de actividades y contar con los servicios e instalaciones absolutamente necesarias; o bien zonas de recuperación, que serán áreas en proceso de recuperación con acceso restringido a turistas, pero proporcionando oportunidades de participar en su recuperación.

Tal ordenamiento deberá estar plasmado en mapas que permitan tener una visión del alcance del proyecto, de las áreas que se estén aprovechando, evitar la sobre explotación y poder estimar las capacidades de carga.

Al determinar las actividades a realizar se tendrá que planear la duración de recorridos, detectar las características de lo que se verá durante ellos, lugares de descanso, puntos clave, temporadas recomendadas para la operación de cada actividad, así como reglamentar la operación de actividades, actos, conductas e intervenciones permitidas y no permitidas para los visitantes, establecer medidas y acciones para la conservación, así como monitoreos para medir los impactos en la naturaleza por las actividades que se ofrecerán tanto de productos de turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural.

6.1.3 Capacidad de carga

La capacidad de carga es la valoración o estimación de la cantidad de gente que puede estar en un atractivo al mismo tiempo sin perturbarlo, así que después de determinar qué actividades se implementarán, se tiene que definir la capacidad máxima de cada área como: las áreas de acampado, senderos, sitios en donde se realizarán las actividades de ríos, lagos, rutas, circuitos, etc., con el objeto de evitar concentraciones excesivas y los consecuentes daños en el entorno.

Existen varias metodologías para medir el número de visitantes que puede recibir un área sin sufrir deterioro irreversible, por la complejidad de su estimación se recomienda contar

- Todo recurso turístico tiene una capacidad limitada de uso y crecimiento, el reto es no pasar de ese límite.

- Nunca los intereses económicos alrededor del turismo deben desplazar a los de conservación, porque para conservar el negocio, el negocio es conservar.

con el apoyo de personal técnico especializado en este tema y de la actividad turística.

Es importante mencionar que el turista alternativo, generalmente evita las grandes concentraciones, gusta de la soledad o la convivencia en grupos pequeños, por lo cual al satisfacer estas expectativas se está también protegiendo la capacidad regenerativa del ecosistema.

6.1.4 Determinación de servicios

Como ya se ha mencionado, para el turismo alternativo lo más importante y atractivo son las actividades que va a realizar en el sitio, sin embargo para poder realizar tales actividades se requieren de ciertos servicios que faciliten su realización pero también que permitan y hagan agradable su estancia.

Los servicios que se implementen tendrán que ir de acuerdo a las actividades que se han planteado en el proyecto, y serán desde: el hospedaje, alimentación, transporte, guías, renta de equipo, servicios sanitarios, espacios para estacionamiento, venta de víveres, artesanías; hasta la seguridad e higiene.

En la mayoría de los casos para la prestación de estos servicios será indispensable la construcción de instalaciones y la adquisición de equipo que lo hagan posible.

6.1.5 Diseño de instalaciones y necesidades de equipamiento

La construcción de instalaciones obedece a las necesidades de servicios indispensables para poner en marcha el proyecto, como por ejemplo, para brindar el servicio de hospedaje se tendrá que decidir el tipo de instalaciones a construirse (cabañas, albergue o campamento), esto dependerá de las características del cliente meta, las actividades, recursos con los que se cuenta para invertir en su construcción, aspectos climatológicos y geográficos e igualmente se aplica para el servicio de alimentos.

También se tendrá que considerar instalaciones complementarias tales como la construcción de un estacionamiento, un módulo de acceso y de información, sanitarios, regaderas o duchas, un espacio para la venta de víveres y artesanías, módulos de vigilancia, almacenes para suministros y equipos, una oficina de ventas o para la administración, etc., que dependerán de las características de cada proyecto.

Lo importante es que al planear la construcción de las instalaciones se debe cuidar que éstas no rompan con el entorno, es decir, deben ser compatibles visualmente con el paisaje local.

Para ello es de especial relevancia que se busque rescatar los elementos de la arquitectura

vernácula o tradicional y los materiales locales para la construcción, hecho que representará tanto una reducción del impacto visual, como la revalorización de elementos culturales locales.

6.1.6 Uso de tecnologías alternativas

Para reducir impactos por la construcción de las instalaciones como por las actividades a ofrecer, es recomendable que se considere la utilización de tecnologías alternativas o también conocidas como ecotécnicas, que tienen como objetivo el disminuir impactos causados en el medio ambiente por estas acciones.

Estas técnicas se dirigen a diversos elementos que conforman el medio, como son el suelo, el aire, el agua, la flora, la fauna, y la sociedad y a disminuir elementos que generan repercusiones como es el caso de los desechos.

Se implementan tecnologías alternativas desde el momento en que se utilizan materiales locales para la construcción como el adobe, la palma y la madera, que son elementos naturales que no causan daño al medio ya que al expirar su uso se reintegran fácilmente a la naturaleza (biodegradables).

Otras tecnologías y medidas alternativas son:

- Utilizar sistemas de energía solar o eólica
- Sistemas de ahorro de agua y de calentamiento solar
- Tratamiento de aguas negras o grises

- Las instalaciones y servicios deben fomentar la educación ambiental en el turista y la comunidad.

- Tratamiento de residuos incluyendo el reciclaje
- Elaboración de composta
- Utilización de materiales permeables para la construcción de senderos, caminos y estacionamiento
- Promoción y uso de jabones y detergentes biodegradables
- Captación y almacenamiento de agua de lluvia
- Implementación de baños y sanitarios ecológicos
- Controlar y minimizar el tránsito por los senderos, caminos y áreas de los atractivos
- No implementar actividades que de antemano se sabe que impactarían gravemente el ambiente
- Separar los senderos para caminata, bicicletas, caballos, etc.
- Establecer periodos de recuperación de los senderos
- Definir con precisión los senderos para evitar que los turistas "corten camino" y formen varias rutas

Y todas las demás alternativas que lleven a disminuir los impactos y a un mejor aprovechamiento de los recursos. Recomendando se obtenga asesoría de personal profesional especializado en la aplicación de estas tecnologías, así como hacerse llegar de información relacionada con arquitectura ecológica y proveedores de servicios y productos ecológicos.

6.1.7 Ingeniería de los servicios

Como se mencionó anteriormente, para que el negocio sea exitoso, es necesario diversificar la oferta turística, esto es, contar con varias y diferentes actividades y servicios que fortalezcan la empresa ante los ojos de los visitantes, lo que provocará ser rentables.

Para eso no basta diseñar los productos una sola vez y ya, sino que hay que estar renovando e innovando constantemente la oferta, buscando satisfacer las expectativas cada vez más exigentes de los turistas.

La ingeniería de servicios es un enfoque dirigido a mejorar e innovar los procesos para proporcionar productos, actividades y servicios diferenciados, a través de la creación de valor para el cliente, entendiendo tal valor como los elementos subjetivos de los que están envueltos dichos productos y servicios y que contribuyen a la satisfacción de las necesidades no expresadas por los visitantes.

Este enfoque se basa en la idea de que siempre hay una mejor manera de ser y de hacer, en la creatividad, en la calidad de los servicios y en el valor agregado, con esto se busca la diferenciación de los productos

y de la imagen que se tiene de la empresa para obtener un mejor posicionamiento en el mercado turístico.

El valor agregado se logra a través de la formulación de estrategias dirigidas a los clientes, mediante las cuales se proporciona un plus o extra que se encuentra contenido en el producto, o en el proceso de brindarlo al cliente, y que significa beneficios adicionales, algo que no se espera, que supere sus expectativas, sin que esto represente un precio mayor, esto se traduce en que no basta con satisfacer las necesidades de nuestros visitantes, sino en proporcionarles un producto de valor superior (no en cuanto a precio), con respecto a otros. El considerar lo anterior, permitirá obtener ventajas competitivas, pues se estará otorgando un valor agregado o beneficio constante a los visitantes que lo diferenciará de lo que es o será la competencia.

Para lograr calidad en los productos y servicios es necesario definirla en términos del cliente o turista, a través de la identificación de sus deseos, necesidades y expectativas; esto quiere decir, que la calidad está determinada por las normas que fijan los propios clientes. En el turismo alternativo la calidad se mide más bien por las experiencias que se pueden tener con la realización de las actividades, lo que significa que son apreciaciones muy subjetivas que dependen sobre todo del trato humano y de las facilidades que se den para la mejor convivencia e interrelación con el medio que se visita. Hay que tomar en cuenta además, que en el turismo alternativo son los visitantes los que se adaptan a las condiciones del lugar y no del modo

contrario, por lo que la satisfacción de sus necesidades deberá cumplirse siempre y cuando no vayan en contra del adecuado aprovechamiento de los recursos y de la dignidad humana.

Un elemento que proporciona valor agregado a los productos de turismo alternativo es la información, el hecho de que el turista cuente con toda la información adecuada, antes y durante su estancia, le permitirá percibir y apreciar lo que visita en toda su magnitud y plenitud le representa un mayor disfrute y una mejor experiencia en el lugar.

Otro ejemplo de valor agregado es cuando un turista al estar haciendo su recorrido de interpretación de la naturaleza y se encuentra con un hecho o momento extraordinario y único para él (ve un saraguato, un oso hormiguero, un tapir, o cualquier otra especie) y esto le causa una gran emoción, y sin saberlo, al final del recorrido la empresa le regala una fotografía que le fue tomada de esa vivencia en donde se puede observar su expresión al ver el animal, será un valor agregado que le estará dando y que sobrepasa sus expectativas de servicio.

El valor agregado que se pueda integrar a los productos dependerá en mucho de la creatividad y disposición de sorprender al turista.

6.1.8 Establecimiento de precios y tarifas

Para establecer los precios y tarifas de los servicios, se tiene que evaluar los costos de producción, que implica el gasto en materias primas, insumos, sueldos, mantenimiento y

desgaste de instalaciones y equipo utilizados para realizar las actividades y prestar los servicios.

Además es conveniente considerar los precios y tarifas que se manejan en el mercado del turismo alternativo, tanto para las actividades como para los servicios y hacer una evaluación que permita establecer tarifas justas y rentables.

6.2 Estructura organizacional

Lo que fortalece a un negocio es su buena organización, por lo que se deberá plantear desde la elaboración del proyecto, cómo se va a organizar para el buen manejo de la empresa. Esto conlleva a determinar, cómo va a ser la administración, cuántos puestos se van a necesitar, qué salarios se pagarán, entre otros puntos importantes para la organización interna y la operación del negocio.

6.2.1 Organización interna

Es importante considerar los usos y costumbres que se vienen aplicando en la organización de la comunidad, para utilizarla en la organización del negocio, de esa manera se respetarán las costumbres y hará más fácil el trabajo en equipo.

En varias comunidades se acostumbra organizarse para los trabajos comunes formando comités, las decisiones se toman por consulta y consenso en asambleas, así que se tiene la tradición de reunirse periódicamente para la división de funciones y toma de decisiones, pudiendo

aplicar este modelo para la organización del negocio.

Por ejemplo, para el manejo de la empresa igualmente se tendrá que dividir el trabajo y determinar quién se encargará de la administración, quién del manejo de los recursos (tesorero), quién llevará la contabilidad (será interno o externo a nuestra empresa), además de cómo se cubrirán los puestos operativos (por personas que pertenezcan a la familia de los socios, por los mismos socios, gente externa o de la misma comunidad), estableciendo un esquema por niveles de responsabilidad a través de un organigrama, en donde se plasmen las diferentes áreas en las cuales se dividirá la empresa para la operación de cada uno de los servicios turísticos, ya sea a través de comités, por departamentos o por actividades en específico.

Siguiendo el ejemplo de organización por comités se puede tener: un comité de administración, uno de vigilancia, de guías, de servicios al cliente, de mantenimiento, etc. dependiendo de las necesidades y características (tamaño, número de actividades y servicios, temporalidad) de la empresa.

6.2.2 Determinación de puestos

En esta parte es importante considerar el tipo de puestos, como los eventuales, en donde se incluirán las personas que realicen la construcción de las instalaciones y de todos aquellos trabajos previos a la puesta en marcha del proyecto, en los puestos fijos irán de acuerdo a las actividades y servicios que se van a implementar y sean necesarios para su operación.

Algunos de los puestos más comunes en las empresas turísticas son:

- Administrador
- Tesorero o contador
- Guías especializados en las actividades que se ofrecerán
- Jefes de áreas de servicios al público (por ejemplo: del área de hospedaje, recepción, restaurante)
- Cocineras o cocineros
- Camaristas
- Meseras o meseros
- Jefe de mantenimiento de las áreas (limpieza y buen estado de las áreas de hospedaje, comedor, zonas de uso público)
- Vigilantes

Es importante determinar previamente los perfiles de cada uno de los puestos identificados, es decir, establecer las características mínimas que deberán cubrir las personas que los ocupen, como cuestiones de escolaridad, sexo, edad, conocimientos específicos.

Asimismo, será necesario hacer una descripción de puestos con la cual se definirán sus funciones, sus responsabilidades, tareas que deberá cumplir la persona que los desempeñe. Esto a su vez, orientará sobre las necesidades de capacitación que se requieren para el desempeño de cada uno de los puestos

6.2.3 Establecimiento de sueldos y salarios

Una vez determinados los puestos necesarios para la operación de las actividades y la prestación de servicios debemos establecer el sueldo o salario que va a percibir cada uno. En el caso de los puestos eventuales, la determinación de salarios se hará en base a los establecidos para ese tipo de trabajos en la región en donde se realice el proyecto.

El criterio a aplicar para el establecimiento de los sueldos y salarios se basa en el grado de responsabilidad que conlleva su desempeño, y las funciones que tenga que realizar cada uno. De igual modo es recomendable investigar y comparar los sueldos y salarios de la competencia fuera y dentro de la región para hacer una evaluación de los parámetros a seguir en esta materia.

6.3 Determinación de necesidades de educación y capacitación

Para poner en marcha el proyecto, y teniendo definido qué actividades se implementarán y puestos requeridos, se necesitará un programa de educación y capacitación en donde se establezcan los tipos de cursos y/o talleres que habrán que tomar los involucrados para poder desempeñar su trabajo, sin olvidar que la comunidad forma parte integral del desarrollo turístico, por lo que se deberá motivar y conscientizar sobre su papel como anfitriones de los visitantes.

Los mexicanos se distinguen por ser amigables, en el caso de la actividad turística esta

- La educación y capacitación son dos elementos que constantemente requieren de actualización.

actitud toma mayor relevancia, ya que el turismo se basa en relaciones humanas, provocadas por las aspiraciones y expectativas de quienes viajan desde su lugar de origen, ya sea de la misma nación o de otros países para conocer a sus anfitriones y disfrutar de lo que le ofrecen, en este sentido, la introducción a una cultura turística basada en la hospitalidad, el respeto y la comprensión mutua juega un papel fundamental.

Para motivar esta anfitrionía, se puede programar la realización de cursos de cultura turística, en donde deberán participar tanto los integrantes de la empresa como la población en general. Estos cursos tendrán que estar de acuerdo a la identidad, valores y actitudes característicos de cada comunidad, y ser congruentes con sus necesidades, asimismo, este tipo de cursos deberán girar alrededor del rescate de esos valores y actitudes que como cultura les diferencian.

Por otra parte, para que el turismo represente un verdadero instrumento de conservación de los recursos naturales y culturales, la programación de cursos de educación ambiental, permitirán valorar aún más los recursos y cómo conservarlos, preservarlos, y en su caso recuperarlos, rescatando al mismo tiempo conocimientos y la relación de los pueblos con la naturaleza, a fin de transmitir a los turistas tales

conocimientos, el arraigo y la valoración de su medio ambiente.

Por otro lado, para el buen desempeño del trabajo como prestadores de servicios turísticos, se requerirá de cursos en donde se aprendan las especificaciones técnicas y operativas de cada uno de los puestos, no olvidando desde luego los cursos fundamentales de administración, gestión y contabilidad, para la formación de guías especializados, intérpretes ambientales; preparación y manejo higiénico de alimentos, calidad en los servicios turísticos, y como en el turismo alternativo se realizan actividades de riesgo son indispensables los cursos de primeros auxilios y de rescate en su caso, además de todos los necesarios para el desarrollo de las actividades y servicios que vayan a implementar.

6.4 Marco legal

Existen normas y reglamentos para orientar y establecer los requisitos y condiciones que tienen que seguir quienes emprendan un negocio turístico que deben ser consultados, acatados para la elaboración y puesta en marcha del proyecto.

Para este caso, se deben consultar algunas leyes y reglamentos, como la Ley Federal de Turismo, y su reglamento; la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente y su reglamento, la Ley Agraria, Ley General de Asentamientos Humanos y la Ley General de Población, entre las más importantes. En el caso de las Áreas Naturales Protegidas, deben consultarse además los Planes de Manejo.

Debiendo considerar a su vez lo establecido en las Normas Oficiales Mexicanas (NOM), las cuales, en materia ecológica, son un instrumento para controlar los procesos productivos induciendo cambios de conducta en el manejo de los recursos para la protección ambiental. Tienen por objeto establecer los requisitos y condiciones que deberán observarse en regiones de aprovechamiento de los recursos naturales, estimulando la reorientación de los procesos productivos de acuerdo a criterios de viabilidad ecológica.

También existen Normas Oficiales Mexicanas que regulan la actividad turística, como es el caso de la norma que establecen los requisitos mínimos que deben cumplir los guías generales, los guías especializados y las empresas que ofrecen servicios de turismo de aventura, así como las normas para la prestación de servicios de hospedaje, alimentos e información, entre otras, que pueden ser consultadas en las dependencias estatales de turismo o en la página de la Secretaría de Turismo en internet (www.sectur.gob.mx)

Por otra parte, es importante considerar el fomento de una cultura turística y ambiental en la gente que visita la comunidad, a través de la integración de aspectos de interpretación y educación ambiental a los productos turísticos que se ofrecen, para que bien informados y con pleno conocimiento, contribuyan a la conservación de los recursos naturales y a la valoración de la identidad cultural

Como ya se ha estado mencionando, se deben tomar diversas medidas para el buen aprovechamiento y protección de

los recursos, una de ellas es con respecto a los visitantes y su contribución a tal fin. Para que los turistas se hagan partícipes de la conservación es necesario regular sus actividades y su conducta, para lo que será necesario elaborar reglamentos y normas de conducta que deberán ser difundidos para su conocimiento y respeto, siempre haciendo énfasis del beneficio común.

Estos reglamentos y normas tendrán como objetivo, hacer saber al turista cuál es la conducta adecuada en el sitio, qué está y qué no está permitido, así como qué puede hacer para contribuir a la conservación del lugar que visita. Este tipo de información será apreciada por las personas que practican el turismo alternativo, pues es para su propia seguridad y para la minimización de impactos naturales y sociales, que son ocasionados muchas veces por la desinformación y pueden evitarse si se utilizan los medios adecuados para orientar a los visitantes.

6.5 Acciones y medidas complementarias

Considerando que la conservación y preservación son temas de interés nacional, y que las medidas que se deban tomar no sólo corresponden a las comunidades que viven en áreas naturales, se debe buscar la coordinación y vinculación con las diferentes instituciones de gobierno y no gubernamentales que puedan apoyar en las acciones y medidas para desarrollar el proyecto, y las que sean necesarias para el aprovechamiento adecuado de los recursos y su protección.

Con esto se quiere decir, que al elaborar el proyecto se adquiere el compromiso de

implementar medidas de conservación, preservación y restauración del entorno en el que se desarrollará, estas medidas pueden tener diferentes alcances dependiendo de las características de los recursos, el aprovechamiento que se le dé y el grado de impacto que se está ocasionando.

Además de considerar los posibles impactos naturales, también se deberán contemplar aquellos que puedan ser causados en las comunidades, es decir, los impactos sociales, a los que pocas veces se les presta atención. Algunas de las instituciones a las que se puede acudir para asesorarse, son la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), el Instituto Nacional de Ecología (INE), la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos indígenas (CDI), la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) a nivel federal o sus similares en las entidades de origen.

6.6 Estudio de Impacto ambiental

Es necesario que una vez que se tenga definido el proyecto, se realice un estudio de impacto ambiental, en el cual se sabrá cuáles son las etapas y actividades que tendrán mayor impacto en el ambiente donde se desarrolle el proyecto.

El estudio de impacto deberá hacerse tomando en cuenta tanto los efectos desfavorables como los favorables en los diversos elementos que conforman el medio como: suelo, vegetación, agua, aire, y desde luego los seres humanos, y de acuerdo a los actividades y servicios que conformen

- El estudio de impacto ambiental es una herramienta fundamental que permite conocer el estado de conservación de un sitio y su posible impacto, positivo ó negativo, al desarrollar un proyecto.

los productos que se ofrecerán para definir en cuál de ellos causará un mayor impacto y cuáles actividades los ocasionarán.

Se considera primera etapa, desde las acciones que se emprenden para la selección del sitio en donde se implantarán las actividades y servicios (en base al ordenamiento del espacio), que consiste básicamente en la realización de recorridos, hasta la estimación de la organización y capacitación de la gente que se va a hacer cargo del proyecto, así como los impactos en la preparación de los sitios para realizar las actividades y en los que se van a construir algunas instalaciones (como delimitación y limpieza de áreas).

La siguiente etapa es ya propiamente la construcción, en donde se estima el impacto causado por cada una de las instalaciones, y por último la etapa de operación, en donde deberán incluirse todas las actividades y servicios y los efectos que causarán con su realización, incluyendo los desechos que se generen. Por ser un estudio de suma importancia que requiere de conocimientos científicos y técnicos, se recomienda acudir a una asesoría especializada.

6.7 Comercialización

Algo que no se debe ignorar en la elaboración del proyecto es la comercialización, a

través del cual se determina la manera en que se venderán los productos turísticos, esto es, una vez que se conoce qué se va a vender, se definirá el cómo. Este punto implica determinar tres aspectos fundamentales: primeramente qué imagen se quiere proyectar, qué canales de distribución se van a utilizar y cómo se va a promocionar.

Así como una persona tiene una imagen propia, el cómo lo ven los demás, una empresa también debe tener su propia imagen que debe reflejarse hacia el interior y exterior de la misma, es importante en este caso que la gente de fuera, los clientes y quienes les rodea tengan definida la identidad y presencia como empresa. Dos elementos importantes para definir la imagen corporativa de una empresa, son la determinación de la visión y la misión de la misma.

En la visión se refleja lo que se quiere llegar a ser como empresa, se formula como un enunciado para comunicarse a todos los miembros de la organización y así integrar a la gente en los mismos objetivos a alcanzar buscando su unificación para lograrlo.

El siguiente elemento es la misión (que se deriva de la visión) y elaborarla tiene como objetivo establecer la razón de ser de la empresa, a través de la misión se comunica lo que es y se hace como negocio, y también refleja la relación que se quiere que exista entre la empresa y sus clientes (los turistas).

- La publicidad mal orientada puede atraer a un tipo de turistas no adecuados para nuestro negocio y para sus fines de desarrollo y conservación.

Los canales de distribución son aquellos que se utilizan para hacer llegar los productos a los turistas, en este caso será definir dónde se colocarán, es decir, las formas de acceso o de adquisición a los productos turísticos, el cómo una persona va a comprar un paquete turístico o la reservación para la realización de alguna de las actividades que ofrecen y el uso de los servicios.

Para ello se establece primeramente si se van a vender los productos y servicios turísticos de forma directa (el turista llega sin reservación), o si se implementa un sistema de reservaciones que permita saber cuantas personas llegarán, manteniendo un control de los servicios y las actividades a utilizarse, lo que permitirá a su vez programar acciones encaminadas a la atención de los turistas, así como estimar la afluencia turística.

Un canal de distribución de directo, se hace a través de la instalación de una oficina de ventas y reservaciones en los poblados o ciudades más cercanos a la comunidad, siempre y cuando sea el lugar idóneo para captar turistas.

Otro canal son las agencias de viajes u operadoras turísticas, con las cuales se negocia la venta de los servicios de la empresa a través de los canales de distribución que tienen estas agencias por el pago de una comisión. Una de las modalidades que utilizan estas agencias es la conformación de sus propios paquetes o circuitos con la celebración de convenios con diversas empresas turísticas acordando tarifas especiales, lo que les permitirá determinar el precio que cobrarán al turista por el conjunto de servicios o paquetes.

Los operadores turísticos son un buen canal de distribución, pero para mantener el control de los visitantes, de las ventas y de los beneficios que esto significa para la comunidad se deberá trabajar en conjunto, mantener una vinculación permanente y hacer convenios con estos operadores.

6.7.1 Promoción

En este punto se decidirá sobre los medios o formas que se utilizarán para dar a conocer los servicios y para posicionarlos en el mercado del turismo alternativo. Con la elaboración de un programa de promoción se definirán los medios de publicidad a utilizarse, las estrategias de promoción de ventas más adecuadas y de relaciones públicas.

La publicidad se realiza a través de diversos medios que pueden ser directos o de alcance masivo, en el turismo alternativo se recomienda que estos sean directos, es decir, dirigidos a segmentos de mercado muy bien identificados o mercados meta (definido en el estudio de mercado), los medios directos pueden ser: folletos, cartas de presentación, invitaciones, mensajes de correo electrónico, dirigidos a grupos que practican actividades especializadas como ejemplo: espeleólogos, montañistas, observadores de aves, etc., que generalmente se organizan en redes y se comunican a través de la Internet, otro medio directo son las revistas especializadas en actividades de turismo de aventura, ecoturismo, ambientalistas o de conservación.

Entre los medios masivos de publicidad se encuentran la televisión, la radio, páginas

en Internet, revistas, periódicos, anuncios espectaculares, que si no se tiene cuidado, pueden generar la atracción de un tipo y número de turistas poco adecuado para los fines del turismo alternativo y de la empresa, además de ser un medio costoso.

La promoción de ventas es una herramienta útil para elaborar estrategias que ayuden a colocar los productos turísticos en el mercado, estas estrategias consisten en elementos que hagan atractivos los productos ante los ojos de los turistas, es decir, estimulan la compra por parte de los consumidores, y por lo general es una herramienta de corto plazo, como las llamadas promociones especiales, ofertas, descuentos, rebajas, o cupones, que el brindarlas no representan un costo adicional para la empresa, pero en cambio son un factor atrayente para los posibles compradores.

6.7.2 Relaciones Públicas

Mantener buenas relaciones públicas es indispensable para la imagen del negocio, estas tienen como objetivo ganarse la aceptación y la comprensión de quienes rodean el negocio, a través de la comunicación con los clientes cautivos (los que ya han utilizado los servicios de la empresa) y potenciales (a los que aun no se les vende pero se busca que sean clientes), la misma comunidad y comunidades vecinas, las agencias de viajes, las instituciones de gobierno que regulan la actividad turística y la preservación del ambiente, las que representan fuentes de financiamiento, los proveedores de materias primas o equipo, relaciones que ayudarán a mantener una imagen positiva para la introducción de los productos y a contribuir al esfuerzo de ventas.

- El motivo principal de de viaje de un turista Alternativo son las actividades, no las instalaciones.

Las buenas relaciones públicas generan publicidad favorable a la empresa, este es un elemento importante en la introducción de productos y servicios nuevos, en el turismo alternativo, se puede realizar a través de notas periodísticas gratuitas en las noticias o en la publicidad verbal positiva, esto es, que alguien hable del negocio en algún medio de comunicación como la televisión, radio, prensa, etc. Un ejemplo de publicidad en una empresa de turismo alternativo es cuando viene un grupo de practicantes de espeleísmo y graban un vídeo de su expedición, posteriormente difunden ese vídeo en su país de origen o hacen un reportaje para alguna revista, eso le esta dando publicidad gratuita a la empresa.

Todo lo anterior se debe determinar en un programa de comercialización que responda a las necesidades de la empresa de acuerdo a lo que se quiere y mejor nos convenga.



6.8 Presupuesto preliminar

El presupuesto preliminar es la última parte del estudio técnico y en él se determina cual es la inversión total del proyecto, es decir, cuanto va a costar todo lo planeado.

Debido a que en los proyectos de turismo alternativo lo que busca el turista son las actividades y la calidad en los servicios más que las instalaciones, por ejemplo, las personas no viajan hasta la comunidad para dormirse en una cabaña, sino para realizar una actividad, la inversión en construcción y equipamiento es mínima en comparación a la que se tiene que hacer en capacitación, en equipo y de manera paulatina en trabajos de conservación del ambiente.

El presupuesto debe contener todos aquellos rubros en los que se va a invertir ya sea por aportaciones propias (como en el caso de los terrenos o instalaciones que ya estén construidas), o se vaya a solicitar un crédito, donaciones o aportaciones a fondo perdido a instituciones financiadoras.

Los rubros que suele contener un presupuesto son los siguientes:

- Terrenos
- Construcción (desglosado por cada una de las instalaciones)
- Mobiliario y equipo (para equipar a las instalaciones)
- Equipamiento (incluye instalaciones de agua, luz, teléfono)
- Equipo de computo
- Equipo de campamento (si es el caso)
- Equipo especializado (por cada una de las actividades de turismo de aventura, ecoturismo o turismo rural que se vayan a ofrecer)
- Programa de educación y capacitación
- Tecnologías alternativas
- Gastos preoperativos
- Capital de trabajo
- Programa de promoción

Posiblemente sea necesario recurrir a diferentes instancias para complementar los recursos para la puesta en marcha del negocio, para saber cómo se hará la mezcla de recursos y de dónde se pueden obtener. Resultará de gran ayuda se realice un listado de las instituciones a las que les va a solicitar el financiamiento, en qué rubro y cuánto, de esa manera se tendrán claras las líneas de acción que se tomarán para conseguir los recursos, siendo recomendable presentar a estas instituciones los resultados de

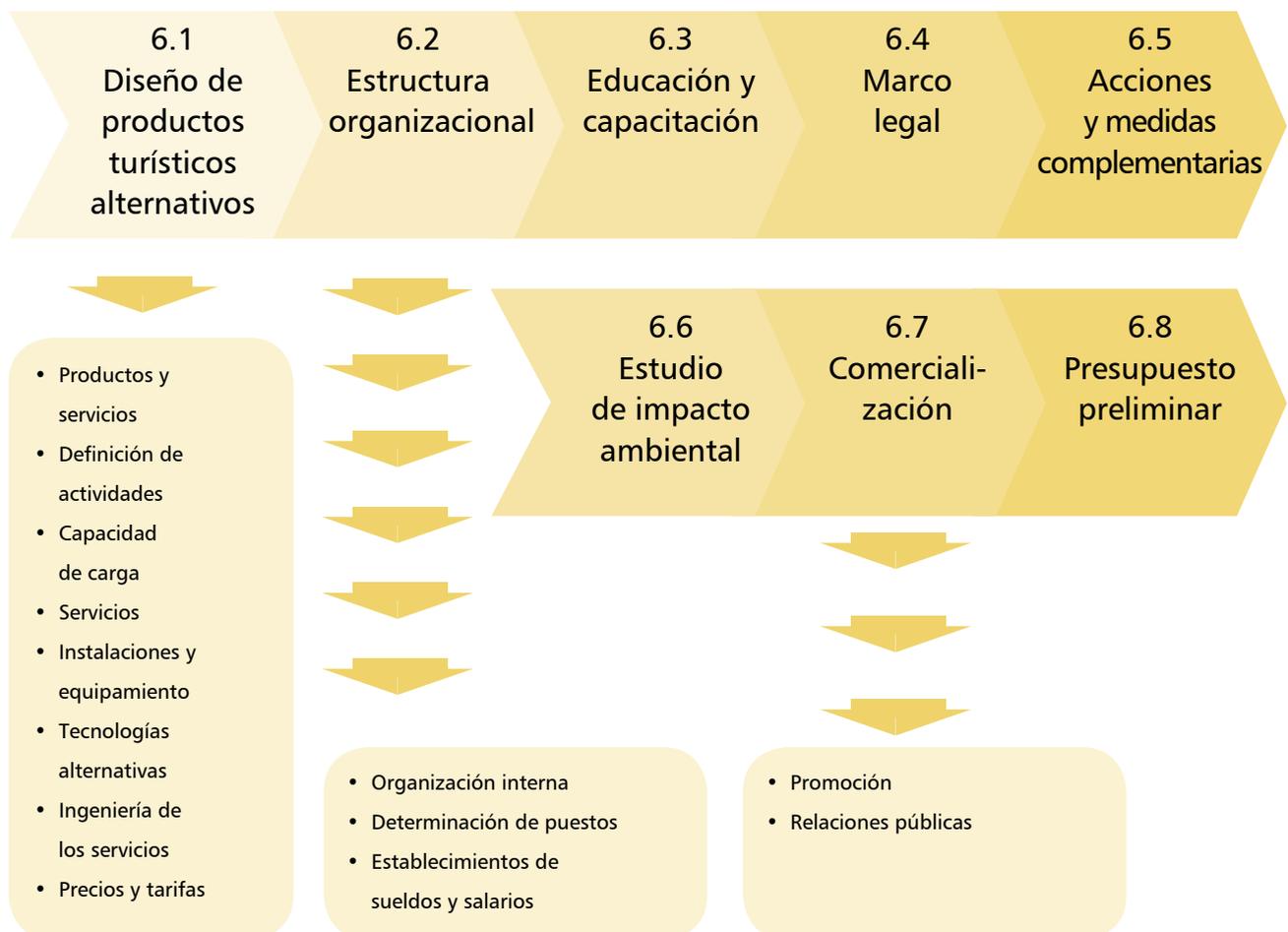


los estudios mencionados en este documento para mostrar la viabilidad del proyecto y dar una imagen de confianza y profesionalismo, además de facilitar la respuesta de las instituciones.

Cabe mencionar en este punto que el objetivo de tener un negocio rentable que lleve a elevar el nivel de vida de quienes participan en él, y al mismo tiempo permita ser autosuficientes, esto es, que reditúe ingresos tales, que no se tenga que estar solicitando apoyos frecuentes a las instituciones gubernamentales (que dependan de lo que les puedan dar) sino más bien que el negocio siga generando otros proyectos con las ganancias generadas.



Estudio técnico



capítulo

7

Aspectos financieros

En base al presupuesto de inversión se va a realizar el estudio financiero, que es la última fase de la elaboración del proyecto. Este estudio financiero tiene como fin, determinar si el proyecto va a ser rentable y por lo tanto competitivo, es decir si va a generar ganancias y a partir de cuándo, si se va a recuperar lo invertido y en cuánto tiempo, esto se hace en base a proyecciones de la demanda, de los ingresos y egresos. Estas proyecciones se refieren a estimaciones futuras de cuánta gente se va a recibir en el negocio en un tiempo determinado, generalmente se hacen por año, cuánto dinero van a gastar los turistas consumiendo lo que se les ofrece, estimando también en qué se va a gastar específicamente.

Cuando un negocio es rentable y supera las ganancias de sus competidores, se puede

considerar como una empresa competitiva es decir, que es reconocida en el mercado por vender buenos productos. Por ello, el negocio debe buscar ser competitivo para lograr reconocimiento en el mercado del turismo alternativo por que sus productos y servicios son de buena calidad.

7.1 Proyección de la demanda

Para realizar el análisis financiero se deberá hacer primeramente la proyección de la demanda, esto es, se requiere saber cuántos visitantes se van a recibir en el primer año de operación, en el segundo, tercero, y así hasta el periodo que se desee determinar, generalmente la proyección se hace por un periodo de 5 hasta 10 años para los proyectos comunitarios.



Para hacer las proyecciones se deberá contar con datos históricos de la demanda (que se obtienen desde el estudio de mercado) es decir, en el caso de que se han estado operando recorridos o actividades, aún sin ofrecer servicios de hospedaje, alimentos o cualquier otro que se considere propiamente como turístico, se tomarán los datos del número de visitantes que llegaron en un año de algún tipo de registro que se lleve, ésta información servirá como punto de partida para hacer la proyección.

Si es el caso de que aún no se reciben visitantes, se puede acudir a los estadísticas que se generan en las dependencias estatales de turismo o sus delegaciones, las cuales a pesar de ser muy generales darán un punto de referencia de cuántos turistas visitan algún destino cercano a la región en la que se ubicará el proyecto, o bien si hay comunidades vecinas que estén trabajando productos de turismo alternativo o no, se podrá solicitar su apoyo para consultar sus registros y obtener la información necesaria.

Al contar con estos datos históricos se puede hacer la proyección de la demanda, para eso existen varias técnicas, entre ellas están:

- Mínimos cuadrados,
- Método de series de tiempo,
- Método de suavización exponencial.

Métodos que deberán ser analizados por quien o quienes vayan a elaborar el proyecto para tomar la decisión de cuál es el



más adecuado de acuerdo a los intereses del proyecto.

7.2 Proyección de ingresos

La proyección de ingresos es útil para saber cuánto dinero va a entrar al negocio por concepto de la venta de los productos y servicios, la cual se basará en la proyección de la demanda, así se tendrá la estimación de cuántos turistas va a llegar y cuánto van a gastar en el negocio por realizar actividades y hacer uso de los servicios.

La estimación debe hacerse tomando en cuenta cada una de las actividades que se vayan a ofrecer y cada uno de los servicios que generen ingresos a la empresa. Los datos deben vaciarse en una cédula de ingresos que debe contener los conceptos por percepción de ingresos y el total de años en los que se está haciendo la proyección.

En la página siguiente se presenta el ejemplo de un concentrado de ingresos tomado de un caso real para un proyecto de turismo alternativo.

Ejemplo de concentrado de ingresos

Concepto / Año	1	2	3	4	5
Acceso	\$ 42,815.00	\$ 57,447.00	\$ 76,341.00	\$ 101,400.00	\$ 134,625.00
Descenso en rappel	\$ 60,146.00	\$ 91,405.00	\$ 125,863.00	\$ 167,936.00	\$ 217,644.00
Descenso en paracaídas	\$ 28,635.00	\$ 50,745.00	\$ 58,749.00	\$ 67,766.00	\$ 77,409.00
Recorridos de espeleísmo	\$ 128,354.00	\$ 166,022.00	\$ 224,561.00	\$ 300,891.00	\$ 408,991.00
Recorridos de caminata	\$ 12,776.00	\$ 16,606.00	\$ 21,549.00	\$ 27,941.00	\$ 36,216.00
Recorridos temáticos	\$ 17,833.00	\$ 30,638.00	\$ 49,455.00	\$ 84,356.00	\$ 138,215.00
Hospedaje en cabañas	\$ 127,700.00	\$ 172,900.00	\$ 236,000.00	\$ 322,750.00	\$ 438,900.00
Campamento	\$ 33,709.00	\$ 45,566.00	\$ 61,814.00	\$ 83,507.00	\$ 112,771.00
Alimentos y bebidas	\$ 158,495.00	\$ 218,940.00	\$ 297,623.00	\$ 403,712.00	\$ 547,423.00
Venta de artesanías	\$ 49,100.00	\$ 63,830.00	\$ 82,979.00	\$ 107,873.00	\$ 140,235.00
Renta de cuerdas	\$ 22,295.00	\$ 32,936.00	\$ 45,008.00	\$ 59,505.00	\$ 77,409.00
Renta de hamacas	\$ 5,892.00	\$ 7,660.00	\$ 9,957.00	\$ 12,945.00	\$ 16,828.00
Renta de casas de campaña	\$ 5,185.00	\$ 2,940.00	\$ 3,780.00	\$ 4,890.00	\$ 5,880.00
Renta de catres	\$ 8,000.00	\$ 11,800.00	\$ 17,300.00	\$ 25,300.00	\$ 35,700.00
Transporte	\$ 299,520.00	\$ 449,280.00	\$ 599,040.00	\$ 599,040.00	\$ 599,040.00
Teléfono	\$ 15,712.00	\$ 20,426.00	\$ 26,553.00	\$ 34,519.00	\$ 44,875.00
Derecho de filmaciones	\$ 8,470.00	\$ 14,430.00	\$ 17,490.00	\$ 21,280.00	\$ 25,710.00
TOTAL INGRESOS	\$ 1,024,637.00	\$ 1,453,570.00	\$ 1,954,062.00	\$ 2,425,912.00	\$ 3,057,872.00

Los ingresos que se estimaron, en este ejemplo, en cada renglón, son los derivados del consumo que los visitantes harán por cada una de las actividades y los servicios que usarán, todo a precios constantes (suponiendo que no haya aumentos en las tarifas), los incrementos que se observan se deben a las variaciones de la demanda en cada año.

Para llegar al concentrado de los ingresos primeramente se deberá realizar una cédula para el cálculo por cada una de las actividades y servicios, para ello se tendrá que estipular del total de la demanda estimada, cuántas personas harán cada actividad y utilizarán cada servicio (tomando en cuenta obviamente la capacidad de carga de cada una de las áreas); en el caso del ejemplo se determinó del total de personas que llegarían en un año, cuántas realizarían espeleísmo, o paracaidismo, etc., así como cuántas se hospedarían en cabañas, en el campamento, y cuáles consumirían alimentos; en estas cédulas se considerarán: actividad o servicio, número de personas que los realizarán y costos o tarifas.

Una vez teniendo las cédulas de cada una de las actividades y de los servicios se hace el vaciado en el concentrado de ingresos.

7.3 Proyección de egresos

Los egresos son los costos y gastos que representan para la empresa la oferta de los servicios turísticos, de tal modo que para prestar los servicios y para la realización de las actividades se tiene que en materias primas e insumos, además en sueldos y salarios, que deberán ser calculados tomando

en cuenta la proyección de la demanda, los ingresos y cada una de las actividades y los servicios que se ofrecerán agrupándolos por áreas o departamentos, dependiendo de cómo se organicen, para posteriormente realizar el concentrado de egresos.

El ejemplo que sigue fue tomado del mismo proyecto de donde se presentó el concentrado de ingresos.

De las cédulas que se debieron hacer por cada uno de los departamentos considerados, se tomaron los costos y gastos en los siguientes rubros: pago de sueldos y salarios, costos de producción (insumos y materiales), uniformes, papelería, publicidad, mantenimiento, seguros. Como se puede observar también se tomó en cuenta que los costos de producción y los gastos de mantenimiento aumentan año con año en relación porcentual a la afluencia de visitantes y a los ingresos obtenidos.

En el caso particular de este proyecto los miembros de la comunidad decidieron invertir una buena parte de sus ingresos en educación y capacitación permanente, en trabajos de conservación, estudios de vida silvestre y para la diversificación productiva que refuercen sus productos y lograr la sustentabilidad de su proyecto.

Las proyecciones de ingresos y egresos son la base para la elaboración de los estados proforma que ayudarán a hacer el análisis financiero. Siendo importante conocer el total de la inversión requerida por el proyecto, porque de ahí pueden partir las instituciones a las que posiblemente se acuda para obtener apoyo para hacer los análisis financieros convenientes.

Ejemplo de concentrado de egresos

Concepto / Año	1	2	3	4	5
Depto. de hospedaje	\$ 50,694.00	\$ 52,050.00	\$ 53,943.00	\$ 56,546.00	\$ 60,030.00
Depto. de A y B	\$ 113,542.00	\$ 117,035.00	\$ 142,213.00	\$ 176,162.00	\$ 222,149.00
Recorridos	\$ 42,380.00	\$ 56,710.00	\$ 78,040.00	\$ 110,270.00	\$ 156,560.00
Artesanías	\$ 27,264.00	\$ 33,656.00	\$ 41,316.00	\$ 51,273.00	\$ 64,218.00
Transporte	\$ 98,416.00	\$ 122,608.00	\$ 174,856.00	\$ 174,856.00	\$ 174,856.00
Administración	\$ 521,004.00	\$ 548,404.00	\$ 577,004.00	\$ 579,404.00	\$ 582,404.00
Educación y Capacitación	\$ 5,863.00	\$ 30,000.00	\$ 50,000.00	\$ 70,000.00	\$ 90,000.00
Conservación	\$ 5,863.00	\$ 30,000.00	\$ 50,000.00	\$ 70,000.00	\$ 90,000.00
Estudios de vida silvestre	\$ 5,863.00	\$ 30,000.00	\$ 50,000.00	\$ 70,000.00	\$ 90,000.00
Estudios de div. Productiva	\$ 5,863.00	\$ 30,000.00	\$ 50,000.00	\$ 70,000.00	\$ 90,000.00
TOTAL INGRESOS	\$ 877,252.00	\$ 1,050,463.00	\$ 1,267,372.00	\$ 1,428,511.00	\$ 1,620,270.00

7.4 Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento son todas aquellas organizaciones de gobierno, privadas y las no gubernamentales (ONG's), que pueden apoyar con el dinero para la puesta en marcha del proyecto. Ese dinero lo pueden otorgar vía crédito, como un préstamo a devolver y por el que quizá se deba pagar intereses mínimos, o bien, a

fondo perdido, que son aportaciones que no se devuelven.

Algunas de las siguientes instituciones de gobierno a nivel federal, apoyan proyectos de turismo alternativo con diferentes programas y rubros, ya sea para la construcción de instalaciones, compra de equipamiento, capacitación, asesoría técnica, promoción, entre otros:

- La Secretaría de Turismo (SECTUR).

- La Secretaría del Medio Ambiente (SEMARNAT).
 - La Comisión Nacional Forestal (CONAFOR)
 - La Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)
 - La Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI)
 - El Fondo Nacional de Apoyo a Empresas Sociales (FONAES)
 - La Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)
 - Fondos Instituidos en Relación a la Agricultura (FIRA-BANCO DE MEXICO)
 - La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (SAGARPA)
 - La Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)
 - Instituto Nacional de Desarrollo Social
- Entre las instituciones privadas que proporcionan financiamiento están:
- El Banco Nacional Mexicano (Banamex)
 - Nacional Financiera (Nafin)
 - La compañía automotriz Ford
 - Universidades privadas
- De las ONG's más conocidas se pueden mencionar:
- El Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza (FMCN).
 - La World Wild Life Foundation (WWF).
 - Conservación Internacional (CI)
 - The John D. And Catherine T. MacArthur Foundation
 - Banco Interamericano de Desarrollo
 - Banco Mundial
 - Fondo Mundial para la naturaleza

Además se puede acudir a fuentes de financiamiento de los gobiernos Estatales o Municipales.

Estudio financiero



capítulo

8

Recomendación general
Referencias Bibliográficas
Anexos

Recomendación general

Para la elaboración de los diferentes estudios que conforman el proyecto es conveniente que la comunidad sepa cómo se hacen y qué deben contener, tal vez para no hacerlo pero si para saber que es lo que se quiere y como pedirlo a los que se dedican a la elaboración de proyectos de turismo alternativo.

Para que el proyecto sea integral en cuanto a su visión, se deberá considerar la participación de profesionistas de diversas disciplinas durante su planeación (biólogos, arquitectos, antropólogos, y en especial en turismo) que en colaboración y de manera coordinada elaborarán el proyecto,

en el que reflejarán la realidad de las comunidades que van a desarrollar una empresa turística como una opción económica para mejorar su nivel de vida y darle un buen aprovechamiento a sus recursos naturales y culturales.



Bibliografía

ARIAS Chávez Jesús. El papel de las ecotecnologías en la viabilidad del desarrollo sustentable. Fundación de Ecodesarrollo, Xochucalli A.C. México, 1997. 10 pp.

ANTA Fonseca Salvador, et.al. El ordenamiento territorial en la Chinantla Alta. La Jornada Ecológica. México, jueves 11 de noviembre de 1993. p 4.

BACA Urbina G. Evaluación de proyectos. Análisis y administración del riesgo. 2ª ed. Ed. Mc Graw Hill. México, 1990. 279 pp.

BERMAN Morris. El reencantamiento del mundo. Ed. Cuatro vientos. 335 pp.

BOULLÓN Roberto C. Planificación del espacio turístico. Ed. Trillas. México, 1985. 245 pp.

CANTER David. Psicología del lugar – un análisis del espacio que vivimos. Ed. PAX. 1987.

ECOSOLAR. Colección Tierra Viva. Una guía para el desarrollo comunitario y el cuidado de la familia, en armonía con la naturaleza. Manual No. 10 Ecoturismo. 12 pp.

ESTEVAN Bolea Mª Teresa. Las evaluaciones del impacto ambiental. CIFCA. México, 1980. 223 pp.

INI. Figuras jurídicas para la organización de productores rurales.

JARDEL Peláez Enrique. Ordenamiento Ecológico y Política Ambiental. La Jornada Ecológica. México, jueves 11 de noviembre de 1993. p 2.

LAMB Charles W. et.al Marketing. Cuarta ed. International THOMSON Editores. 1998, 691 pp.

MELO Valencia Alejandro. Técnicas participativas para la educación popular.

PICAZO Luis R. et.al. Ingeniería de servicios. Para crear clientes satisfechos y lograr ventajas competitivas sustanciales y sostenibles. Ed. McGraw Hill. 1992, 254 pp.

SEDUE. Información básica sobre las Áreas Naturales Protegidas de México. 1989.

SEMARNAT. Cuadernos. El desarrollo sustentable. Una alternativa de política institucional. 1996, 71 pp.

SEMARNAT, SECTUR, FONATUR. Programa de Ecoturismo en Áreas Naturales de México. 1997.

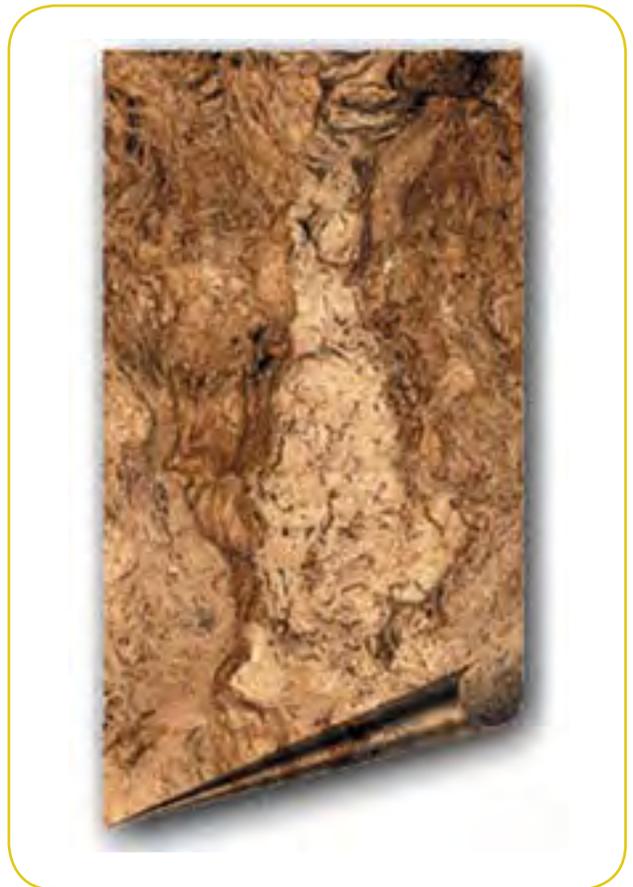
Anexos

Cédula de inventario de recursos naturales

Ecosistema:	Selva
Tipo de atractivo:	Cascada
Nombre con el que se le identifica:	Cascadas de Misol- Ha
Localización:	34 kilómetros al norte de Palenque
Vías de acceso:	Carretera Palenque - San Cristóbal de las Casas
Características particulares	Particularidades en vegetación que puedan ser utilizadas para productos de observación. Se encuentra en medio de una vegetación selvática compuesta por varios ejemplares de caobas, chicozapotes, canshanes y palos de agua con mamíferos como saraguatos, momo araña, tapir, etc.
Extensión:	Cascada de aproximadamente 30 metros de altura
Descripción:	El azul añil del agua, el verde de la vegetación, la brisa constante y el sonido acuático inagotable, contribuyen a hacer de este lugar, uno de los mas espectaculares e inolvidables de México.
Altura sobre el nivel del mar:	Aproximadamente 400 m.s.n.m.
Temporadas para visitarse:	Todo el año, la mejor temporada es de noviembre a marzo, porque el clima es más propicio y tiene suficiente agua la cascada.
Que actividades turísticas alternativas podrían desarrollarse en este lugar:	Natación, caminata, observación de flora y fauna.

Cédula de recursos culturales con potencial turístico

- Tipo de población: Rural, Indígena
- Grupo indígena: Ñañú
- Elementos culturales susceptibles de aprovecharse turísticamente: Elaboración de papel amate.
- Características de la actividad: El papel amate se elabora con la corteza de algunos árboles, colocándola sobre una superficie plana y golpeando con una piedra también plana, puede teñirse de diferentes colores y es usado para fines ceremoniales.
- Temporada: Todo el año.
- Tentativa de actividad que pueda implementarse. Talleres para la producción de papel amate y vivencias místicas con los hombres de sabiduría de la comunidad.





Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos
Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo
Mariano Escobedo 726, Col. Anzures
C.P. 11590, México D.F.
Tel: (55) 30 02 69 00
turismoalternativo@sectur.gob.mx
www.sectur.gob.mx