

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN ECOCAMPAMENTO EN EL  
PREDIO NÚMERO DOS LARIOS Y MALPICA, CONGREGACIÓN LA  
VIGUETA COSTA ESMERALDA, VERACRUZ.**

**TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

**LICENCIADA EN TURISMO**

PRESENTA:

**Deyanira Ortega Cabrera**

DIRECTORA: Lic. En T. Agripina del Ángel Melo

REVISORES: Dra. María Joaquina Sánchez Carrasco

M. en A. Blanca Elena Chavaro de la Torre

L. en M. Adelfo Sánchez Lemus Galindo

*Estudio de Factibilidad*

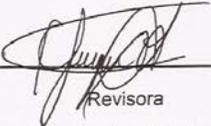
Texcoco México a 24 de mayo del 2012.

M. EN C. JUAN MANUEL MUÑOZ ARAUJO.  
SUBDIRECTOR ACADEMICO DEL  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO  
PRESENTE:

AT'N M EN F. GUADALUPE LIZETH ARCE CHÁVEZ  
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN.

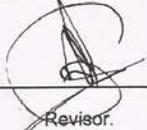
Con base en las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado "Estudio de Factibilidad para un Ecocampamento en el predio número 2 de *La Congregación la Vigueta Costa Esmeralda Veracruz*" que para obtener el título de Licenciada en Turismo presenta la sustentante Deyanira Ortega Cabrera, con número de cuenta 0322895 respectivamente, se concluye que cumple con los requisitos teórico-metodológicos necesarios para su aprobación, pudiendo continuar con la etapa de impresión del trabajo escrito.

ATENTAMENTE.

  
Revisora

  
Revisora.

Dra. María Joaquina Sánchez Carrasco, M en A. Blanca Estela Chavaro de la Torre

  
Revisor.

L en M. Adelfo Sánchez Lemus Galindo

  
DIRECTORA.  
Len T. Agripina del Ángel Melo.

c.c.p. Sustentante Deyanira Ortega Cabrera  
c.c.p. Directora L en T Agripina del Ángel Melo.  
c.c.p. M. en Fin. Guadalupe Lizeth Arce Chávez.

**TITULACION  
RECIBIDO**  
Por LMELCHAVEZ  
Texcoco, Méx. a 28 de Mayo de 2012

*“Tengo un sueño, un solo sueño, seguir  
soñando,  
soñar con la libertad, soñar con la justicia, soñar  
con la igualdad y  
ojalá no tuviera la necesidad de soñarlas.”*

Fragmento de la poesía “Tengo un sueño” de Martin Luther King.

*Reconocimientos.*

*A mis padres Norminanda Cabrera Jello y Jesús Ortega Pacheco, por el apoyo a lo largo de mi vida y quienes son las personas más importantes, quienes han creído en mí; es por esa razón que la culminación de este trabajo es un gran tributo a los seres que me dieron la vida.*

*A Liliana Ortega Cabrera, mi hermana, por existir en mi vida.*

*Es difícil mencionar a cada uno de los integrantes de mi familia y para no olvidar a ninguno de ellos: agradezco todos y cada una de las personas que la integran, porque crecer y aprender a su lado ha sido maravilloso; por enseñarme que el esfuerzo y la entereza tienen sus resultados positivos y negativos: GRACIAS FAMIA.*

*A Guadalupe Flamenco por ser mi amiga y apoyarme en lo que necesito.*

*Este trabajo de investigación, se pudo realizar gracias a la participación de:*

*L. en J. Agripina del Ángel Melo por llevar la excelente dirección del trabajo de investigación.*

*Dra. María Joaquina Sánchez Carrasco, L en M. Adolfo Sánchez Lemus Galindo y M en A. Blanca Flena Chavaro de la Torre; por brindar la guía en el trabajo de investigación.*

*A los socios de la Asociación Mexicana de Acampadores, A.C. (AMAA) por brindar información enriquecedora para el estudio de mercado.*

*M en C. Sac-Nicté Valadez Cabrera, por realizar los mapas de ubicación de la zona de estudio.*

*Por último, quiero agradecer a la naturaleza quien a lo largo de mi vida me ha abrazado, que es sabia, acogedora y perfecta; que ha permitido que el fenómeno del turismo la aproveche para los beneficios del humano.*

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPITULO UNO. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD: LA BASE PARA UN ECOCAMPAMENTO.....</b>	<b>13</b>
1.1. Estudio de Factibilidad como posibilitador de negocios exitosos.....	13
1.1. Historia y conceptualización de estudio de factibilidad.....	13
1.1.2. Estudios en la factibilidad.....	16
1.1.2.1. Estudio de mercado.....	16
1.1.2.2. Estudio técnico.....	23
1.1.2.2.1. Empresas familiares.....	27
1.1.2.3. Estudio Administrativo.....	29
1.1.2.4. Estudio financiero.....	31
1.1.2.5. Estudio ambiental.....	33
1.1.3. Empresas turísticas nacidas por una investigación administrativa financiera.....	33
1.2. Historia, origen y conceptualización de una práctica turística verde: Ecoturismo.....	34
1.2.1. Tendencias turísticas en México.....	35
1.2.2. Turismo ecológico (ecoturismo).....	37
1.2.3. Equipamiento para el ecoturismo.....	41
1.3. DE CAMPAMENTOS A ECOCAMPAMENTOS.....	45
1.3.1. Historia de los campamentos.....	45
1.3.2. Tipos de campamentos.....	47
1.3.3. Campismo, zona de campamento y ecocampamento.....	50
<b>CAPITULO DOS MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PREDIO NÚMERO 2 LARIOS Y MALPICA EN LA CONGREGACIÓN DE LA VIGUETA.....</b>	<b>54</b>
2.1. Macro localización.....	54
2.1.1. Ubicación geográfica.....	54
2.1.2. Población.....	55
2.1.3. Atractivos culturales.....	56
2.1.4. Atractivos naturales.....	57
2.2. TECOLUTLA.....	58
2.2.1. Ubicación geográfica.....	58
2.2.2. Población.....	59
2.2.3. Clima.....	60
2.2.4. Turismo.....	61
2.2.4.1. Gastronomía.....	62
2.2.4.2. Atractivos culturales.....	63
2.2.4.3. Atractivos naturales.....	64
2.3. MICRO LOCALIZACIÓN.....	65
2.3.1. Comunidades de Tecolutla.....	65
2.3.2. Costa Esmeralda.....	65
2.3.3. Congregación la Vigueta.....	66
2.3.4. Predio número 2 Larios y Malpica.....	68
<b>CAPITULO TRES ECOTURISMO.....</b>	<b>73</b>
3.1. DISEÑO.....	73
3.2. ESTUDIO DE MERCADO.....	75
3.2.1. Herramienta aplicada.....	75
3.2.2. Ecocampistas.....	85

## *Estudio de Factibilidad*

3.2.3. Demanda actual.....	87
3.2.4. Distribución espacial.....	87
3.2.5. Oferta.....	88
3.2.6. Mercado.....	89
3.2.7. Precios de la competencia.....	90
3.2.8. Precio del servicio .....	91
3.2.9. Canales de distribución	92
3.3. ESTUDIO TÉCNICO.....	93
3.3.1. Definición física del servicio.....	95
3.3.2. Localización del proyecto.....	105
3.3.3. Planificación del recurso humano.....	118
3.3.4. Marco legal.....	112
3.3.5. Financiamiento.....	113
3.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	114
3.4.1. Misión.....	114
3.4.2. Visión.....	114
3.4.3. Objetivos.....	114
3.4.4. Políticas.....	114
3.4.5. Valores.....	115
3.4.6. Organigrama.....	115
3.5. ESTUDIO FINANCIERO.....	116
3.6. ESTUDIO ECOLÓGICO.....	121
3.6.1. capacidad de carga.....	122
3.6.2. Manual de tratamiento.....	122
3.6.3. Código de conducta del ecocampista.....	125
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	127
<b>ANEXOS</b> .....	132
<b>CONSULTAS</b> .....	140
<b>EMPRESAS CONSULTADAS</b> .....	143

## INTRODUCCIÓN

*“Veracruz late con fuerza”*

Slogan del 3° informe de gobierno de Fidel Herrera Beltrán 2007

La riqueza cultural y natural de México es reconocida alrededor del mundo, la prueba, es clara, basta con saber que del cien por ciento de los turistas quienes recorren nuestro país, el 61% pertenece a paisanos mexicanos que salen de su lugar de residencia para darse la oportunidad de conocer y disfrutar lo que su país, su gente, sus espacios naturales y culturales les brindan a cada paso que dan; el porcentaje restante, 39% son extranjeros, salen de su hogar para conocer, viajar y hacerse uno con México y en un futuro regresan con el deseo de continuar explorando y en algunas ocasiones quedarse en nuestro país (Secretaría de Turismo 2011).

Veracruz, un estado con “una vasta geografía, que se nutre con su historia y sus sistemas culturales” (Herrera, 2007), no pasa desapercibido en el gusto de viajeros nacionales y extranjeros, es un lugar donde la versatilidad natural y cultural se unen permitiendo crear una simbiosis que resulta en una experiencia única de disfrute: el turismo.

Respecto a éste último, las tendencias internacionales en cuestión de viajes, se están dando bajo el contexto del cuidado de la naturaleza a través de la práctica del ecoturismo, la sensibilización, el conocimiento de zonas rurales, entre otras actividades alternativas, muchas veces dejan de lado las que tienen que ver con sol y agua (turismo tradicional), todas las anteriores, permite que México este posicionado en el gusto de turistas alrededor del mundo.

Gracias al turismo, a las actividades y las experiencias que están inmiscuidas en este fenómeno, se pueden iniciar negocios que brindan servicios diferenciados, que van desde espacios para la práctica de turismo convencional, hasta llevar a cabo actividades de turismo natural, sin dejar atrás la experiencia que brinda el conocer y sensibilizarse gracias a la convivencia y vivencia en espacios únicos.

Dentro de estas opciones existe la posibilidad de que las pequeñas empresas resguardadas y administradas por familiares proporcionen empleos en las zonas donde se localizan, lo que da como resultado bienestar económico que es importante para el sustento de las familias mexicanas; ya que el 23% del Producto Interno Bruto (PIB) es generado por las empresas familiares y que crean el 63% de la ocupación laboral y por lo tanto representan la base de la economía para el desarrollo de fuentes de trabajo y negocios, aunado a que para el 2015 más familias mexicanas formen estándares comerciales y se posicionen como empresarios activos en la economía mexicana (Secretaría de Economía, 2012).

Planear un negocio no es cosa sencilla, no es solo tener el dinero suficiente para invertirlo, también implica tiempo para investigar si el producto o servicio a ofrecer es de agrado para un número suficiente de personas y así poder cumplir sus deseos, necesidades y expectativas de una forma concreta y específica, además de no arriesgar capital de una manera errónea y que se dé una inversión equivocada.

Por las razones anteriores, es que la presente tesis tiene como objetivo general: “Realizar un estudio de factibilidad para un ecocampamento en el predio número dos Larios y Malpica, Congregación la Vigüeta Costa Esmeralda, Veracruz”.

Existen algunos motivos específicos, que le dieron la razón de existir a la presente investigación de tesis:

- La falta de proyección verde<sup>1</sup> al municipio de Tecolutla así como a toda la zona de Costa Esmeralda;
- La inexistencia de espacios para la experiencia del campismo con objetivo del cuidado del medio y la práctica de actividades relacionadas con este último;
- La existencia de grandes predios, sin uso, que se encuentran en mal estado y que causan contaminación visual;
- En el caso específico del predio número dos Larios y Malpica, es un área en desuso, que es propiedad de la familia, y que se ha proyectado a través de los años como una fuente de inspiración para un negocio familiar con fines de turismo.

---

<sup>1</sup> Es aquella que está ligada al cuidado del medio ambiente, con estructuras que permiten una zona limpia y que es propicio para proyectos de bajo impacto.

## *Estudio de Factibilidad*

La información de esta investigación, pretende dar a conocer la estructura teórica y práctica de cómo hacer que las condiciones naturales, económicas y culturales de una región, se unan para ofrecer un servicio de pernocta alternativo nombrándolo como: ECOCAMPAMENTO.

Por la razón anterior, el estudio parte del siguiente cuestionamiento:

¿Cómo realizar un estudio de factibilidad para un ecocampamento en el Predio número 2 de Larios y Malpica en la Congregación la Vigüeta, Costa Esmeralda, Veracruz?

El anterior cuestionamiento, orientó la investigación a una serie de indagaciones como, los requerimientos teóricos y prácticos para un estudio de factibilidad; el ecoturismo y su sustento teórico además de las implicaciones en el ambiente; los campamentos, su normatividad y las propuestas de estructura física y legal en México y por último la caracterización socio-geográfica del espacio propuesto.

Este trabajo tiene como sustento teórico conceptual disciplinas del conocimiento que apoyan a las investigaciones turísticas como son:

**Economía:** para esta investigación permitió clasificar los insumos necesarios para un ecocampamento, apoyada por el programa en Excel Sistema de Apoyo para la Evaluación Financiera de Proyectos (SAAFI), así como los sistemas de salarios nacionales y la proyección financiera.

**Geografía:** Esta disciplina, permitió el conocimiento, la ubicación del predio, en conjunto con la demografía para el conocimiento de la parte social que englobó al proyecto.

**Administración:** A través de la investigación en el contexto administrativo en este proyecto de tesis, fue necesario para darle congruencia a los aspectos laborales y de necesidades específicas de personal así como de organigramas.

## *Estudio de Factibilidad*

Mercadotecnia: Las bases de esta disciplina, permitieron enfocar al mercado en un esquema realista permitiendo conocer sus características esenciales para la satisfacción de sus deseos.

Ecología: esta disciplina, permitió obtener la capacidad de carga, además de plantear los sistemas de limpieza, y organización de residuos, además de la propuesta de un código de conducta.

Metodología de la investigación: como proceso fundamental para poder comprender y enfocar toda la investigación y la parte práctica de la tesis.

El trabajo que se pone en sus manos se estructura en tres partes o capítulos a través de los cuales se construye el informe que como producto de la investigación realizada conforma esta tesis de licenciatura:

En el capítulo uno titulado: *Estudio de factibilidad: la base para un ecocampamento*, se exponen los asientos contextuales de la estructuración del estudio de factibilidad, ecoturismo y campamentos; donde se sustenta la parte teórica que le dará un enfoque académico al proyecto.

Por un lado, se encuentran las diferentes conceptualizaciones de un estudio de factibilidad que da paso a mostrar el proceso efectivo y que son ineludibles para tomar una decisión correcta de inversión, donde el mercado, el proceso administrativo, la efectividad monetaria así como de recurso humano puedan ser bien encaminados a plantear una decisión rentable.

El planteamiento del estudio de factibilidad permite no olvidar el objetivo planteado en la metodología para lo cual, se toman diferentes estudios que van a permitir un proyecto sustentable, real y efectivo:

- Estudio de mercado.
- Estudio técnico.
- Empresa familiar.
- Estudio administrativo.
- Estudio financiero económico.
- Estudio ambiental.

## *Estudio de Factibilidad*

Dentro de este primer capítulo, se retoma la conceptualización del ecoturismo como proveedor de servicios de pernocta diferenciados, especializados y comprometidos, además de que se retoman las bases del equipamiento que es necesario para brindar un servicio verde de calidad.

Este capítulo, culmina con una investigación en cuestión de campamentos como su historia, percepciones conceptuales, las condiciones necesarias para llevarlo a cabo así como los tipos de campamentos que existen alrededor del mundo.

La caracterización del espacio geográfico del predio, corresponde al capítulo dos llamado: *Macro y micro localización del Predio número 2 Larios y Malpica en la Congregación de la Vigüeta*. En este apartado, se encuentra la descripción general del estado de Veracruz, dando importancia a sus principales atractivos culturales, naturales y turísticos; sin olvidar a la población que trabaja en el sector terciario.

También se retoma el municipio de Tecolutla como parte de la investigación, ya que en este segmento se encuentra la ubicación de la mayoría de los servicios públicos y turísticos y se ahonda en las características sociales del municipio.

Para culminar esta parte, se realiza la localización que corresponde a la comunidad Congregación la Vigüeta; es parte importante para poder mostrar la micro localización del predio número 2 Larios y Malpica que es el lugar específico donde se realizó el estudio de factibilidad para el ecocampamento.

El capítulo tres lleva el nombre de: *Ecocampamento*; esta última fase es la parte práctica del trabajo de escritorio, donde se muestran los resultados que permitirán conocer el ecocampamento a fondo a través del estudio de mercado, la estructura administrativa, financiera y ecológica que permitirá determinar si el proyecto es factible y el tiempo de recuperación de la inversión.

La tesis se cierra con un apartado de conclusiones, donde se presentan el aprendizaje y las experiencias de un trabajo como éste, que más que aportar hallazgos que se relacionan metodológicamente con un trabajo indagatorio, aporta

## *Estudio de Factibilidad*

elementos teórico prácticos del proceso para llevar a cabo un estudio de factibilidad que aterrice en la creación de un negocio de turismo verde en el sector del servicio de pernocta llamándolo: ECOCAMPAMENTO.

# **CAPÍTULO UNO. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD: LA BASE PARA UN ECOCAMPAMENTO.**

## **1.1 Estudio de factibilidad como posibilitador de negocios exitosos.**

### **1.1.1. Historia y conceptualización de estudio de factibilidad.**

La investigación de operaciones, como se conocía antes de la Segunda Guerra Mundial<sup>2</sup>, es la primera designación que se le da a la búsqueda de modelos dinámicos probabilísticos que permitieron brindar la seguridad estratégica de la inversión monetaria hecha en empresas crecientes o que buscaban posicionarse en el mercado.

Al finalizar la guerra el desequilibrio de empresas, la expansión de mercados y el crecimiento de las presiones en la competitividad, provocaron que las empresas formaran equipos multidisciplinarios para poder combatir y posicionarse en el

---

<sup>2</sup> 1939,1945

## *Estudio de Factibilidad*

mercado de esa época y así poder costear los altos precios empresariales y en consecuencia ser productivos en el mercado, para no realizar gastos innecesarios en la innovación o mejoramiento de un producto o servicio (Munguía, 2005).

En la actualidad, la versatilidad de aplicación para el estudio de factibilidad y la efectividad en el proceso realizado, ha permitido que el campo de acción sea para diferentes disciplinas tanto comerciales, de satisfacción de servicios así como industriales; y se ha reflejado en la creación de empresas ya sean grandes, medianas, pequeñas o familiares, que necesitan de un esquema específico de crecimiento, costos y valores económicos, que les permita echar a andar un proyecto sustentable a futuro.

Existen algunas empresas de servicios de hospedaje en México como Posada Roja en Zacatecas o el hotel boutique Azúcar en Veracruz; otros tantos restaurantes como: Con sabor a México quienes empezaron su vida productiva basándose en un estudio de factibilidad (no obstante existen más casos de éxito en otros rubros comerciales), lo anterior les permitió conocer posibilidades de inversión, uso, compra de terreno u organización; tomando en cuenta el ramo empresarial en el cual se buscaba emprender un negocio exitoso y que a través de la investigación encontraron tres escenarios básicos: esperados, deseados y no deseados, para que la idea de su proyecto tuviese la mejor expectativa sin arriesgar capital.

En la actualidad, la Investigación Operacional tiene diferentes esquemas de percepción y la primera de ellas –y que se abarcará en este trabajo de investigación- es el estudio de factibilidad que:

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el proceso para un proyecto y con base en lo anterior, tomar una mejor decisión, es decir, si procede el estudio<sup>3</sup>, el desarrollo e implementación o por lo contrario, se busca en la misma rama realizar

---

<sup>3</sup> Corresponde al estudio de factibilidad para posteriormente entrar al plan de negocios mixtos, que integra al plan completo (mapas, planos, barras estratégicas).

## *Estudio de Factibilidad*

otro tipo de inversión que sea más coherente al mercado expuesto, al presupuesto o a la ingeniería del servicio o producto a escoger (Santos, 2010).

Según la Guía Metodológica General para la Preparación y Evaluación de Proyectos del Instituto del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) en el 2009:

“Un proyecto de inversión es una propuesta de acción que implica la utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de resultados esperados”.

Munguía (2005), dice que el estudio de factibilidad es una herramienta científica que sirve para la toma de decisiones en el ámbito de los negocios.

El 95% de las pequeñas empresas, que por lo regular existen gracias a las inversiones familiares y que quieren posicionarse en el mercado nacional, no cuentan con un respaldo escrito, lo cual no les permite conocer y comprender: las necesidades de los posibles clientes, los costos actuales, los salarios por pagar y por lo tanto, realizan inversiones inadecuadas generando excedentes económicos que tiene como consecuencia una pérdida monetaria así como material.

Por lo anterior es importante, llevar a cabo un estudio de factibilidad que permita según Clavijo, “[...] el análisis para determinar si el negocio será bueno o malo y en qué condiciones deberá desarrollarse para que sea exitoso y así mismo que tenga la visión de la conservación, la protección o restauración de los recursos naturales y culturales de la región. (Clavijo, 2009:31).

El estudio o análisis de factibilidad, es parte de la etapa de pre inversión y permite: “[...] presentar frente a financiadores e inversionistas el trabajo escrito y desmenuzado de la estructuración (Ramírez, 2007:54), y por lo tanto, la primera decisión para dar un resultado ya sea negativo o positivo en cuanto al nuevo negocio.

“El estudio de factibilidad, da referencia a la primera proyección a un perfeccionamiento de un sistema informático” (Robles, 2008:48) es la base, la visión enfocada a la matriz y es el reflejo del realismo económico y estructural; es

parte aguas para plantear un negocio con expectativas a futuro rentables, sostenibles y adecuadas para el alcance de las metas y objetivos, así mismo de las restricciones o fallas futuras de este mismo para poder evitarlas y en todo caso corregirlas.

Francisco Alonso<sup>4</sup>, describe que un estudio de factibilidad, tiene como propósito, conocer la viabilidad de implementar un proyecto de inversión definiendo los principales elementos del proyecto:

- El mercado.
- Aspectos técnicos.
- Aspectos administrativos.
- Aspectos financieros.
- Aspectos ecológicos.

Los aspectos anteriores para esta investigación requiere llamarles estudios para que permita tener una relación completa entre el objetivo de la investigación y el proceso de cada uno de ellos para alcanzar así las metas planteadas:

- Estudio de mercado.
- Estudio técnico.
- Estudio administrativo.
- Estudio financiero.
- Estudio ecológico.

### **1.1.2. Estudios en la factibilidad.**

#### **1.1.2.1. Estudio de mercado.**

Clavijo 2009 define estudio de mercado como un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado, sus usos son diferentes como crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

“” [...] ante la gran oferta de productos que existen en el mercado, ya no alcanza con competir con calidad y precio; hoy la estrategia es escuchar y atender siempre a quien compra tu producto (Clavijo, 2009:56).

---

<sup>4</sup> “Curso fomento educativo para el ahorro” Francisco Alonso Consultor de Alderte y Socios, S.C. noviembre 2010.

## *Estudio de Factibilidad*

El estudio de mercado es el antecedente para los estudios: técnicos de ingeniería y económico, que permiten determinar y valorar la viabilidad de un negocio y así establecer:

- El espacio que ocupa un bien o servicio en un mercado específico.
- Identificar empresas productoras del mismo bien o servicio.
- Equiparar el precio y su distribución de usuarios y consumidores.

Los objetivos del estudio de mercado sirven para probar que realmente existe un número suficiente de consumidores y así mismo las condiciones de una demanda para satisfacer las necesidades y por lo tanto justificar la inversión.

Existen objetivos específicos para la creación de un estudio de mercado basada en la realidad, estos son:

- Definir claramente la demanda.
- Conocer la oferta actual y potencial.
- Establecer qué podemos vender.
- Saber a quién podemos venderlo.
- Conocer cómo podemos venderlo.
- Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.
- Evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Conocer los precios a los que se venden los servicios iguales o parecidos a lo que se van a ofrecer. (Kotler,2004)

Por lo tanto, para cumplir los objetivos anteriores, existen elementos fundamentales para llevar a cabo un estudio de mercado; que permita conocer el ambiente y se muestra en el siguiente esquema:

Esquema 1. Elementos del estudio de mercado.



Referencia: Elaboración propia basada en Blanco Adolfo 2011.

Los siguientes párrafos, muestran la estructura y el uso de cada uno de los elementos que componen el estudio de mercado, y que permiten crear las bases estadísticas y por consecuencia definir al cliente y la competencia.

1.- Servicio: Es la orientación de la empresa hacia el mercado. En esta etapa, se definen las características del servicio<sup>5</sup>; se identifican ideas, personas<sup>6</sup> o bienes, que aportan beneficios para satisfacción del cliente.

El servicio, está ligado a la calidad ya que debe contar con características propias como son: diseño creativo, innovador, de calidad y debe estar garantizado (dependiendo de lo que ofrece).

En este proceso de investigación se especifican las cualidades del servicio y sus características; también se definen los servicios secundarios a ofrecer y que serán planeados según las tipologías de cada uno de los grupos a satisfacer.

En la definición del servicio, se identifican etapas de desarrollo divididas en seis fases, que permitirán planearlo de una forma estratégica; estas fases se muestran en la siguiente tabla.

<sup>5</sup> En este caso en particular, se hace referencia a servicio de hospedaje y no a la venta de un producto manufacturado.

<sup>6</sup> Son aquellos involucrados en brindar el servicio o la fabricación de los materiales a usar.

Tabla 1. Etapas de desarrollo del servicio.

Etapa.	Actividad.
Generación de ideas.	Se realiza un árbol de ideas relacionadas con el servicio a ofrecer; para lo anterior, se identifican las tendencias según el servicio a ofrecer. Se observa a la competencia y se rescatan ideas valiosas.
Selección de ideas.	Se seleccionan ideas definidas, se anulan ideas con falta de creatividad y por último, se eliminan ideas conflictivas.
Análisis.	Se retoman cada una de las ideas para compararlas con la competencia y se describen para adecuarlas al proyecto.
Prototipo	Realizar un boceto, que permite ver lo sustancial del proyecto, como son croquis, maquetas o presentaciones.
Pruebas de mercado <sup>7</sup> .	Se denotan los usuarios reales. Evaluación del producto real.
Comercialización <sup>8</sup>	Planeación de las áreas geográficas. Realizar los programas de marketing y de producción.

Referencia: Elaboración propia basada en Ramírez, 2006.

Para garantizar que el servicio sea original, innovador, de calidad y realista con lo que se desea ofrecer existen parámetros a considerar:

**Descripción general:** Se dan a conocer las características fundamentales del servicio.

**Función:** Es el servicio esencial que se presta al consumidor, es decir la necesidad básica que se va a satisfacer.

**Uso:** Son los atributos tangibles e intangibles que permite darle el uso legítimo o el consumo exacto al servicio.

**Significado:** Es la importancia que el consumidor le va a dar al servicio ofrecido y que depara en su consumo.

**Filosofía:** es el “alma” del servicio; es cuando se reconoce su verdadero uso y por lo tanto el consumidor está dispuesto a pagar un precio justo.

<sup>7</sup> Las pruebas de mercado en esta investigación no se van a realizar, ya que pertenecen a la penúltima etapa de acción del plan de negocios.

<sup>8</sup> La comercialización de un servicio es la última etapa de la creación, esta investigación no va a llegar hasta ese proceso.

2.- Mercado: Es una cuestión fundamental y un punto de partida inicial para poder implementar con eficacia las acciones de marketing. En esta parte, se estiman los posibles usuarios y se determina el segmento de la población que puede hacer uso del servicio.

El consumidor es el “Rey”, puesto que el servicio debe cumplir sus necesidades y expectativas y así mismo ir cambiando según las tendencias que se ofrecen al mercado y que los propios reyes van creando. (Kohle, 2008:24)

Para lograr el anterior cometido, es necesario dividir a los posibles ecoacampadores en grupos de conocimiento es decir, dividirlos para su estudio y así poder entenderlos de una forma más real.

Esta división, permite conocer de forma más específica sus necesidades y sus gustos, lo que va a condescender que el servicio sea completamente de su agrado y que se sienta cercano a él y por lo tanto que lo haga suyo; lo anterior tendrá por consecuencia el consumo. (Fisher, 2007)

Distribución por grupos de:

**Edad:** definir la edad clave que tiene el consumidor, para ubicarlo en un rango de gusto por edad, va a permitir planear el servicio según los rangos medios.

**Género:** saber si es femenino o masculino, permite hacer notar la diferencia de necesidades específicas de los géneros.

**Nivel de estudios:** permite conocer las tendencias de los posibles consumidores según sus estudios realizados, para poder brindarle información según su nivel de estudios, el uso del lenguaje y los referentes académicos con los que cuenta.

**Ocupación:** nos va a permitir saber qué tanto tiempo libre tiene para consumir el servicio ofrecido.

**Nivel de gasto:** permite conocer que tan factible puede hacerse el consumo del servicio a través del costo.

Al realizar esta distribución por grupos se definen:

- ¿Cuántas personas están dispuestas a hacer el uso del servicio?
- ¿Dónde se encuentran?

La facilidad que tienen de movilidad al punto, para hacer uso del servicio.

3.- Demanda: En esta etapa, se mide la cantidad del servicio necesario para cubrir a los ecocampistas; se justifica la capacidad precisa; se cuantifica la necesidad del consumidor en números específicos.

Según los deseos y el poder adquisitivo los consumidores eligen el producto cuyos beneficios les produce mayor satisfacción y es cuando existe la demanda de aquellos servicios que conformarán parte de su vida.

Dentro de la demanda de servicio, que es la estimación cuantitativa del volumen actual del uso del servicio, se dividen en tres:

Demanda actual: son el número de personas que constantemente hacen uso de un servicio con el mismo objetivo del que se está creando.

Distribución espacial: es el conocer dónde están los demandantes y saber si la distancia y el costo les va a permitir trasladarse al lugar y hacer uso del servicio.

Características de la demanda: permite conocer completamente a los posibles usuarios y sus necesidades.

4.- Oferta: En esta parte de la investigación del mercado, se analiza a los oferentes del servicio que tienen el mismo objetivo (hospedaje) para poder definir contra quienes se va a competir; cuál es el rubro y por qué el éxito de su servicio, para esto, se realiza un análisis de los aspectos que son:

Mercado: se estudia a las personas que hacen uso de los servicios ofrecidos de la oferta, esto permite determinar si tienen las mismas características del mercado potencial.

## *Estudio de Factibilidad*

Precios: la comparación de los costos ofrecidos además de conocer a nuestros competidores, permite establecer una media entre los precios de los competidores y el servicio a ofrecer.

Capacidad: permite conocer la cantidad de personas que se recibirán.

Localización: se analiza la ubicación de los competidores y determinar la zona de competencia directa.

5.- Precios del servicio (producto): La investigación para determinar los precios es importante, permite definir el valor monetario que el posible usuario pagará por hacer uso del servicio, este, debe ser justo para los actores involucrados en el servicio del hospedaje.

Es importante saber y recordar, que para fijar el precio de un servicio va a depender a quién va dirigido, el lugar, la calidad ofrecida y la competencia en todos sus factores. Los costos fijados deben cubrir (en el caso del servicio) los costos de acercamiento y esfuerzo de los trabajadores.

Se estiman los precios que permiten constituir el monto financiero del uso del servicio y para lograrlo se debe tomar en cuenta:

Precio de la competencia: consiste en investigar el costo del servicio brindado y éste tiene que tener el mismo uso del que se está proponiendo.

Precios del gobierno: es el costo por el servicio que propone el gobierno mexicano (si es que existe).

Costo de producción: consiste en definir la inversión hecha para la creación del servicio.

6.- Redes o canales de distribución: Se refiere a los grupos de individuos u organizaciones que dirigen el flujo de productos a los consumidores, son interdependientes pero involucradas en el proceso de lograr que el producto llegue al consumidor o usuario final. El ofrecer información adecuada acerca del servicio,

-sin llegar a ser publicidad- en el momento adecuado, en el sitio adecuado, que permite posibilitar la toma de decisión del uso del servicio. (Matos, 2004)

El objetivo principal es situar el producto en aquellas zonas o establecimientos donde irán los consumidores potenciales cuando piensen en hacer uso de los servicios de ecocampamento.

En el caso del turismo, se hace referencia al acercamiento del consumidor al servicio, es por eso que en algunos negocios que tienen que ver con el servicio de bienes básicos como cafeterías y restaurantes, así como el de adquisición de viajes como las agencias, la localización o punto de venta es lo más importante y al contrario de los bienes materiales, se habla de localización en lugar de distribución.

Existe otro caso donde la localización no es necesaria como punto estratégico, ya que los servicios a ofrecer son de manera detallada o especializada, donde el consumidor se acerca para hacer uso de estas. (Rodríguez, 2005).

#### **1.1.2.2. Estudio técnico.**

Spag (2004) dice que el estudio técnico permite realizar el análisis de la ingeniería básica del servicio; donde se hacen presentes los elementos y se describen, con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para que el proyecto sea funcional.

El estudio técnico tiene como objetivo, realizar una descripción detallada del servicio como son: los detalles físicos, hasta los costos de producción.

Para el anterior cometido, y tener los resultados definidos, se resuelven las siguientes preguntas que se muestran en el diagrama:

Diagrama 2. Aspectos operativos a resolver en el estudio técnico.



Referencia: elaboración propia basada en Spag 2004.

Las siguientes preguntas permiten darle un formato al trabajo ya que son necesarias para definir el rumbo del proyecto y que se tienen en cuenta en:

- ¿Cómo se va a realizar el servicio?
- ¿Dónde se brindara el servicio?
- ¿Cuánto es el monto total de la inversión?
- ¿Cuándo se pone en marcha el proyecto?
- ¿Con que elementos se cuentan en la comunidad?

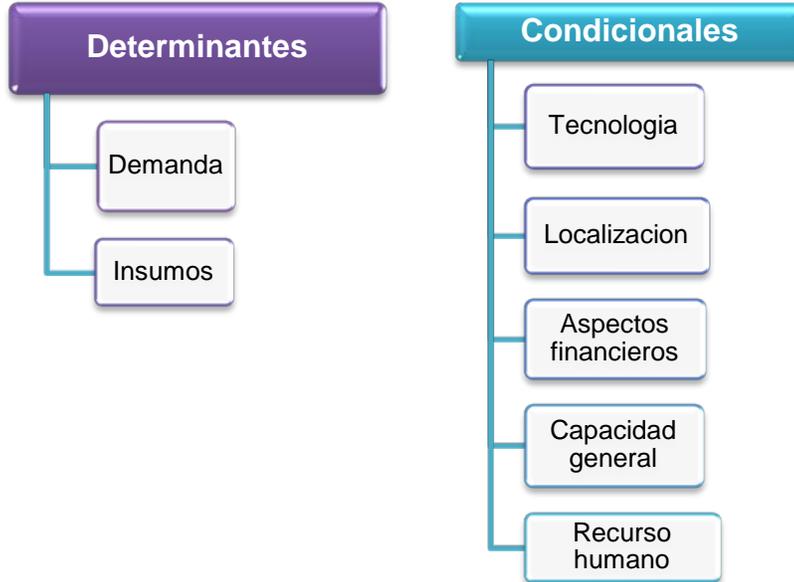
Para responder las anteriores preguntas y darle una buena base al estudio técnico, es necesario tener en cuenta los siguientes elementos:

#### 1.- Determinación del tamaño del proyecto:

Es el estudio que permite saber la capacidad instalada y se promueve por unidades, se define como óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica (Universidad del Atlántico, 2010).

Para el anterior cometido, se delimita si existen los factores necesarios para poder llevar a cabo el proyecto de la mejor forma posible estos se dividen como se muestra en el siguiente diagrama:

Diagrama 3. Factores determinantes y condicionales.



Referencia: elaboración propia, basada en Universidad del Atlántico 2010.

Los factores determinantes, se dividen en dos: demanda e insumos, estos anteriores, permiten decretar si el espacio geográfico donde se piensa conformar el proyecto tiene las posibilidades para su existencia.

Determinantes: se refiere a los factores necesarios que no se pueden dejar de lado, es decir si existe la demanda concreta quienes hagan uso del servicio; los insumos, son la base para determinar y servir a la demanda.

Los factores condicionales, son aquellos que van a determinar si se encuentran las condiciones preferentes para poder iniciar el servicio ya proyectado, es decir si existen estos elementos cercanos al lugar de proyección será de mucha ayuda para no hacer el traslado al lugar; estos elementos condicionan la existencia rentable del negocio.

## 2.- Descripción física del servicio:

Muestra especificaciones físicas del servicio, es decir, dónde se identifican los insumos y suministros (materia prima) a utilizar; permite conocer las cantidades suficientes así mismo la calidad de productos, proveedores, precios y cantidades,

## *Estudio de Factibilidad*

para poder hacerlo más notable e identificable, para lo cual, se hace uso de un cuadro descriptivo:

Tabla 2. Insumos necesarios.

Insumo	Proveedor	Características	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Recursos de entrada al proceso cuyo flujo de salida es el servicio entregado.	Son los abastecedores a otras empresas con existencias (artículos), que serán transformados.	Es la forma en que viene empaquetado el insumo.	Es el número que se necesita del insumo para dar el servicio.	Es el costo del producto por pieza.	Es el costo ya sumado por todos los insumos requeridos.

Referencia: elaboración propia basada en Castaños, 2009.

La anterior tabla de insumos, va a permitir el conocimiento de la cantidad acertada de lo que se necesita, hace mención al proveedor encargado de los materiales, las características del producto, la cantidad necesaria para el proyecto, el costo por pieza y por último el costo total.

### 3.- Descripción del proceso:

Hace referencia al diseño secuencial operacional; tomando en cuenta los requisitos legales y sus etapas, así como los costos reglamentarios en las diferentes instancias gubernamentales.

### 4.-Localización del proyecto:

En esta parte se describe la localización del proyecto y por esto mismo se divide en dos macro y micro localización:

La macro localización: es donde se ubica la zona o la región del proyecto donde se analiza la manejabilidad y así mismo la disponibilidad de la materia prima, la mano de obra y la infraestructura necesaria,

Se describe el terreno de la ubicación definitiva del proyecto y así mismo se hace referencia a la distribución del servicio a proyectar.

### 5.- Financiamiento:

## *Estudio de Factibilidad*

Son las empresas o grupos de personas que brindan solvencia económica a sociedades que van desde préstamos de la Secretaría de Economía (SE), Secretaría de Turismo (SECTUR) o bancos que brindan prestaciones para empresas que comienzan su vida empresarial.

En el caso específico para esta investigación, la parte del financiamiento será hecha con una inversión familiar, que consta de ahorros, montos de jubilación, uso de propiedad<sup>9</sup>, entre otros factores.

La SE, brinda un apoyo llamado Capital Semilla PYME, y pertenece al Programa Nacional de Emprendedores, que facilita el acceso a financiamiento a proyectos que son viables técnica y financieramente, para tal caso, se necesita cumplir con ciertos requisitos que constaten su viabilidad:

- Que el emprendedor no tenga antecedentes negativos graves en el buró de crédito.
- Darse de alta en el sistema [www.capitalsemilla.org.mx](http://www.capitalsemilla.org.mx) o [www.capitalsemilla.com.mx](http://www.capitalsemilla.com.mx) e ingresar su solicitud de apoyo en tiempo y forma.
- Demostrar la viabilidad técnica, financiera y comercial a través de un estudio de factibilidad.

Las características de los apoyos son los siguientes:

- El monto es de un mínimo de 50 mil y hasta 500 mil pesos.
- El porcentaje máximo de apoyo puede ser hasta 80 por ciento del costo total del proyecto.
- El plazo de pago puede ser hasta de 42 meses.
- El periodo de gracia es de hasta 6 meses en capital.
- La aportación de los emprendedores tiene que ser por lo menos el 15 por ciento sobre el monto a financiar.

Tomando en cuenta que la parte del financiamiento, será hecho de manera familiar, es necesario hacer referencia a lo que es una empresa familiar, vista de varios puntos lo que permitirá conocer la forma de administrarla ([www.capitalsemilla.org.mx](http://www.capitalsemilla.org.mx) 2012).

### **1.1.2.2.1. Empresas familiares.**

Según datos de la Secretaría de Economía (SE), 2010, las empresas familiares representan entre 65 y 80% de los negocios en el mundo, sin embargo sólo una

---

<sup>9</sup> Lugar específico del punto de investigación.

de cada diez sobrevive a la tercera generación. En América Latina, 9 de cada 10 empresas son familiares, 2 de cada 3 fracasan. En el caso específico de México, más del 87% de las empresas son familiares, 8 de cada 10 empresas mexicanas mueren antes de los 2 años de vida, por la falta de un estudio de factibilidad.

Se entiende por empresa familiar aquel negocio cuya propiedad pertenece -en su totalidad o en su mayoría- a miembros de una sola familia. Es importante señalar que en este tema, el concepto “familiar” se extiende más allá de la consanguinidad y aplica también a los cónyuges.

[...] “la empresa familiar es aquella que incluye dos o más miembros de la familia teniendo control financiero sobre ella” (Belausteguigoitia, 2004: 78).

La empresa familiar se caracteriza porque sus miembros trabajan en equipo y tienen lazos fuertes, suelen endeudarse menos que los que no son familiares; generalmente cuentan con gran liquidez. La siguiente tabla muestra las ventajas y desventajas que se pueden crear en torno a una empresa familiar.

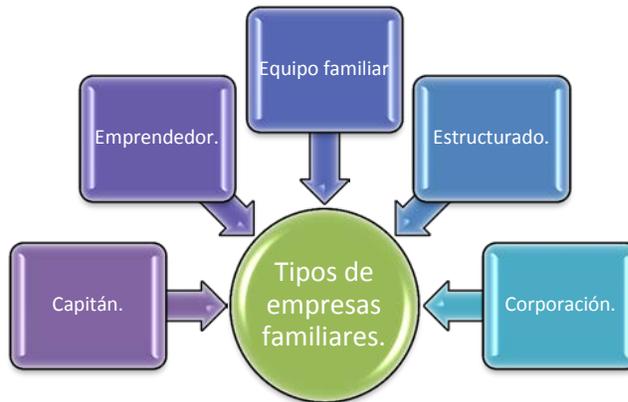
Tabla 3. Ventajas y desventajas de las empresas familiares.

Ventajas	Desventajas.
Compromiso.	Rigidez.
Conocimiento.	Desafíos comerciales.
Flexibilidad.	Sucesión.
Planeación a largo plazo.	Conflictos emocionales.
Confiabilidad y orgullo.	Liderazgo y legitimidad.
Cultura estable.	Diferentes objetivos.

Referencia: elaboración propia basada en Belausteguigoitia 2004.

Según su perfil de complejidad y su estructura de gestión, existen cinco tipologías del concepto de empresa familiar, y no está conformada como un todo homogéneo, sino que pueden distinguirse características y en consecuencia los comportamientos son distintos.

Diagrama 4. Tipos de empresas familiares.



Referencia: elaboración propia basada en [www.laempresafamiliar.com](http://www.laempresafamiliar.com), 2011

Los tipos de empresas se dividen de la siguiente forma:

- Capitán: Cuentan con escasa complejidad tanto de familia como de empresa; son Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) en gran medida controladas por el fundador o el único inversionista activo.
- Emperador: La complejidad de la empresa es mucho mayor, tienen una dimensión considerable y la complejidad en la estructura de la familia también es mayor.
- Equipo familiar: La complejidad de la empresa es baja y, por el contrario, la de la familia es elevada.
- Estructurado. La complejidad de la empresa es alta, con una complejidad de familia relativamente baja.
- Corporación. Tanto la complejidad de la empresa, como la de la familia son elevadas. Se trata de empresas grandes y de empresas extensas formadas por hijos, primos y nietos.

En todas las anteriores, la parte administrativa queda interna e implícita en alguno o algunos de los miembros de la familia, son quienes se hacen cargo de las actividades de investigación, así como de coordinación económica; donde las actividades de índole operativa se realizan en conjunto de los socios cuando son micro empresas.

### **1.1.2.3. Estudio administrativo.**

El objetivo del estudio administrativo, proporciona la información para los aspectos organizacionales del proyecto; es decir brindar las herramientas que sirven de guía para administrar el diseño, muestra la planeación estratégica que define el rumbo y las acciones a tomar para alcanzar el objetivo de la empresa, para lo cual

## *Estudio de Factibilidad*

se planea el organigrama, el perfil del recurso humano, la parte fiscal, laboral y por último (pero no menos importante) la parte ecológica del proyecto.

**Visión:** Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización. Es la fuente de la inspiración de la empresa, es la esencia que guía la iniciativa.

**Misión:** Es el motivo por el cual existe la empresa. Define la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar.

**Objetivos:** Son los planteamientos encaminados a la obtención de resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta pretende llegar.

**Políticas:** Son las reglas que permiten alcanzar la visión de la empresa y orientan con guías de acciones globales.

**Valores:** Son los pilares más importantes de cualquier organización, ya que con ellos se define a sí misma. Representa los principios que sustentan sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.

**Organigrama:** en esta parte del estudio, se ubican los puestos, para organizarlos por niveles mediante un esquema jerarquizado, donde se ubique el nombre del puesto.

Existen diferentes tipos de organigramas, para dar a conocer en una empresa, de los cuales se deben de escoger los que sean más necesarios para el tipo de proyecto que se está llevando a cabo:

- Por su naturaleza.
- Por su finalidad.
- Por ámbito.
- Por contenido.
- Funcionales.
- De puestos y plazas.
- Presentación o disposición gráfica.

Para este estudio de factibilidad, se hará uso de un organigrama que se deriva por la naturaleza de los puestos y la empresa, esta es:

Microadministrativos: Corresponden a una sola organización, y pueden referirse a ella en forma global o mencionar alguna de las áreas que la conforman, usualmente se utilizan cuando la empresa tiene pocas áreas y pocas personas involucradas en la misma, donde la presentación o disposición gráfica depende de quién lo planea y ejecuta (Franklin, 2004).

Planificación del recurso humano: Permite conocer el número exacto de personas que se requieren así como el perfil y sus habilidades específicas para la ocupación de los puestos dentro del organigrama propuesto. Para el anterior cometido, en la tabla 4, se muestra la estructura de los puestos para el ecocampamento, donde se hace mención del nombre del puesto, el número necesario de personal el perfil y así mismo las habilidades necesarias.

Tabla 4. Planificación del recurso humano.

Nombre del puesto	Número de personas para puesto requerido	Perfil	Habilidades
Se especifica el puesto que se requiere dentro de la organización.	Se especifica el número de personas necesarias para cada uno de los puestos requeridos.	Las características especiales que se necesitan para cubrir el puesto se hacen presentes en esta parte.	Se declaran y se enumeran las habilidades necesarias para cubrir el puesto.

Referencia: elaboración propia, agosto 2011.

Marco legal: se analiza el tipo de persona jurídica que va a tener la empresa, para darla de alta y realizar el análisis de los costos, ya sea moral o física.

#### **1.1.2.4. Estudio financiero.**

El análisis de la viabilidad financiera de un proyecto permite que se sistematice la información monetaria de los estudios anteriores para analizar el financiamiento, es decir, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

[...] “busca determinar con la mayor precisión posible, la cuantía de las inversiones costos y beneficios de un proyecto, para posteriormente compararlos y determinar la conveniencia de emprenderlo” (Spag, 2001:29).

El estudio financiero, necesita de cinco elementos que permiten establecer un estudio más real y concreto:

## *Estudio de Factibilidad*

Inversión fija: son todos los activos tangibles (los que se tocan) y los diferidos (los que no se tocan) ambos son necesarios para comenzar las operaciones de la empresa. La inversión fija tiene una vida útil mayor a un año (depende de la calidad) como son las maquinarias, equipos, edificios, muebles, enceres, instalaciones entre otras. El terreno tiene una característica especial que es que no es depreciable y es el único que incrementa su valor poco a poco.

Activos fijos intangibles o inmateriales: son aquellos activos no cuantificables físicamente, pero produce un beneficio a la entidad, cuya vida es superior a un año a partir del momento que les dio origen, amortizándose con cargo a gastos en ejercicios posteriores, cuando ya están posicionados y se puede realizar:

- Patentes.
- Marcas.
- Derecho de autor.
- Concesiones.
- Franquicias.
- Licencias.
- Políticas ambientales,
- Actividades de investigación.

Capital de trabajo: en la contabilidad estricta, es la diferencia aritmética entre el activo circulante y pasivo circulante, es decir es el capital adicional, esto es el financiamiento de la primera producción antes de recibir ingresos y se ve reflejado en la materia prima , pago de mano de obra y el contar con efectivo para sufragar posibles gastos.

Inversión total del proyecto: la proyección del estudio financiero, se muestra en la siguiente tabla, dividiendo los conceptos de los estudios financieros para poder determinar los tres anteriores elementos.

Socios: son las personas que aportan ya sea en efectivo o en su defecto en especie y las acciones se emiten por el valor de activo aportado, los socios pueden ser partícipes de forma activa o inactiva, es decir puede solo recibir parte de las acciones y no estar presente en la organización (inactiva), y de forma activa que esté dentro de la organización y toma de decisiones directas.

La siguiente fórmula de operaciones, permite obtener el costo de la inversión requerida:

*Activos fijos tangibles + activos fijos intangibles + capital de trabajo = inversión total requerida.*

#### **1.1.2.5. Estudio ambiental.**

En este apartado de la investigación, existe un elemento muy importante que hace referencia al número de personas que resiste el lugar a visitar o estadía y se le conoce como: capacidad de carga.

Lo anterior, permite no sobre pasar el número de personas que pueden estar en un sitio a la vez en un ambiente natural, en un espacio de campamento, posibilita conocer el lugar en el cual se va a establecer el proyecto.

Después de realizar la evaluación de cada uno de estos elementos, se prosigue a preparar un manual de tratamiento que sintetice y resuma los impactos, para así tomar cartas en el asunto y poder establecer un código de conducta para la calidad del ambiente.

#### **1.1.3. Empresas turísticas nacidas por una investigación administrativa financiera.**

Existen empresas de servicios turísticos que han empezado con planes escritos como son los estudios de inversión, que para poner el negocio en marcha hubo una investigación de la zona, el ambiente financiero y el mercado, aunque en esta investigación se abarca solo el primer paso, ese tipo de información es vital para conocer el manejo de las empresas desde sus inicios.

En la indagación en la red de casos de exitosos de estudios de factibilidad enfocados al turismo como la presente propuesta, se encontró un “Estudio de Factibilidad para un Proyecto Alternativo en la Comunidad de San Pedro de Llucud” por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Ecuador, (www.naya.org, 2011), la cual se está llevando a cabo; de acuerdo a Sandra Miranda responsable del proyecto argumenta acerca de las acciones que se están llevando a cabo como resultado del estudio:

- Se logró establecer positivamente el potencial turístico de la zona.

## *Estudio de Factibilidad*

- Se logró llevar a cabo un programa de actividades alternativas.
- Reincorporar a la comunidad a las prácticas turísticas y la percepción de un sueldo.
- Construir cabañas adecuadas para la llegada de los turistas.
- A la fecha, continua el proyecto en camino para ser un área planeada a través de un estudio de factibilidad.

Otra investigación de este tipo, es el Estudio de factibilidad para la creación del “Hotel Chiquitos” en la ciudad de Tena, provincia de Napo, que es una base para esta investigación<sup>10</sup> porque ambas tienen que ver con brindar servicio de hospedaje. La responsable es Gabriela Zurita quien aborda las primicias del estudio de factibilidad, sus aplicaciones por estudio y resultados.

### **1.2. Historia, origen y conceptualización de una práctica turística verde: Ecoturismo.**

Los seres humanos antiguos en su cosmovisión<sup>11</sup>, tenían el principio que el ser racional formaba parte conjunta con la naturaleza y de todos aquellos espacios verdes donde su existencia dependía de la misma porque gracias a ella, tenían sustento alimenticio, vestimenta así como techo donde dormir.

Cuando el ser racional, descubre la agricultura comienza a establecerse en áreas que las vuelve suyas y por lo tanto empieza la construcción de sus propios espacios, la oportunidad de tener familia cercana y una sociedad les da motivos de conquista de nuevos territorios.

A partir de la Revolución Industrial<sup>12</sup>, el hombre crea un distanciamiento emocional, de uso de costumbre y de estar inmiscuido en una relación al margen de esta misma, las industrias comenzaron a ocupar los lugares verdes y a extenderse por los campos; la sobreexplotación del ambiente natural comienza a dejar en su camino estragos ecológicos.

---

<sup>10</sup> No en todo el contexto y formato.

<sup>11</sup> Cosmovisión: es el conjunto de creencias, opiniones, filosofía y sentimientos de un grupo, dependiendo de la época, posición social; que se interpreta desde su propia naturaleza y de lo existente en su entorno. (Díaz, 2003).

<sup>12</sup> Revolución Industrial: Es un movimiento humano que se da en Inglaterra entre el siglo XVIII y XIX, que tiene que ver con grandes transformaciones socioeconómicas, culturales y tecnológicas, donde el trabajo manual es remplazado por la industria y la manufactura. Donde la innovación tecnológica más importante fue la máquina de vapor.

Al paso del tiempo, el ser humano, busca la posibilidad de regresar a visitar o reconocer aquel espacio verde del cual se alejó durante mucho tiempo y así poder reivindicarse con él a través de un esquema de conservación.

Las personas con posibilidad económica empezaron a financiar viajes por lugares inhóspitos, para que, cuando existiera una estructura cómoda (lugares para dormir, para asearse, entre otras) regresar al lugar, algunos con fines de conquista, otros tantos con la finalidad de recaudar información, historia, así como evidencia de la existencia de otras culturas y otros tipos de espacios naturales.

Los naturalistas de los siglos XVIII y XIX, son considerados los primeros ecoturistas ya que su paso por grandes territorios verdes era sin amenaza alguna (sin dejar una huella negativa en el lugar); usando su tiempo libre<sup>13</sup> como un momento no obligado para el estudio de fauna y flora de la zona.

Los cambios climáticos que vivimos día con día en tiempos actuales (siglo XXI), ha hecho que el ser humano se preocupe por el cuidado del ambiente y su auge crece poco a poco y por ende existe mayor concientización de la especie humana por el desequilibrio ecológico, es por eso que la búsqueda del cuidado de nuestro planeta se ha hecho más constante y real, brindado formas creativas de contrarrestarlo (Lickorish, 1997).

### **1.2.1. Tendencias turísticas en México.**

México es uno de los tres países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2010) que obtiene beneficios económicos altos por la actividad turística, sólo por debajo de España y Portugal. En México el sector turismo, representa 8.2% del Producto Interno Bruto (PIB), mientras que para España 11% y para Portugal 10.5%.

En el reporte internacional "Tendencias y políticas en turismo 2010" (OCDE, 2010), el organismo refiere que la industria mexicana del sector, empleó a dos millones 420 mil personas, 6.7% del empleo total en 2006, según los recientes

---

<sup>13</sup> Tiempo libre: es el residuo que queda después de desempeñar o cumplir con las obligaciones y compromisos laborales, familiares, personales y sociales y el cual puede entregarse a actividades elegidas voluntariamente como parte de la oferta social. (Zamorano, 2007; 40).

datos oficiales, esto ubica al país entre las ocho naciones de la OCDE cuya actividad turística emplea al mayor número de personas respecto a la ocupación total de cada nación, debajo de España con 13%, Italia con 9.7%, Nueva Zelanda con 9.6%, Hungría con 9.2%, Portugal con 8.0%, Grecia con 7.3% y Japón con 6.9% (<http://datatur.sectur.gob.mx>, 2010).

Los centros de playa son los más importantes en términos de frecuencia de visitantes y derrama económica, se consideran los desarrollos de Cancún, Playa del Carmen, Ixtapa, Loreto, Huatulco y los Cabos como los más destacados, ya que entre el 40 y 50% aproximadamente de los turistas son captados en estas zonas, generando la misma proporción de divisas del total de ingresos por concepto de turismo ([www.explorandomexico.com.mx](http://www.explorandomexico.com.mx)).

La OMT (2000) ha pronosticado un crecimiento anual del 4.3% en las llegadas de turistas internacionales para las próximas dos décadas, asimismo estima un crecimiento del 6.7% anual de los ingresos económicos generados por la misma corriente de turistas internacionales.

La práctica del ecoturismo, no se queda atrás en las cifras y esta misma organización ha pronosticado que el uso de servicios de ecoturismo en las próximas dos décadas aumentará un 57% (OMT, 2000), dando espacio a los servicios ecoturísticos y a las comunidades que creen que el ecoturismo no es solo una moda, ni una tendencia sino más bien una filosofía de viajeros responsables.

Según SECTUR 2005, en su investigación sobre los “hábitos de consumo del turismo nacional”, Chiapas es el estado que más recibe turistas con la búsqueda de actividades de bajo impacto con un 13% del 100% de sus visitantes, seguido del estado de Oaxaca con 5%.

En la búsqueda de información más detallada acerca de los turistas que tiene como destino el estado de Veracruz, no existe información de un porcentaje de viajeros que busquen actividades que tengan que ver con el ecoturismo, sin embargo, esta modalidad turística existe y se observa en que empresas de

servicios alternativos de turismo ofrecen actividades como el surf en dunas, la navegación en los rápidos, los campamentos en zonas prístinas de los Tuxtlas, entre otras actividades relacionadas al cuidado del medio a través del turismo.

### **1.2.2. Turismo ecológico (ecoturismo).**

La palabra ecoturismo es muy joven aún, pero el concepto de un “viaje verde” o de “turismo ecológico” ya era conocido como tal, siendo los naturalistas los primeros en practicar los viajes de este tipo.

Es difícil marcar una fecha o un autor que haya utilizado por primera vez la palabra ecoturismo, Pérez de las Heras (1999), maneja en su libro La Guía del Ecoturismo, que fue usada por primera vez en Estados Unidos alrededor de 20 años atrás, sin embargo, no menciona nombre de autor o la conceptualización que se le da en esa época.

Para la comprensión del ecoturismo, es importante dividir ecoturismo en dos palabras que la conforman: turismo y ecología:

“Las actividades de las personas identificadas como visitantes, visitantes es alguien quien está viajando (bajo ciertas condiciones) por vacaciones, placer y recreación, negocios salud, educación u otros propósitos”. (International Recommendations for Tourism Statistics, OMT, 2008).

“Conjunto de interacciones humanas, como transporte, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones”. (Cutiño, 2002).

Por lo tanto:

Turismo es un fenómeno social, que comprende un desplazamiento fuera del lugar de residencia, motivado por diferentes razones que van desde terapéuticas hasta de recreación; el sujeto, hace uso de su tiempo libre, así como de la estructura del destino y por lo tanto deja una derrama monetaria en la zona visitada.

El siguiente cuadro, muestra las diferencias entre el turismo de masas y el alternativo según Wearing (2001) y Martha Honey (1999).

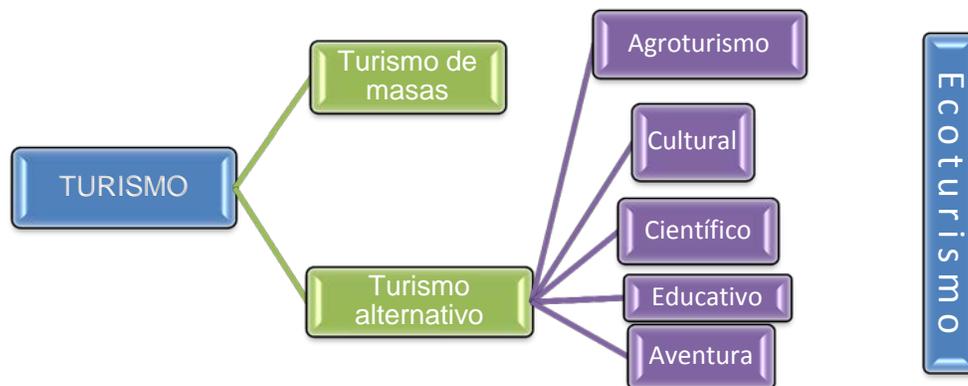
Tabla 6. Comparación del turismo de masas y turismo alternativo.

Turismo de masas.	Turismo alternativo.
Práctica no integral.	Prácticas integrales.
Actividades estandarizadas.	Actividades individualizadas.
No existe planeación.	Espacios organizados.
La gestión del entorno no es correcta.	La gestión del espacio es correcta.
Los servicios no son diferenciados.	Los servicios son diferenciados.
No existe diferencia entre los sujetos del turismo.	Existe diferencia entre los sujetos del turismo es diferente.
No se tiene en cuenta a la comunidad receptora.	La comunidad es parte importante de las decisiones que se toman.
Consecuencias positivas en los destinos.	El paso del turista deja huella positiva en el lugar.
Los destinos son propios de sistemas acuosos como ríos, playas, cascadas entre otros.	Los destinos pueden ser zonas desérticas, boscosas, selváticas, urbanas, rurales, entre otras.
El sentido es adrenalínico y de aventura.	Llevan un sentido de aprendizaje de convivencia y por lo tanto de la experiencia de ocio <sup>14</sup>

Referencia: elaboración propia basada en Wearing (2001), Martha Honey (1999).

El siguiente cuadro muestra los dos modelos y sus prácticas dentro del turismo propuesto por Wearing en el año 2000

Diagrama. 5. Modelos turísticos.



Referencia: elaboración propia, tomada de: Wearing, 2000.

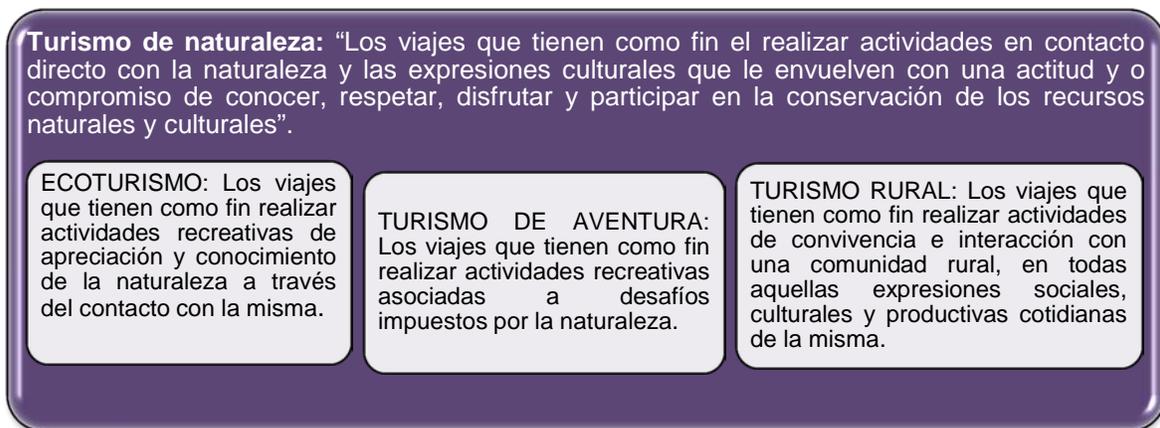
<sup>14</sup> Ocio: viene del griego *skholé* que es un estado de paz y contemplación creadora, ofrece posibilidades para hacernos, recrearnos, proyectarnos como seres de conocimiento, permite el desarrollo personal sin ataduras mentales y así mismo nos brinda experiencias de índoles positivas pero también negativas que tienen como consecuencia: el aprendizaje (Cuenca, 1999).

Eco, viene de la palabra ecología, que significa:

[...] “La relación entre los organismos y la interacción entre los elementos físicos (agua luz, humedad, viento, entre otros) así como los organismos vivos que conforman ese ambiente.” (Primak, 2002; 56)

La Secretaría de Turismo SECTUR (2010), tiene una definición muy especial de la conceptualización de ecoturismo que desemboca del turismo de naturaleza: el siguiente cuadro muestra las ramas del turismo de naturaleza:

Diagrama 6. Turismo de naturaleza.



Referencia: elaboración propia información basada en SECTUR (2010).

Oliveira (2006), un autor más riguroso para el manejo del ecoturismo hace referencia que es una práctica separada de las anteriores experiencias (del manejo de la SECTUR) porque tiene sus propios objetivos que son:

- Cuidado de la naturaleza del lugar receptor.
- Dejar huella positiva en la economía de los anfitriones.
- No dejar huella del paso del turista.
- No trasculturar<sup>15</sup> la vida diaria de los sujetos receptores.

El preámbulo para hablar del significado de ecoturismo, sus características especiales, el significado moral y ambiental de una práctica turística verde, hay que comenzar por sus conceptualizaciones:

<sup>15</sup> Transcultura: la adaptación de los rasgos de una cultura ajena como propios y se pierden algunos elementos de la cultura original y producen un efecto de conflicto.

## *Estudio de Factibilidad*

Ceballos fue uno de los primeros en concebir dentro de la práctica turística, el cuidado ambiental a través del turismo, refiriéndose a éste como Ecoturismo, dando una de las conceptualizaciones más completas a esta práctica turística verde:

“Modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueda encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto negativo ambiental y cultural además propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” (Lascurain, 1982).

*The Ecotourism Society, (2007) es una sociedad internacional que se dedica a enseñar, mostrar y definir lo que es el ecoturismo a nivel internacional, y lo define como "responsible travel to natural areas which conserves the environment and improves the welfare of the local people".*

*Waves dice "the ecotourism is based in natural environment and the green places are primarily to be sustainability at the end of plans" (Waves, 2001:97).*

Ruiz Sandoval (1997) propone que el ecoturismo "es la expresión económica del deseo de conocer y visitar los espacios naturales de manera ordenada y responsable" y enfatiza más rigurosamente que el ecoturismo "busca minimizar los impactos ambientales, que valoriza y contribuye activamente a la conservación de los ecosistemas y que genera asimismo ingresos para la población local".

Martha Honey (1999), propone que el ecoturismo es: “el viaje a áreas frágiles, prístinas y normalmente protegidas que se esfuerzan por ser de bajo impacto o de pequeña escala. Ayuda a educar a los viajeros; provee de fondos para la conservación es directamente benéfica para el desarrollo económico y el fortalecimiento político de comunidades locales; y promueve el respeto por las diversas culturas y los derechos humanos”.

El manejo de aspectos especiales del ecoturismo, permite que sea una práctica rigurosa y que aquellos que se desplazan a estas áreas planeadas, aprendan, reconozcan y se recreen en el sentido del respeto, el rescate de pensamientos morales, y ambientales de los anteriores autores, es que tienen en cuenta que el ecoturismo debe tener aspectos como:

- Desplazamiento.
- Áreas prístinas.
- Bajo impacto.
- Educación a viajeros.
- Fondos de conservación.
- Desarrollo económico.
- Respeto por la cultura.

Por lo tanto, ecoturismo:

Es un desplazamiento a áreas frágiles o prístinas donde el sujeto realiza actividades de bajo impacto que tienen que ver con el aprendizaje, educación, recreación y experimentación del ocio y todos ellos, enfocados al respeto del ambiente (natural y cultural), brindando fondos económicos para la comunidad o las comunidades destino.

La sensibilización para la práctica del ecoturismo es muy importante y no solo es cuestión de los turistas, sino es también de los habitantes, de las personas responsables de la gestión del lugar, administración pública y de todos los actores que perciben el ecoturismo como una práctica futurista y responsable.

Para cumplir con los objetivos de la práctica ecoturística, se necesita un equipamiento especial que brinde confort así como la facilidad para realizar actividades concretas de recreación, enseñanza y hospedaje.

### **1.2.3. Equipamiento para el ecoturismo.**

El equipamiento es un conjunto de instalaciones e instrumentos que consisten en un sistema para la elaboración del producto turístico. El equipamiento turístico se concibe en función del lugar, temporada, clima, tipo, características y necesidades de la clientela, tales como estancia y gastos.

## *Estudio de Factibilidad*

En el ecoturismo, existen tres tipos de factores: decisivos, importantes y deseables, que permiten prestar servicios turísticos para brindar mayor confort y que como resultado permiten extender la estadía del viajero verde.

Cada uno de ellos tiene un porcentaje de evaluación que permite distinguir y hacer notar el nivel de importancia a la hora de planear un espacio ecoturístico (Cárdenas, 1994):

Factores decisivos: le corresponde el 60%, es decir estos agentes van a permitir que el lugar planeado para brindar servicios ecoturísticos sea de fácil acceso y que cuente con los servicios básicos:

- Vías de comunicación.
- Seguridad de conducción.
- Tránsito.
- Distancia de centros urbanos o turísticos.
- Disponibilidad de agua.
- Disponibilidad de energía eléctrica.
- Disponibilidad de comunicaciones telefónicas.
- Terreno disponible.
- Atractivos turísticos.
- Condiciones sociales.
- Condiciones salubres.

Factores importantes: 30% es el porcentaje correspondiente a esta causa donde se hace observación a la parte física del proyecto:

- Proximidad de vías.
- Costo de terrenos o espacios.
- Condiciones de subsuelo.
- Topografía.

Factores deseables: el 10% correspondiente a estos factores, permiten saber si las condiciones son buenas, su porcentaje es bajo ya que aunque estas condiciones no existan se puede dar el servicio.

- Disponibilidad de materiales y mano de obra.
- Condiciones meteorológicas.
- Facilidad de desagüe.

Después de ubicar todos o la mayoría de los factores anteriores en la zona donde se llevará a cabo el proyecto, prosigue la parte de aprovisionar el espacio de alojamiento, el cual requiere de suministros y características especiales:

Utilización de materiales de la zona: permite brindar un estado de confort al espacio natural y su objetivo es no trasculturizar el espacio natural.

Construcciones vernáculas: en el sentido estricto de la construcción, se refiere a estructuras realizadas por constructores empíricos, sin formación profesional como arquitectos. Es la manera más tradicional y difundida de construir, en el caso de turismo, es una construcción responsable, se hace uso del material disponible en la zona.

Construcciones lejanas: deben de estar en espacios alejados, donde no irrumpen en el estado natural de animales o de los sistemas acuosos<sup>16</sup>.

Ecodiseños o ecologes: Son diseños que tienen que ver con la interacción total del medio, donde son aprovechados los sistemas naturales como luz, agua y flora.

Sistemas de energía sustentables: son prácticas donde se usan métodos operacionales, utilizando los medios naturales. (Heras, 1999).

Para el caso específico de esta investigación, las instalaciones para una zona de playa se consideran las palapas hechas de la palma y de postes de madera de palmera que son típicas de la región lo que permite que no se rompa el entorno vernáculo de las edificaciones originales de los pobladores.

Los beneficios del uso de este sistema de construcción son variados como:

- El material es ligero y de fácil transportación.
- Por lo tanto, los cimientos son menos profundos.
- La rapidez de construcción es más alta, ya que no se espera el secado o tiempos de fraguado.
- El tipo de construcción y tejido de la palma, requieren especialización de las personas del lugar llamados Palaperos, y por lo tanto la mano de obra puede ser realizada por gente que no se especialice en construcciones.

---

<sup>16</sup> Sistemas acuosos: Ríos, lagos, lagunas, jagüeyes, entre otros que se encuentran en los lugares naturales.

## *Estudio de Factibilidad*

- El material es noble por lo tanto permite poder crear curvas, rectas, redondos, ángulos, entre muchas más.
- Los beneficios paisajísticos son más altos.
- Existe armonía con el medio ambiente.
- Brinda frescura para el tipo de zona.
- El costo es más bajo que otro tipo de materiales, ya que se encuentra en la región y es fácil de conseguirlo, el traslado es corto o nulo. (<http://www.azc.uam>).

La fotografía 1, muestra la construcción vernácula de las palapas en el municipio de Tecolutla, que se encuentran sobre las playas y que sirven para el resguardo de los turistas y que para el proyecto se utilizará para colocar debajo de la palapa la casa de campaña.

Fotografía 1. Palapas vernáculas para descanso, playa Tecolutla.



Referencia: D.O.C.

La fotografía 2, muestra una palapa de 10 x 6 metros, para reuniones o actividades en las casas o algunas empresas de Veracruz, que se tomará como referencia para la palapa de actividades en el ecocampamento.

Fotografía 2. Palapa principal de actividades.

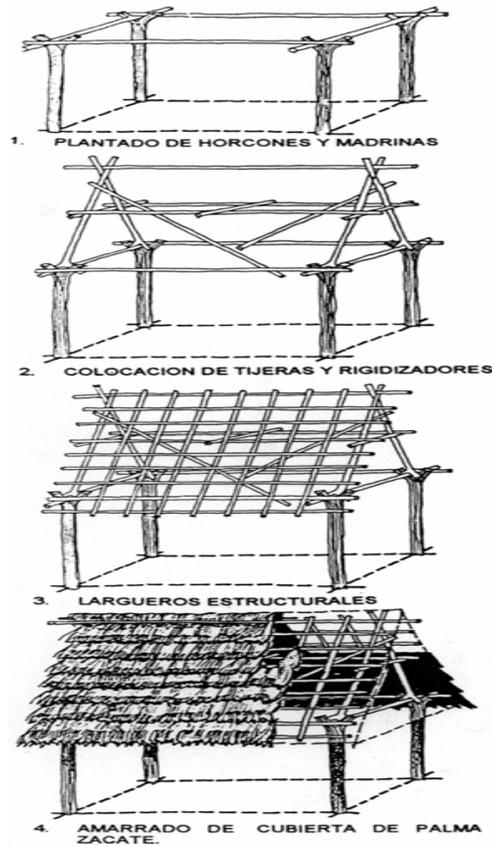


Referencia: Palapa´s Chuy, Veracruz 2011.

## *Estudio de Factibilidad*

La ilustración 2, muestra los pasos de la parte estructural de una casa vernácula de la costa del estado de Veracruz. En el número uno, se muestra la base de horcones y madrina, en el segundo punto la posición de la tijera y rigidizadores, en la imagen tres se muestran los largueros de la estructura y finalmente el amarrado o tejido de la palma.

Ilustración 2. Estructura básica de la construcción vernácula del estado de Veracruz.



Referencia: <http://portal.veracruz.gob.mx/pls/portal/docs/>, 2010.

### **1.3. De campamentos a ecocampamentos.**

#### **1.3.1. Historia de los campamentos.**

El hombre nómada, fue uno de los primeros campistas en la historia de la humanidad, caminaban y pernoctaban en lugares donde pudiesen obtener alimentos y un lugar donde dormir; se enfrentaban a inclemencias del tiempo donde su creatividad y conocimiento de su medio les permitía enfrentarlas

dándoles nuevas herramientas para poder hacerse dueños del espacio y así no solo lidiar con él, sino crear una simbiosis entre animal racional y naturaleza.

La primera manifestación de carácter deportivo que tuvo el camping, surgió en Inglaterra, en el año 1901, perteneciendo a una asociación con el nombre de *Asociación Of Cycle*; la iniciativa estuvo a cargo de Mr. Thomas Holding (quien fue un gran divulgador del campismo turístico); y en el año de 1906 la Institución pudo llevar a cabo su primer campamento ciclista; los miembros de dicha organización, pedaleaban por varios lugares de Inglaterra y en los bosques cercanos donde podían descansar después de una travesía acampaban.

En el año de 1907 Robert Baden-Powell, influenciado por Holding, realiza el primer campamento de muchachos; fue uno de los pioneros en la organización de viajes de campismo con el fin de aprender técnicas de supervivencia con el objetivo de que los jóvenes se alejaran de la guerra. Esto da origen a lo que más adelante se conoció con el nombre de escoutismo. La filosofía del campismo fue planteada por el anterior personaje y ésta incluía:

- Cocinar su propia comida.
- Búsqueda de sus alimentos.
- Realizar observación de animales y de la naturaleza.
- Hacer juegos de interacción y desarrollo personal.
- Levantar rústicas construcciones.
- Aprender nudos y amarres.
- Seguimiento de huellas.
- Realizar fogones (Powell, 1908).

Los éxitos alcanzados por los campamentos existentes, hicieron necesaria la creación de una Federación en Inglaterra en 1911, para reglamentar y fomentar la naciente actividad.

Los años siguientes, el camping conquista adeptos en todos los países del mundo, hasta que en el año 1932, tiene lugar en Holanda, la creación de la Federación Internacional de *Camping Clubes*, y un año más tarde, se realiza en Inglaterra, el primer Campamento de carácter Internacional. En América, España e Italia, comienza un gran auge y empieza a propagarse en todos los países.

Hoy en día el campismo es una actividad dentro del turismo, el cual es muy frecuente entre jóvenes y excursionistas que quieren vivir el placer del contacto directo con la naturaleza.

Tabla7. Historia de los campamentos.

Año.	Suceso
-----	Desde su primera existencia el humano ha sido campista.
1900	Tomas H. Holding comienza la <i>Asociación of Cycle</i> .
1905	La revista NWB ""de <i>kampioen</i> " escribe por primera vez acerca del campismo.
1920	El automóvil, permite mayor posibilidad para la práctica del campismo.
1925	Primeras caravanas en bicicletas así como automóviles por Gran Bretaña y después el continente europeo.
1925	Primer terreno oficial de <i>camping</i> en Europa " <i>Kampeercentrum Saxenheim</i> ".
1939	ANWB distribuye la primera tarjeta de campismo " <i>Kampeerkart</i> "
1942	Primer curso sobre <i>camping</i> en lago Pluis <sup>17</sup>
1945	Primera escuela de campismo, " <i>Ommen</i> " junto al río <i>Vecht</i> <sup>18</sup> ; fomentaba el cuidado y observación de la naturaleza.
1960	Gracias a los vehículos motorizados, los jóvenes comienzan a experimentar el <i>camping</i> fuera de su lugar de residencia habitual.
1970	Gracias a la especialización del equipo de campismo comienza a ser más adecuado y por lo tanto más ligero y accesible de obtener.
1980-¿?	El campismo, ha tomado un gran auge alrededor del mundo, dando las posibilidades de realizar un viaje de bajo impacto y permitiendo una simbiosis entre humanos y naturaleza.

Referencia: elaboración propia, basada en Powell, *Association of Cycle*.

### 1.3.2. Tipos de campamentos.

La importancia de crear una tipología acerca de campamentos, permite tener más control de ellos, para evaluarlos o crear asociaciones que tengan la información de cada uno de estos y así evitar probables riesgos de seguridad en una empresa como la que proyecta la presente investigación.

En el país, existe la Asociación Mexicana de Campamentos [www.campamentosdemexico](http://www.campamentosdemexico), con un registro de 23 organizaciones, los cuales están planeados para grupos escolares, empresariales y en algunas ocasiones se pueden vivir experiencias familiares, donde la reservación se tiene que realizar

<sup>17</sup> Lago ubicado en la parte norte de Holanda.

<sup>18</sup> Se encuentra en Holanda, específicamente en la provincia de Holanda Septentrional y la provincia de Utrecht

con antelación; sin embargo, haciendo investigación, esta asociación no toma en cuenta las zonas de campamentos que se encuentran en la República Mexicana que solo ofrece hospedaje de lo que se le conoce como mochila al hombro.

La Asociación Española de Campismo (2012), categoriza los campamentos en estable y volante, de esta manera permite tener mayor control en las zonas de campamento tanto privadas como abiertas.

Campamento Estable: es el que se establece en un lugar, un espacio de tiempo completo, donde las instalaciones son menos primitivas<sup>19</sup>. El mantenimiento es más minucioso, circunstancia que favorece al grupo de acampantes, permitiendo que los miembros del mismo puedan descansar y disfrutar de la vida de campamento.

Campamento Volante: Dichos campamentos tienen la característica de ser una aventura en su máximo grado. El acampar para pernoctar o para descansar, supone que cada miembro del campamento debe llevar consigo los elementos que ha de utilizar durante varios días. Como aventura se acerca mucho a la "experiencia de supervivencia", para lo cual el campista debe estar preparado para cualquier eventualidad. Otra de las características de este campamento es el reducido número de sus participantes.

En la página electrónica de *Coleman*<sup>20</sup>, se abarcan tres tipos de campamentos que pueden ser de estadía estable o volante, según las necesidades y sus características, éstos son:

---

<sup>19</sup> Son instalaciones con más confort.

<sup>20</sup> Es una empresa dedicada al campismo, al igual que a la investigación de este deporte, que se ha dado a la tarea de describir, ubicar y así mismo proponer espacios para la práctica segura.

Tabla 8. Categorización de campamentos.

Categoría	Características.
Alta montaña:	Se realiza a sitios o cumbres muy altas, por lo general se encuentran nevadas. Suele ser un campamento "ligero" donde se necesita de equipo especial, debe ser liviano, fuerte y ropa invernal, la altura puede sobrepasar los 4000 m. sobre el nivel del mar (snm <sup>21</sup> ). Comúnmente, durante el ascenso se van encontrando alberges o espacios especiales y señalados de pernocta.
Media Montaña:	Son expediciones donde la altura media no supera los 3500m. snm. El clima no es muy frío, y el ascenso se puede realizar en un solo día. El equipo es ligero con ropa abrigadora pero no calurosa. Los espacios de pernocta son al aire libre o en albergues.
Baja Montaña:	Son sitios muy bajos con relación al nivel del mar, como faldas montañas, lomas, playas o selvas tropicales y las temperaturas son muy cálidas. En baja montaña, es fácil encontrar campamentos volantes y estables (zonas de campamentos).

Referencia: elaboración propia, basada en *Coleman*, agosto 2011.

Existe otra categorización de campamento -que por lo regular y por la cantidad de gente- se realizan en zonas de campamentos estables (más no es una regla), porque existe mayor control de actividades y de seguridad, sin olvidar la aventura y el contacto con la naturaleza, estos son:

---

<sup>21</sup> Sobre el nivel del mar.

Tabla 9. Categorización de campamentos según su filosofía.

Categorías	Características
Campamentos escolares.	Son programas de educación ambiental al aire libre enfatizando la necesidad de entenderse a sí mismo como parte de la naturaleza; promoviendo entre niños, jóvenes y adultos una cultura ambiental crítica y responsable, en ocasiones no existe la pernocta.
Campamentos familiares.	Programas recreativos intergeneracionales, enfatizando cómo convertirse en sujeto de la historia; no tienen fechas fijas y generalmente se realizan fines de semana o vacaciones.
Campamentos empresariales.	Programas no intrusivos de sensibilización en aspectos de cooperativismo y trabajo en equipo. Se dan procesos culturales que creamos en nuestra vida diaria personal y que se refleja en la laboral.
<i>Glamcamping</i>	Se generó por los campamentos en África, donde la gente quiere explorar pero al mismo tiempo no quiere perder la comodidad de un viaje de cinco estrellas; va de la mano al conocimiento del medio pero si estar presentes en su proceso.
Campamentos ecológicos <sup>22</sup> .	Son las zonas de campamentos que están equipados para permanecer en un estado natural con equipo especializado en sistemas verdes para este tipo de campismo.

Referencia: elaboración propia, basada en Coleman, octubre 2011.

### **1.3.3. Campismo, zona de campamento y ecocampamento.**

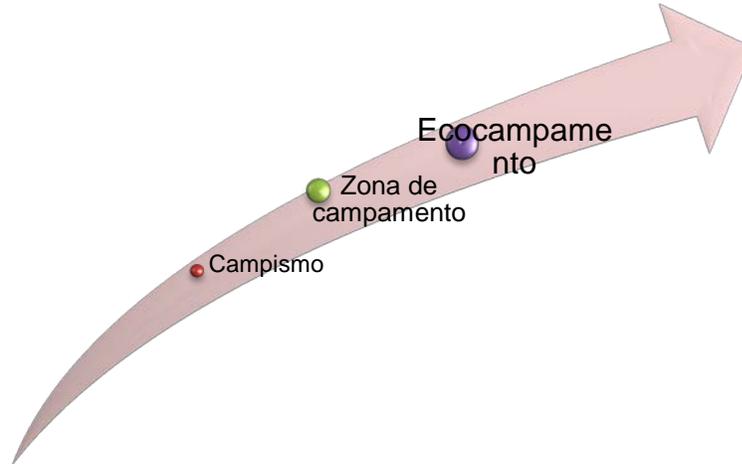
Para este apartado de la investigación, resulta interesante conocer las diferencias y semejanzas que existen entre las prácticas y los conceptos que hacen de este deporte una práctica de la vida diaria como sistema de recreación<sup>23</sup>, de interacción y de conocimiento.

El campamento ha sido visto de muchas formas a través de la historia y a la fecha continua cambiando poco a poco; ha sido percibido como una actividad deportiva, desplazarse a campo abierto y hasta como una actividad de enseñanza de sobrevivencia, el campamento implica todas las actividades anteriores, pero aún hay más dentro de esta forma de vida.

<sup>22</sup> Este apartado es propio de la autora de la investigación, ya que en la tipología brindada no se tiene en cuenta de forma separada, más bien está integrada en las anteriores como únicas.

<sup>23</sup> Se deriva del latín, y su significado en esencia filosófica es "restaurar y refrescar a la persona", es motivo de enseñanza con situaciones de experiencia personal, es volver a crearse.

Figura 5. Del campismo al ecocampamento.



Referencia: elaboración propia, agosto 2011.

La anterior figura, muestra la evolución como práctica; el campismo en años anteriores, los transeúntes o campistas, dormían en espacios abiertos donde la mayoría de las veces el espacio no estaba destinado a este tipo de pernocta (campismo); la reducción de espacios libres para esta práctica, brinda la oportunidad a visionarios para abrir espacios resguardados llamados: zona de campamento; el cambio de espacios, la inseguridad, la modificación de visiones de contexto de cuidado al medio, abre la oportunidad de crear espacios especializados para la pernocta en casa de campaña así como la reeducación en materia del cuidado del medio receptor, así como el disfrute de los espacios abiertos.

*Camping*, o en español campismo, palabra nacida en Inglaterra, que significa de forma estricta: “llevar a cuestas nuestra carpa y otros utensilios necesarios para hacer vida de campo” (decamping.com.ar, 2011).

Otra definición de campismo es “una actividad dentro del turismo que lleva como objetivo la recreación, la supervivencia y el contacto directo con la naturaleza y sus espacios físicos”. (Santilli, 1960:81).

SECTUR (2008), propone campamento como “la superficie al aire libre delimitada y acondicionada en la que puede instalarse equipo con el propósito de acampar”. Esta definición más bien es utilizada por los expertos en esta actividad como una

zona de campamento, pero en esta Secretaría, no se encontró campismo como práctica.

Por lo tanto, campismo es:

La acción de desplazarse, de salir, de buscar, de encontrar, aprender, disfrutar, recrearse, de pernoctar, de estar en contacto con la naturaleza. Dormir al aire libre en una tienda de campaña o en una carpa sintiendo totalmente el ambiente del lugar.

Zonas de campamento:

Son espacios físicos acondicionados (baños, regaderas, palapas, enfermería, entre otras), para instalar equipo personal como son casas de campaña, fogatas, alimentos, cuerdas, entre muchos más, creando un ambiente confortable y seguro para las personas que gustan de pernoctar en áreas naturales.

Con las nuevas tendencias del ecoturismo, y la gran apertura para practicarla en diferentes lugares, nacieron los campamentos ecológicos que para este trabajo de tesis se le nombrará como un ecocampamento, que solo se encontró esa palabra en el libro de Pérez de las Heras, solo como una referencia, por lo cual en este apartado es importante definir que es un ecocampamento.

Ecocampamento es la fusión de dos palabras: ecoturismo y campamento y se concibe como:

Las áreas equipadas de una manera ecológica y sustentable que no permiten la intromisión de ruptura de sus espacios naturales, posibilitan una pernocta confortable y larga, coadyuvan a la reeducación, la recreación y así mismo el disfrute del medio natural.

El ecoturismo es una práctica verde que implica actividades de cuidado al medio receptor a través de la reeducación; a partir de esta práctica, es posible establecer proyectos económicos privados como es la posibilidad de un negocio familiar, lo que llamamos ecocampamento.

## *Estudio de Factibilidad*

La propuesta de estudio de factibilidad, permite tener una visión holística del proyecto a realizar e implica conocer de manera profunda al mercado, los aspectos técnicos, los sistemas administrativos, las condiciones y necesidades de financiamiento así como, las características ecológicas del contexto.

## **CAPITULO DOS. MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PREDIO NÚMERO 2 LARIOS Y MALPICA EN LA CONGREGACIÓN DE LA VIGUETA.**

### **2.1. Macro localización.**

#### **2.1.1. Ubicación geográfica.**

Veracruz cuenta con una increíble riqueza natural y cultural, donde los climas variados entre montañas, dunas y playas se conjugan con una gran gama de ecosistemas y que al mismo tiempo se mezclan con los monumentos, las zonas arqueológicas y los pueblos pintorescos, pueblos mágicos (Coatepec) y Lugares Patrimonio de la Humanidad (Tlacotalpan y Tajín); todo lo anterior hace de este, un estado de gran importancia para la variedad natural y cultural que desemboca en un lugar apto para el fenómeno social que es el turismo.

Veracruz, es un estado ubicado en la parte central de la vertiente del Golfo de México y tiene colindancia con siete estados:

## Estudio de Factibilidad

Tabla 10. Límites del estado de Veracruz.

Colindancia.	Estados
Norte	Tamaulipas.
Oeste.	San Luis, Hidalgo y Puebla.
Sur y suroeste.	Oaxaca.
Sureste.	Chiapas.

Referencia: elaboración propia, basada en cuadernillos municipales.

La superficie estatal, es de 78,815 kilómetros y representa el 3.7% del territorio mexicano; sus coordenadas geográficas son: Al norte 22° 28', al sur 17° 09' de latitud norte; al este 93° 36', al oeste 98° 39' de longitud oeste; el litoral veracruzano, es de 745 kilómetros de longitud.

El siguiente mapa muestra la macro localización de la República Mexicana, y el estado de Veracruz con las principales ciudades y rutas para recorrerlo.

Ilustración 1. Macro localización del estado de Veracruz.



Referencia: [www.mapasmexico.net/mapa-veracruz](http://www.mapasmexico.net/mapa-veracruz), 2011.

### 2.1.2. Población

La población total del estado de Veracruz para el 2010 fue de 7, 643,194 de los cuales 3, 947,515 son mujeres y 3, 695,679 pertenecen a hombres. Del número total de pobladores, 213 034, se dedican al trabajo de restaurantes y servicio de hospedaje Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI 2011).

### **2.1.3. Atractivos culturales.**

Veracruz, cuenta con doce zonas arqueológicas, de las cuales la más representativa del estado a nivel internacional, se ubica en el municipio de Papantla y lleva por nombre el Tajín, esta zona arqueológica fue denominada por la *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO por sus siglas en inglés) como Patrimonio Mundial.

Papantla es una pequeña y tradicional ciudad de Veracruz que conserva intactas muchas de sus costumbres y tradiciones. Al visitar la localidad el día domingo, se puede observar la famosa danza de "Los Voladores de Papantla"

Otra expresión cultural arquitectónica turística del estado es San Juan de Ulúa, que se encuentra en el Puerto de Veracruz y data de 1535, su primera función fue de ser muralla para salvaguardar el puerto de los piratas; posteriormente, se convirtió en una cárcel para presos políticos, su penúltima ocupación fue para el gobierno de Venustiano Carranza por algunos días. En la actualidad, alberga un museo.

Fotografía. 2. San Juan de Ulúa.



Referencia: D.O.C.

Otro de sus atractivos es el pueblo de Tlacotalpan, que fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1998, debido a su pintoresca arquitectura que representa una fusión de las tradiciones españolas y Caribeñas; este pueblo vio nacer al ilustre compositor Agustín Lara.

#### **2.1.4. Atractivos naturales.**

El Pico de Orizaba, se encuentra en los límites del estado, es el volcán más alto del país con una altitud de más de 5600 metros. Entre las actividades que se practican en el parque están el alpinismo, el montañismo, el excursionismo y el campismo.

Fotografía. 3. Pico de Orizaba.



Referencia: D.O.C.

Muy cerca de la ciudad de Catemaco, se encuentra la reserva ecológica Nanciyanga donde las actividades son para disfrutar del ecoturismo. Ubicada justo frente a la ciudad del mismo nombre, la laguna de Catemaco, es una de las más grandes del país y una de las atracciones turísticas más populares de la región. Es también uno de los cuerpos de agua que produce mayor cantidad de peces para el consumo humano.

El Salto de Eyipantla es una cascada que se encuentra a 12 kilómetros de San Andrés Tuxtla y a 15 minutos de Catemaco este cuerpo de agua es un lugar paradisíaco y poco explorado.

Con una extensión de más de 750 kilómetros de costas frente al Golfo de México, el estado de Veracruz cuenta con playas de impresionante belleza, muchas de ellas poco exploradas e incluso algunas totalmente vírgenes y aisladas. Entre las principales playas del estado se encuentran las playas de Cazes, al norte del estado destacan las playas de Palma Sola y Lechuguillas, al sur del estado

encontrará Playa Escondida y Costa Esmeralda, esta última, con 50 kilómetros de hermosas playas ubicadas en el municipio de Tecolutla.

## 2.2. Tecolutla.

### 2.2.1. Ubicación geográfica.

En la región Totonaca, en las estribaciones del río Tecolutla, se encuentra el municipio que lleva el mismo nombre que el río. El municipio con clave 158, se sitúa al norte de la costa veracruzana; sus límites son: al norte con Papantla, al este con el Golfo de México, al sur con Martínez de la Torre, al oeste con Gutiérrez Zamora y Papantla.

Sus 50 kilómetros de playa, “lo hace ser un municipio costero y con oportunidad de crecimiento en el ámbito turístico”. (Informe del presidente municipal de Tecolutla, Javier Méndez Rivera 2010).

Ilustración 4. Ubicación del municipio de Tecolutla (región Totonaca).



Referencia: Cuadernillos municipales, Tecolutla 2011.

La demarcación territorial de este municipio, tiene una superficie de 535.4 kilómetros, siendo el porcentaje territorial de 0.7%; se encuentra en latitud 20° 29' y longitud 97° 00' con una altitud de 10 metros sobre el nivel del mar.

### 2.2.2. Población.

El número total de población del municipio de Tecolutla para el 2010 fue de 25, 126, donde 12, 351 son hombres y 12, 775 son mujeres, y en porcentaje a nivel estatal representa el 0.33%.

Tabla 11. Empleo.

Empleo	Cifras
Población de 12 años y más	19804
Población económicamente activa	9,738
PEA ocupada	9,415
Sector primario	47.5%
Sector secundario	12.5%
Sector terciario	39.6%
No especificado	0.4%
PEA desocupada	323
Población económicamente inactiva	9,932
Estudiantes	3,067
Quehaceres del hogar	6,036
Jubilados y pensionados	171
Incapacitados permanentes	396
Otro tipo	262
Tasa de participación económica	49.2%
Tasa de ocupación	96.7%

Referencia: elaboración propia basada en cuadernillos municipales, Tecolutla 2011.

De acuerdo a la tabla anterior, en el municipio de Tecolutla, 39.6% se dedican a trabajar en el sector terciario<sup>24</sup>; y 9,932 es el número de personas que están sin una ocupación remunerada, por lo tanto innovar en el municipio con una empresa turística da la opción para poder contratar personas, bajando la tasa de personas desempleadas y subiendo el porcentaje de personas trabajadoras en el sector turismo.

<sup>24</sup> Comercio, sistemas financieros, transporte, salud, comunicaciones, el hogar, ocio y turismo.

### **2.2.3. Clima.**

El clima en el municipio de Tecolutla, es cálido-regular con una temperatura media anual de 23.6°C. Las lluvias son abundantes en verano y principios de otoño y con una menor intensidad en invierno; su precipitación media anual es de 1,493 milímetros.

Fotografía 5. Plaza de la cabecera municipal Tecolutla.



Referencia: D.O.C.

Tecolutla, es un municipio turístico por su cercanía al mar; cuenta con servicios públicos (agua, luz, drenaje) en la cabecera municipal, vías de comunicación y sistemas de comunicación (teléfono, radio televisión, medios postales entre otros), comerciales (tiendas de abarrotes, farmacias) y turísticos (hoteles, restaurantes, zonas de campamentos, entre otras).

La siguiente tabla, muestra los servicios públicos y el porcentaje que representan en todo el municipio:

Tabla 12. Servicios públicos del municipio de Tecolutla.

Servicios Públicos:	100%	75%	50%	25%	0%
Alumbrado Público.		X			
Mantenimiento del Drenaje.				X	
Recolección de Basura y Limpia Pública.			X		
Seguridad Pública.		X			
Pavimentación.				X	
Mercados y Centrales de Abasto.					X
Rastros.					X
Servicios de Parques y Jardines.				X	
Monumentos y Fuentes.					X
Agua Potable					X
Drenaje				X	

Referencia: cuadernillos municipales. Tecolutla, 2010

#### 2.2.4. Turismo.

Tecolutla, recibe durante el año 205,835 turistas y visitantes, en la temporada de Semana Santa recibe el 58% de la cifra anterior. Los visitantes, son de la República Mexicana más específicamente el 85% de ellos viajan del estado de México y del Distrito Federal, por su cercanía, así como por sus costos accesibles al bolsillo de las personas que viajan en familia (Turismo de Tecolutla, 2011).

Tecolutla, para el 2009, contó con 126 lugares de hospedaje<sup>25</sup> divididos de la siguiente forma:

Tabla 13. Tipo de hospedaje en Tecolutla.

Tipo de hospedaje	Número
Hoteles	89
Casas de huéspedes	25
Cabañas	6
Tráiler park	6

Referencia: elaboración propia basada en Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del Estado. Dirección General de Servicios Turísticos. Sistema de Información Turística Estatal (SITE).

Donde el total de cuartos de hotel disponibles son de 2,115, mientras tanto las unidades de espacio de pernocta son de 423, los cuales se dividen de la siguiente manera:

<sup>25</sup> No existe información reciente de los lugares de hospedaje.

Tabla 14. Habitaciones disponibles en Tecolutla.

Tipo de hospedaje	Numero
Hoteles	2115
Casas de huéspedes.	239
Cabañas.	178
Tráiler park.	6

Referencia: elaboración propia basada en Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del Estado. Dirección General de Servicios Turísticos. Sistema de Información Turística Estatal (SITE).

Tabla 15. Categoría de los servicios de hospedaje en Tecolutla.

Categoría	Número de establecimientos
5 estrellas	1
4 estrellas	11
3 estrellas	27
2 estrellas	33
1 estrella	13
Sin categoría	41

Referencia: elaboración propia basada en Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del Estado. Dirección General de Servicios Turísticos. Sistema de Información Turística Estatal (SITE).

En el cuadro anterior, podemos ver explícitamente que no existe una categorización para los campamentos o los tráiler park, que los aglomeran en la parte de “sin categoría”; siendo que existe un campamento tortugero.

#### **2.2.4.1. Gastronomía.**

Tecolutla, comparte con diferentes estados costeros a lo largo de la República Mexicana platillos especializados de productos del mar, que se guisan de forma tradicional o típica de la región.

En el municipio se pueden encontrar establecimientos de comida variada en la zona centro y en restaurantes cercanos a la playa, además de la gente que caminando sobre la playa ofrece: pescadillas, chiles cuaresmeños rellenos de queso o atún, cocos con ron, entre muchas cosas más y comerlo frente al mar, además de ser atendidos por la gente oriunda es un placer.

Uno de los postres o dulces tradicionales del municipio son las cocadas hechas de una forma artesanal desde la receta hasta la forma manual de realizarlo, se utiliza el coco y miel que es hecho en la región.

Fotografía 6. Cocadas, postre típico en el municipio de Tecolutla.



Referencia: D.O.C.

#### **2.2.4.2. Atractivos culturales.**

El municipio de Tecolutla cuenta con sitios de renombre, considerados como sitios turísticos:

- La zona arqueológica de Hueytepec.
- La Parroquia de nuestra señora de Guadalupe.
- El Colegio Patria.
- El Faro Viejo.
- El Hotel Tecolutla, el Hotel Marsol (por ser el primer hotel en el municipio).
- El busto de Don Miguel Hidalgo en el parque central.
- El Palacio Municipal (ilustración 8).
- El Museo Marino Con su exposición de productos del mar y río.

Fotografía 7. Palacio municipal de Tecolutla.



Referencia: D.O.C.

Existen fiestas y festivales, que se llevan a cabo en el municipio y que tienen realce nacional e internacional:

## *Estudio de Factibilidad*

- 24 de agosto, fiesta de San Bartolo y se caracteriza por sus carros alegóricos y comparsas, dando a denotar un festival.
- 12 de diciembre, virgen de Guadalupe donde se pueden ver la danza de los moros y los negrillos.
- En el mes de febrero, se realiza el Festival del Coco y se elabora el dulce más grande de coco, es el festejo de más importancia del municipio.
- A mediados del mes de mayo también se organiza la Pesca Deportiva del Robalo, se lleva a cabo una competencia de pesca de la especie de mayor peso en las riberas del río Tecolutla.

### **2.2.4.3. Atractivos naturales.**

Los atractivos naturales del municipio de Tecolutla son:

- Playas. Que se ubican sobre más de 55 km desde la cabecera municipal hasta los límites con Nautla.
- Manglares, ubicados en las diferentes poblaciones del municipio.
- Río Tecolutla.
- Parque Estatal Ciénega el Fuerte.

En los anteriores atractivos naturales se puede realizar la observación de fauna acuática como son huachinangos, sábalos, langostinos, cangrejos; al igual que especies como garzas, lagartos entre otros.

En lo que a sus playas se refiere, éstas se encuentran despejadas durante la mayor parte del año y cuentan con todos los servicios necesarios a unos 10 kilómetros. Al noroeste de Tecolutla se localizan las playas más importantes: Santa María del Mar y Barra Boca de Lima, cuyas aguas son sumamente cálidas.

Fotografía 8. Playa Tecolutla ubicada en la cabecera municipal.



Referencia: D.O.C.

## **2.3. Micro localización.**

### **2.3.1. Comunidades de Tecolutla.**

El municipio de Tecolutla, cuenta con 207 comunidades, de las cuales 206 están consideradas como rurales y una de ellas (la cabecera municipal) es urbana<sup>26</sup>; por lo cual a todo el territorio se le cataloga como semiurbano ya que la centralización del poder así como la parte comercial y turística, está en la cabecera municipal.

Tecolutla, es un municipio lleno de bellezas naturales que se dan en sus playas, en su clima, en sus esteros y manglares así como en el río que desemboca en el Golfo de México y en su Parque Estatal Ciénega el Fuerte.

Puerto de Tecolutla, la Villa y Costa Esmeralda, son las comunidades más importantes de Tecolutla.

### **2.3.2. Costa Esmeralda.**

Costa Esmeralda, pertenece a una línea costera que tiene una extensión de 50 kilómetros, tiene como característica sus suaves arenas de playa y el color de sus aguas es de verde esmeralda (de ahí que se le denominara como tal); Costa Esmeralda abarca desde el municipio de Tecolutla hasta el río Nautla.

Ilustración 9. Puente Nautla.



Referencia: 3° Informe de Gobierno Veracruz, 2007.

Costa Esmeralda, es una línea costera de gran importancia, ya que a lo largo de sus playas se encuentran zonas cálidas para bañarse, muchas de sus playas se encuentran despobladas, sin grandes edificios hoteleros que cubran la vista, por lo cual, es una gran opción de negocio para la parte turística, donde se puede

---

<sup>26</sup> Porque cuenta con todos los servicios para la comunidad tanto para el turismo: agua potable, comercios, drenaje y vías de comunicación.

## *Estudio de Factibilidad*

emprender con turismo que tenga que ver con el descanso, la apreciación de la fauna y al ser una zona libre con el turismo ecológico.

Costa Esmeralda cuenta con siete comunidades las cuales se muestran alfabéticamente en la siguiente tabla:

Tabla 16. Comunidades que conforman Costa Esmeralda.

Comunidades
Casitas.
<i>Congregación La Vigüeta.</i>
La Guadalupe.
Maracaibo.
Monte Gordo.
Playa Oriente.
Ricardo Flores Magón.

Referencia: Cuadernillo municipal de Tecolutla 2011.

### **2.3.3. Congregación la Vigüeta.**

Esta comunidad, está cercana a la playa que se caracteriza por sus aguas cálidas pero poco apacibles, por lo cual no se recomienda nadar en ellas en temporada de huracanes y lluvias.

Fotografía 10. Playa la Vigüeta.



Referencia: D.O.C.

Fotografía 11. Pescadores playa la Vigüeta.



Referencia: D.O.C.

La Vigüeta, cuenta con diferentes predios, de los cuales un 35% están en venta (gobierno municipal y visita a la zona). Algunos de los predios que están en venta, son de personas que compraron hace diez años o más años y que han empezado a vender sus propiedades, ya que los que están cercanos a la playa cuando existen fuertes lluvias se inundan.

Parte de la comunidad de la Vigüeta, se encuentra en una zona que es un Parque Estatal Ciénega del Fuerte (ilustración 12), que es un área verde protegida, donde su uso es para recreación y educación ecológica<sup>27</sup>. Lastimeramente parte de esta se encuentra en una zona donde se empiezan a construir edificaciones de concreto y no tiene una regulación específica.

Las actividades que se llevan en este lugar son hechas por las personas de la comunidad que son los paseos en lancha rudimentarias y sin protección para los visitantes, en temporada de lluvia no se permite la visita al parque.

---

<sup>27</sup> La parte de educación ecológica, no se lleva a cabo ya que no tiene uso de ese tipo, porque no existe gestión en el lugar.

Ilustración 12. Ubicación del Parque Estatal Ciénega del Fuerte.



Referencia: maps.google.com.mx, septiembre 2011.

#### **2.3.4. Predio número 2 Larios y Malpica.**

De la ciudad de Texcoco al predio de Larios y Malpica se recorre una distancia de 221.75 kilómetros, que se traduce en cinco horas y media, la travesía comienza en la autopista México-Tuxpan, para después pasar por la caseta Totomoxtle-Cazones, para así entrar a la caseta Gutiérrez Zamora-Tecolutla, al llegar al centro del municipio, se toma la carretera 180 federal y se dirige hacia Nautla; antes de llegar a Playa Oriente (cinco minutos) se encuentra el predio de Larios y Malpica punto de investigación.

El siguiente mapa, muestra la ubicación exacta del predio número 2 Larios y Malpica, se muestra en el cuadro rojo, la línea negra muestra la carretera federal número 180 que corre desde Poza Rica hasta Nautla.

Imagen 1. Ubicación del predio numero dos Larios y Malpica en la congregación de la Vigüeta.



Referencia: M en C. Sac-Nicté Valadez Cabrera, basada en mapas topográficos mexicanos en el Instituto de Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

La dirección del predio como aparece en los documentos de la propiedad es la siguiente:

Predio número 2 Larios y Malpica, ubicado en La Congregación de la Vigüeta Costa Esmeralda Veracruz.

El terreno fue adquirido en el año 2006, y fue comprado al norteamericano Francisco Irissón Grapin, quien cuenta con varios terrenos en el municipio de Tecolutla, que fueron adquiridos anteriormente por su familia.

La propiedad tiene una extensión de 500 metros cuadrados, los cuales se encuentran empastados y cercados con palos de árbol y con alambre para delimitar el espacio del predio.

## *Estudio de Factibilidad*

El predio no cuenta (como los demás predios que están al rededor) con servicio de agua potable y de drenaje, la luz se lleva con cables desde la carretera, ya que por medio de la compañía de luz no se tiene el servicio.

La lejanía de la carretera 180 del predio número 2 Larios y Malpica (450 metros), representa una ventaja sobre los hoteles o espacios para acampar caseros, ya que el ruido de los automóviles es nulo.

En las siguientes páginas, se muestra una selección de fotografías del predio número 2 Larios y Malpica en la Congregación la Vigüeta Costa Esmeralda Veracruz. Comenzando en la carretera 180, la entrada, hasta el predio y la vista al manglar el Fuerte.

Fotografía 1. Vista de la carretera número 180.



Referencia: D.O.C

Fotografía 2. Entrada al predio número 2 de Larios y Malpica



Referencia: D.O.C.

## *Estudio de Factibilidad*

Fotografía 3. Entrada al predio número 2 Larios y Malpica; (vista hacia la carretera número 180).



Referencia: D.O.C.

Fotografía 4. Vista de los manglares desde la parte posterior del predio.



Referencia: D.O.C.

Fotografía 5. Vista del predio número 2 Larios y Malpica.



Referencia: D.O.C.

Como ya se mencionó en el capítulo uno, en los estudios de factibilidad no solo basta hacer mención de situaciones de mercadeo, técnicas, financieras o ecológicas, sino que también es necesario el contexto de ubicación, las características socioculturales de la región, que permiten crear el sentido holístico de la investigación.

## **CAPITULO TRES. ECO CAMPAMENTO.**

### **3.1. Diseño.**

En este último capítulo, se culmina el trabajo de investigación, donde se define en todos los aspectos la proyección del ecocampamento propuesto, que da a conocer la parte práctica de la investigación.

Para definir, entender, proyectar y establecer los matices necesarios para la creación de un ecocampamento, no solo fue necesario el conocimiento adquirido a través de los documentos consultados (libros, revistas, documentos digitales, mapas, entre otros), también fue preciso realizar una investigación de campo la cual arrojó resultados que marcaron la realidad de esta práctica turística verde; el último proceso para obtener el conocimiento y resultados veraces, es la experiencia propia de la investigadora en campamentos.

Para poder establecer el motivo de esta investigación, se parte del siguiente cuestionamiento:

## *Estudio de Factibilidad*

¿Cómo realizar un estudio de factibilidad para un ecocampamento en el Predio número 2 de Larios y Malpica en la Congregación la Vigüeta, Costa Esmeralda, Veracruz?

Y la respuesta que se obtuvo es:

Basado en las teorías que sustentan los estudios de factibilidad, conocer y evaluar el mercado, la zona y así mismo los factores administrativos, financieros, económicos y ecológicos, que permitirán tener la objetividad y veracidad para proyectar un ecocampamento rentable y con objetivos realistas en cuestión del ecocampismo así como el cuidado del ambiente.

La elección de las herramientas para la evaluación y creación del proyecto, se hicieron tomando en cuenta los siguientes agentes involucrados:

- Oferta.
- Demanda.
- Servicios.
- Posibilidades económicas.
- Facilidad de movilidad.

A continuación se muestran las técnicas y la explicación de la utilidad de las mismas:

Encuestas: esta técnica se empleó a través de un cuestionario aplicado a los socios de la Asociación Mexicana de Acampadores (AMAAC), teniendo como objetivo el mercado, se tomaron en cuenta tres características importantes y necesarias para la evaluación y la definición de los acampadores a través de:

- Características.
- Necesidades.
- Preferencias.
- Gustos.

Para lo anterior, se realizó una prueba piloto del cuestionario y posteriormente, se aplicó a la muestra definitiva (anexo 1).

## *Estudio de Factibilidad*

Para determinar la muestra, no fue necesaria la aplicación de una fórmula, ya que la asociación determinó el número de personas a entrevistar, de los 105, se permitió la participación de:

36 personas encuestadas.

Observación no guiada: de esta manera, se pudo recolectar información necesaria para complementar la oferta así como definir el tipo de turistas que arriban al destino.

Las entrevistas no guiadas, se realizaron a personas que atienden los hoteles en cuestión de precios, servicios y características del servicio de pernocta.

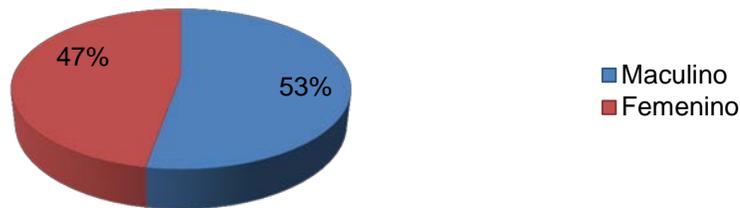
### **3.2. Estudio de mercado.**

#### **3.2.1. Herramienta aplicada.**

El cuestionario aplicado en la AMAAC, permitió conocer tres aspectos del estudio de mercado que son básicos para poder entender las necesidades y expectativas de los ecocampistas.

La aplicación del cuestionario, arrojó los siguientes resultados:

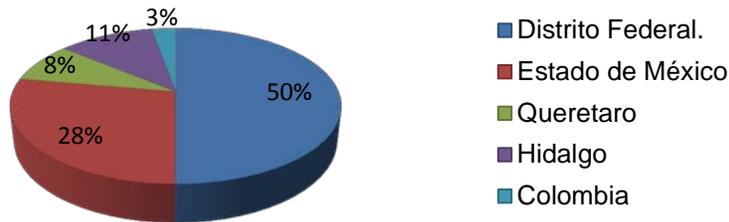
Gráfica 1.- Género.



De las 36 personas encuestadas, el 47% corresponde al género femenino, mientras el 53% pertenece al masculino; lo anterior muestra que pertenecer a una asociación de acampadores no distinguen entre géneros y es equitativa entre los mismos, y por lo cual el servicio es unisex.

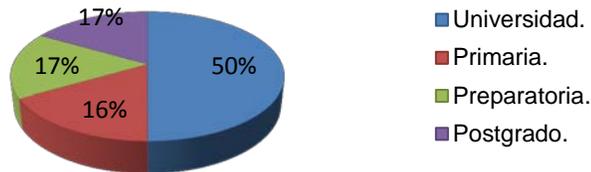
## *Estudio de Factibilidad*

Gráfica 2. Lugar de procedencia.



El lugar de procedencia de los acampadores, en su mayoría es del Distrito Federal con un 50%, seguido del 28% procedentes del Estado de México, los acampadores procedentes del estado de Hidalgo ocupan el 11%, los provenientes del estado de Querétaro ocupan el 8%; con un 3% originario de Colombia, mostrando que el origen es de diferentes lugares, y que la participación en la asociación no distingue procedencias.

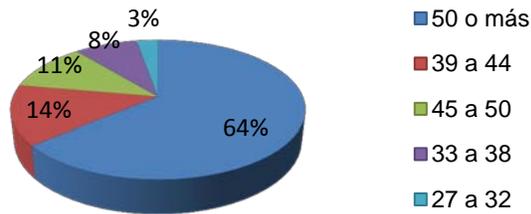
Gráfica 3. Nivel de estudios



Una de las características de los viajeros ecologistas, consiste en que su nivel de estudios, es en su mayoría cuentan con licenciatura como lo muestra esta gráfica, donde el 50% tiene estudios universitarios, el 17% corresponde a niveles de estudios de postgrado y de preparatoria, terminando con un 16% con nivel primaria.

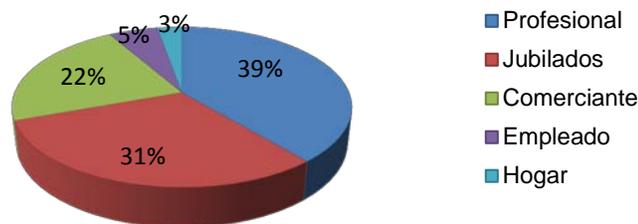
## Estudio de Factibilidad

Gráfica 4. Edad



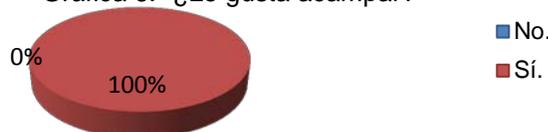
Los rangos de edad de los acampadores de esta asociación, presenta las siguientes características; el rango predominante, es 64% y se encuentra entre la edad de 45 a 50 años en adelante, el segundo lugar es el 14% por jóvenes adultos de 39 a 44 años de edad, con el 11% adultos de 45 a 50 años; y por último, el 3% está ocupado por edades de 27 a 32 años; dando a notar que las edades están entre los 27 a los 50 años.

Gráfica 5. Ocupación



La ocupación de los socios en la mayoría con el 39% realizan actividades a nivel profesional y eso tiene que ver con su educación mayormente universitaria, seguido de un alto porcentaje de jubilados quienes ocupan el 31%, los comerciantes representan un 22%, empleados 5% y hogar con el 3%. Esto da a notar que tienen tiempo libre suficiente para realizar sus salidas de campamento, más adelante veremos la frecuencia de salidas.

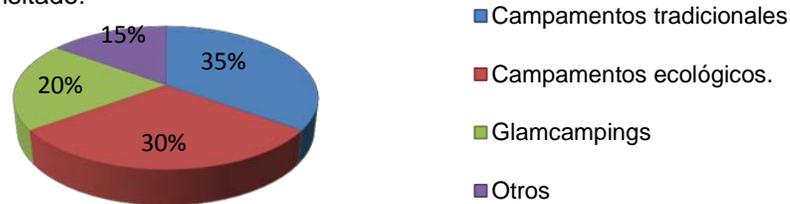
Gráfica 6.- ¿Le gusta acampar?



## *Estudio de Factibilidad*

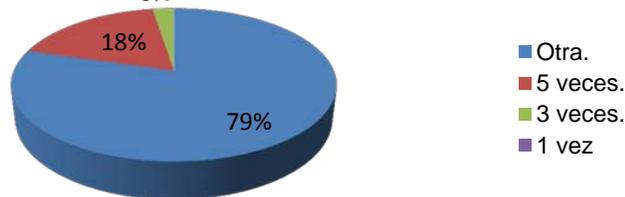
En esta gráfica se ve la contundencia del gusto por el campismo y algunas de las razones son: “es una forma de vida”, “gusto por la vida al aire libre”, “amor por el compartir al aire libre con los seres queridos” “brinda la experiencia del conocimiento de uno mismo en la magnitud y simbiosis de la naturaleza” “me permite ser abrazada por la naturaleza”.

Gráfica 7.-De la siguiente lista indiqué qué tipo de campamento ha visitado.



Los campamentos tradicionales con el 35% son de los más visitados por estos campistas experimentados, seguido de los campamentos ecológicos con el 30% y los glamcampings con el 20%; en la parte de otros se contempló a los trailersparks, balnearios (considerados como campamentos tradicionales). La razón por la cual los campistas prefieren los campamentos tradicionales, es por la inseguridad, la cual ha ido creciendo en el país ya que al viajar con sus familias y amigos corren el riesgo a tener algún altercado.

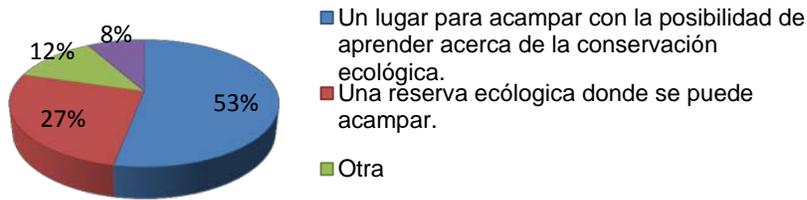
Gráfica 8.- ¿Con que frecuencia acampa durante el año?



En esta gráfica, la opción de otra se observa con el 79%, donde el máximo de visitas a campamentos no se limita a 5 veces al año, si no que viajan cada ocho días a lugares cercanos al Distrito Federal y se observa esta situación porque la mayoría de los socios son jubilados, dueños de sus propios negocios y por lo tanto tienen el poder adquisitivo.

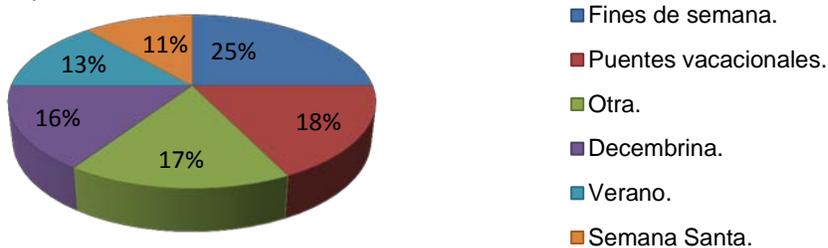
## *Estudio de Factibilidad*

Gráfica 9.- ¿Qué es para usted un ecocampamento?



El 53% de las respuestas fue correcto por la información que ellos tienen así como la práctica continua del campismo, el 27% de los encuestados considera que una reserva ecológica donde se puede acampar, el 12% contestó otra y se refieren a “dormir en espacios como balnearios” “donde no se tira basura”; por último un lugar para dormir en áreas verdes ocupa el 8%.

Gráfica 10.- ¿Cuál es su temporada favorita para salir de campamento?

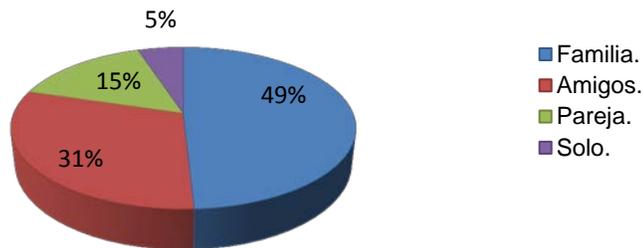


El 25% de los encuestados respondieron que su temporada favorita son los fines de semana, seguida por los puentes vacacionales con 18%, la temporada decembrina con 16% y por último el verano con 13%; la respuesta del 17% fue en relación a otra donde proyectan que todo el año es su temporada favorita, es decir: “no importa la temporada no importa si es fin de semana por que compartir un campamento con la familia y amigos es de lo mejor”<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> Razón de un acampador al campismo, para viajar en grupos grandes.

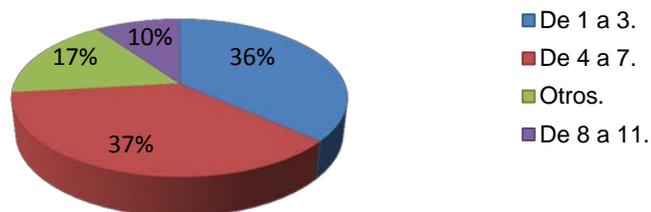
## *Estudio de Factibilidad*

Gráfica 11.- Sus viajes los hace:



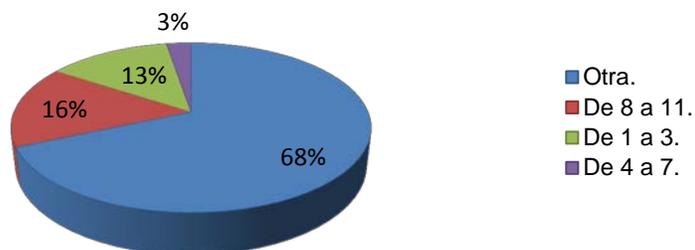
Para esta Asociación, viajar con la familia (49%) y los amigos (31%) es muy importante, ya que permite el disfrute verdadero de lo que es acampar. Como se observa en la gráfica, el 15% viaja solamente con su pareja y el 5% lo hace solo.

Gráfica 12.- ¿Con cuántos familiares suele viajar?



Entre 4 a 7 miembros de la familia ocupa el 37% seguido por el 36% que es el grupo más pequeño de 1 a 3, el 17% donde señalan que suelen viajar con más de 12 miembros de su familia.

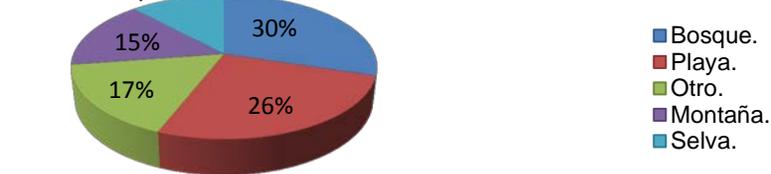
Gráfica 13.- ¿Con cuántos amigos suele viajar?



La respuesta más alta es del 68% con otra, es decir: “viajamos con los amigos de los hijos o de los sobrinos o a veces con los amigos de los nietos más 15 personas” el 16% prefiere viajar entre 8 y 11 amigos, el 13% suele viajar de 1 a 3 amigos, mientras el 3% prefiere viajar de 4 a 7 personas.

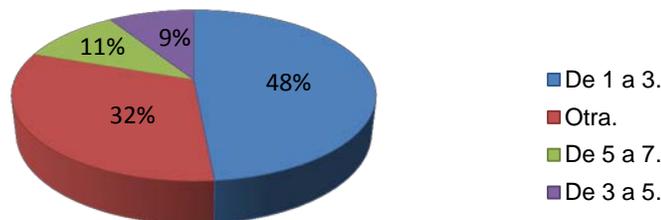
## *Estudio de Factibilidad*

Gráfica 14.- ¿En cuál de los siguientes lugares prefiere acampar?



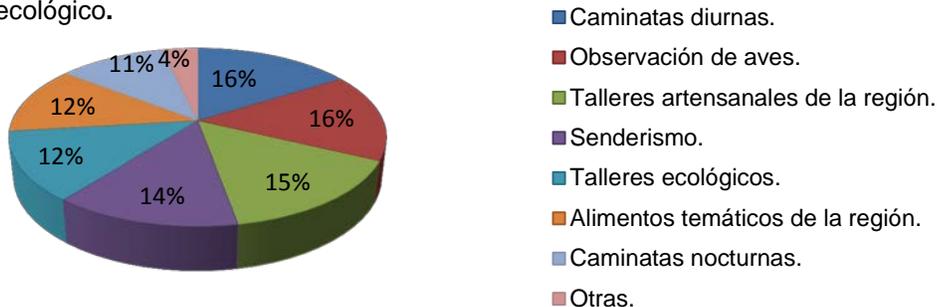
El 30% contestó que el bosque es su lugar favorito para acampar, mientras el 26% eligió la playa; esto demuestra la existencia de un mercado amplio para acampar en este espacio natural, el 17% prefirió los balnearios, las grutas y cualquier lugar que les brinde la estructura, el 15% selecciona la montaña, y el porcentaje más bajo con 12 % la selva.

Gráfica 15.- ¿Cuántos días suele acampar?



El 48% suele acampar de 1 a 3 días, sustentado en que la mayoría de los encuestados prefiere viajar los fines de semana; la opción de otra, con un 32% viaja de acuerdo a la temporada; de 5 a 7 días ocupa el 11% y por último, el 9% responde de 3 a 5 días, pues les gusta viajar durante los puentes vacacionales.

Gráfica 16.- De la siguiente lista, enumere del 1 al 5 de acuerdo a su criterio, acerca de la importancia de las actividades en un campamento ecológico.

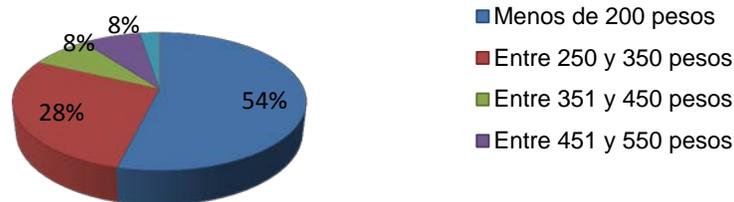


Caminatas diurnas y la observación de aves ocupan el 32%, el 15% corresponde a

## *Estudio de Factibilidad*

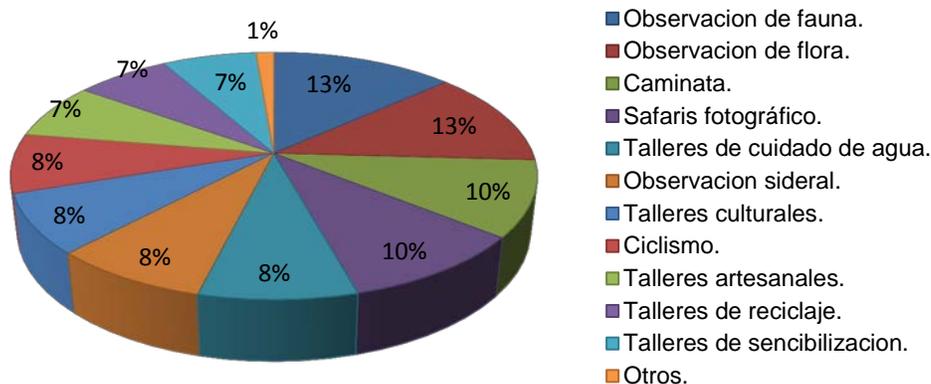
los talleres artesanales de la región, el senderismo ocupa el 14%, el 24% está ocupado por talleres ecológicos y alimentos temáticos, las caminatas nocturnas ocupan el 11% y el 4% corresponde a otras.

Gráfica 17.-¿Cuál es el precio aproximado que suele pagar por acampar?



Entre \$451.00 y \$550.00 corresponde al 9% entre \$352.00 y \$450.00 el 10%, entre \$250.00 y \$350.00 corresponde al 23% y menos de \$200.00 al 58% la razón es que por la inseguridad que ronda en el país, el tipo de lugares donde acampan de manera más común es en balnearios.

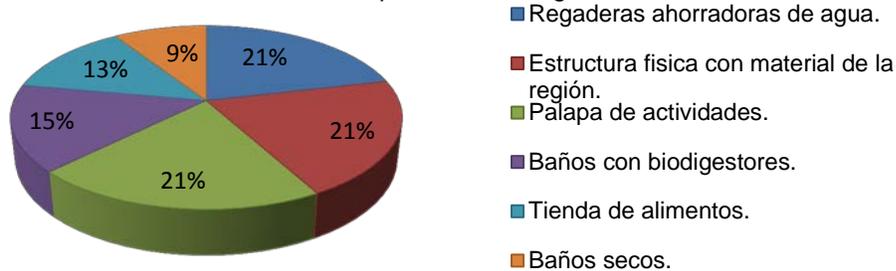
Gráfica 18.- Señale en orden de importancia los servicios según su criterio debe haber en una zona de campamento ecológico .



La observación de fauna y de flora, ocupa el 26% los safaris fotográficos y la caminata, corresponden al 20%, el 32% lo representan ciclismo, observación sideral, talleres de cuidado de agua, mientras el 21% es representado por los

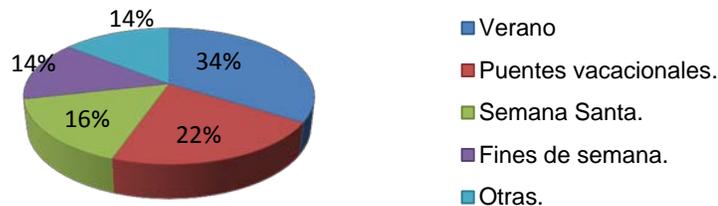
talleres artesanales, reciclaje y sensibilización; mientras la opción de otro constituye el 1% con pesca y viajes en cuatrimoto<sup>29</sup>.

Gráfica 19.- Señale en orden de importancia la estructura según su criterio en una zona de campamento ecológico.



De acuerdo al criterio de los socios, le dan alta importancia con el 21% a la palapa de actividades, a la estructura física con material de la región y a las regaderas ahorradoras de agua, los baños con biodigestor ocupa el 16%, la penúltima la ocupa el 13% con la tienda de alimentos, por último el 9% por los baños secos.

Gráfica 20.- ¿Qué época del año serían ideales para usted acampar en un lugar ecológico?



Para acampar en un lugar ecológico, los índices son los siguientes: la época de verano con un 34% y puentes vacacionales con el 22%, son las dos opciones favoritas para salir de campamento; con el 16% Semana Santa, con el 14% fines de semana y otras opciones, los que se decidieron por este último, argumentan que todo el año es bueno para ellos.

<sup>29</sup> Los viajes en cuatrimoto, no se toman en cuenta ya que rompe con la situación ecológica de lo que es un turismo verde (ecoturismo).

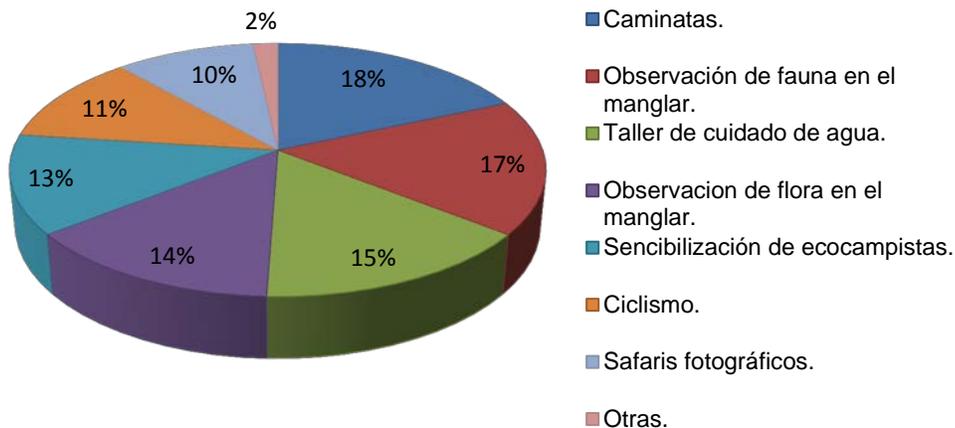
## *Estudio de Factibilidad*

Gráfica 21.- Si hubiese un campamento ecológico en la Vigueta Costa Esmeralda, Veracruz que le ofreciera los servicios enfocados al cuidado del medio ambiente, ¿acamparía?



En referencia a un campamento ecológico en Costa Esmeralda Veracruz, el 94% mostró disposición para acampar en el lugar propuesto, mientras el 6% apuntó no estar dispuesto; en el porqué de la respuestas negativa, la argumentación fue porque está muy lejos, y prefieren un lugar con menos calor además de que muchos de ellos tienen tráiler.

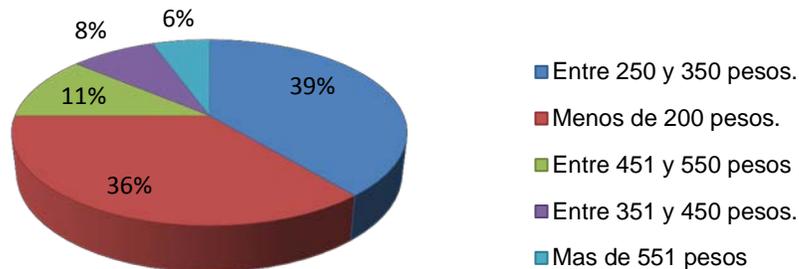
Gráfica 22.- ¿Qué actividades estaría dispuesto a realizar en el ecocampamento propuesto?



Las actividades que prefieren realizar para el ecocampamento, son con 18% caminatas por la región; la observación de fauna del manglar ocupa el 17%; los talleres del cuidado de agua representa el 15%; con el 14% la observación de fauna en el manglar es la tercera más importante; las actividades de sensibilización, ocupan el 13%; el 11% pertenece al ciclismo; el safari fotográfico tiene el penúltimo lugar con un 10%; el 2% corresponde a otras y estas

actividades fueron enlistadas como rutas en cuatrimotos.

23.- ¿Qué precio está dispuesto a pagar por persona en el ecocampamento propuesto?



Los precios que están dispuestos a pagar oscilan entre los \$250.00 y \$350.00 con el 39% seguido del 36% con menos de \$200.00, pero el 11% está dispuesto a pagar \$451.00 y \$550.00, el 8%, tiene la disposición de pagar entre \$351.00 y \$450.00 pesos, mientras el 6% está dispuesto a pagar más de \$551.00.

Una vez que fue aplicada e interpretada (según las necesidades de la investigación) la herramienta, se pudo definir:

- Quiénes son los ecocampistas.
- Demanda del servicio.
- Oferta.
- Mercado.
- Precio del servicio.

### **3.2.2. Ecocampistas.**

Las primeras cinco preguntas del instrumento aplicado, pretenden conocer al consumidor (ecocampista); las preguntas restantes, se encaminan a describir sus gustos, sus necesidades y así mismo los costos que sufragan, además de saber sobre su disposición de consumir y pagar por el uso de servicios de ecocampismo.

El conocimiento brindado por la aplicación de la herramienta en la asociación, permitió concluir que los ecocampistas existen en México y constan de una asociación; que la práctica del campismo no solo es para viajar o tener actividades recreativas, sino una forma de vida, les permite viajar y conocer lugares en conjunto con su familia y amigos.

## *Estudio de Factibilidad*

Que su tiempo libre como jubilados, comerciantes y profesionistas lo ocupan para experimentar el campismo y la recreación al aire libre, además de que tienen los medios para poder pagar una estadía en una zona de acampar con servicios de turismo verde.

La herramienta aplicada permitió vislumbrar el interés por acampar en costa (playa) por lo que son altas las posibilidades para el proyecto, lo que permite poder llevar a cabo diversas actividades de aprendizaje del y en el ambiente que visitan, además de conocer y disfrutar de la biodiversidad, así como orientar la toma de decisiones respecto al estudio de factibilidad.

Después de haber realizado esta distribución por grupos (género, lugar de procedencia, nivel de estudios, edad, ocupación y gusto por el servicio a ofrecer), se obtuvieron los siguientes resultados.

Género: femenino y masculino. Al ser ecocampistas, las necesidades por género, se exponen en la parte de los sanitarios y las regaderas separados. Ya que un campista conoce y sabe que en el campismo las actividades que se llevan a cabo están planeadas de forma unisex.

Lugar de procedencia: Distrito Federal y estado de México. la cercanía de los socios al predio establecido, permite que se puedan desplazar de su lugar de residencia hacia el lugar propuesto para el ecocampamento.

Nivel de estudios: más del cincuenta por ciento de los encuestados, tiene estudios de nivel superior y por lo tanto, cuentan con referentes académicas que impactan en las formas de relacionarse con la naturaleza, las condiciones económicas que coadyuvan al mejor desempeño del campismo.

Edad: en su mayoría son personas con más de cincuenta años, pero no por esa razón se rompe la parte de ser una asociación intergeneracional (recordemos que estas personas viajan con sus familias y/o amigos y por lo tanto las edades tienen variaciones); además se considera que la edad refiere a experiencias, necesidades respecto a la práctica del campismo.

Gusto por el campismo: de los encuestados, el cien por ciento, está dispuesto a acampar, lo cual representa que existen consumidores potenciales.

Por lo tanto, quedan los grupos definidos de la siguiente manera:

El 100% de los encuestados, están dispuestos a desplazarse de su lugar de origen hacia el punto del proyecto de ecocampamento, en números expresa más de 36 personas, constantes en el uso de las instalaciones del proyecto.

Como marca la gráfica del lugar de procedencia, se encuentran en lugares cercanos no mayores a 6 horas de distancia vía terrestre.

Los socios de la AMAAC, que para realizar viajes lejanos, tienen los medios, la disponibilidad de tiempo y económica para desplazarse a la Vigüeta Veracruz.

### **3.2.3. Demanda actual.**

Existe una demanda de servicios de campismo y recreación por parte de esta asociación, donde la disponibilidad y el gusto por practicar camping son contundentes.

Para esta parte del estudio de mercado, se analizaron las tendencias del turismo<sup>30</sup> y el análisis da cuenta su crecimiento del sobre todo en el de naturaleza en México<sup>31</sup>. En la búsqueda de los servicios, en relación con el ecoturismo, se encontró que aún son pocos, sobre todo a lo que corresponde al turismo interno, pero tiene una creciente anual del 15%<sup>32</sup> (lamentablemente no existe un número de visitantes en exactitud con la cuestión del campismo así como al turismo de naturaleza, y por lo tanto no se puede dar un pronóstico exacto).

### **3.2.4. Distribución espacial.**

Es muy importante, conocer dónde se encuentran los posibles consumidores, en este caso del proyecto, para lo cual, se presentó como sistema de referencia el centro del país: estado de México, Distrito Federal, Querétaro y Puebla, esto por la

---

<sup>30</sup> Se muestra en el capítulo número uno, en la parte de 1.2.1.

<sup>31</sup> Como lo maneja SECTUR.

<sup>32</sup> Esta estimación, está realizada y mediada según datos de SECTUR, pero en los documentos consultados no hace referencia a una cifra específica.

cercanía que tienen a Costa Esmeralda y que de acuerdo a la aplicación de la herramienta son los lugares de procedencia frecuentes.

### **3.2.5. Oferta.**

En el área de interés, existen como competencia indirecta<sup>33</sup>, dos hoteles con clasificación de cinco estrellas y tres estrellas, ninguno de los servicios que brinda son de índole ecológica, resguardo o restauración del ambiente, sus clientes viajan en familias grandes o pequeñas, buscando actividades de turismo de masas enfocado a sol y playa, sus precios son accesibles y entre sus ventajas se les brinda el desayuno; en temporada alta los hoteles se llenan y las personas buscan otros puntos de hospedaje, por lo cual la derrama monetaria no se queda en la Vigüeta.

La investigación de la oferta, se realizó con la exploración de campo, visitas a los hoteles así como entrevistas no guiadas, de lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Existen dos hoteles que se encuentran en la zona de la Vigüeta, su localización es sobre la carretera 180 Poza Rica – Nautla, Congregación de la Vigüeta, Costa Esmeralda, Veracruz.

En la siguiente tabla, se consideran las características, clasificación, y precios; cabe mencionar que no se incluyó la capacidad de cada uno de los hoteles, ya que en la investigación de campo fue una información no fácil de acceder por política de las empresas

---

<sup>33</sup> En este caso se maneja como competencia indirecta ya que aunque el servicio tenga el mismo objetivo de hospedaje, no tiene la misma filosofía (cuidado ambiental) ni el mismo uso (pernocta en casa de campaña), eso permite tener diferencias.

Tabla 17. Competencia de hospedaje.

Empresa.	Características.	Clasificación.	Costos.
<p><b>El doral</b></p> 	<p>Playa propia.                      Alberca y Chapoteadero.                      Palapa de lectura.                      Masajes de relajación.                      Sauna.                      Restaurante.                      Servicio a la habitación.                      Mesas de Pool.                      Sala de juntas.                      Teléfono.                      Estacionamiento techado.                      Cajas de seguridad.                      Servicio de lavandería.                      Gimnasio.                      Tienda de artículos.                      Uso de calentadores solares.</p>	5 estrellas.	<p>\$300.00 por habitación doble,                      \$890.00 por suite.                      Ambos con tipo continental.</p>
<p><b>Estrella de mar.</b></p> 	<p>Playa propia.                      Alberca y Chapoteadero.                      Servicio a la habitación.                      Teléfono.                      Estacionamiento techado.                      Cajas de seguridad.                      Servicio de lavandería.                      Camastros.</p>	3 estrellas	\$575.00 por persona.

Referencia: elaboración propia basada en la información de la investigación, 2011.

La falta de competencia directa con el proyecto de ecocampamento, se denota en que no existe ningún campamento con tendencias ecoturísticas cercanas al lugar del proyecto, es decir, que no existe en la comunidad ni en la playa de la Congregación y existe una ausencia de servicios ecoturísticos.

### 3.2.6. Mercado<sup>34</sup>:

Después del análisis de la oferta que se encuentra en la Vigüeta, se realizó el análisis del mercado de la zona y que es constante y más en temporada como Semana Santa y puentes vacacionales.

- Familias o grupos de amigos de 5 o más integrantes.
- Buscan actividades de descanso con base en sol, playa y antros<sup>35</sup>.
- Algunos llegan en autobús<sup>36</sup> y otros tantos en carro particular.
- Buscan hospedaje barato que incluya desayuno.
- Viajan fines de semana, puentes y/o vacaciones.

<sup>34</sup> Esta parte de llevó a cabo con la observación no guiada en la parte de afuera de los hoteles y así mismo preguntando en la recepción.

<sup>35</sup> Centro de diversión nocturna discotecas.

<sup>36</sup> Existe una central de autobuses ADO en el centro del municipio.

- Su gasto mayor es en alimentos y bebidas<sup>37</sup>.
- No buscan servicios específicos en cuestiones del cuidado del medio.
- Viajan a lugares cercanos, siempre teniendo en cuenta el hotel cercano a la playa.
- Gastos promedio por día e individual (hospedaje, alimentos, bebidas y movilidad) \$1200.00.

### 3.2.7 Precios de la competencia.

En esta parte, es difícil definir el precio medio de la competencia, ya que aunque es el mismo tipo de servicio (pernocta), la filosofía y uso no es el mismo, por lo cual se hizo una investigación más acerca de algunos campamentos verdes los cuales se encuentran lejanos al predio 2 de Larios y Malpica, los servicios que tienen son de espacios destinados al ecoturismo y asientan como objetivo principal la pernocta en áreas verdes.

La siguiente tabla muestra campamentos con características ecológicas, que están dentro de la oferta:

Tabla 18. Campamentos ecológicos, competencia indirecta.

Campamento ecológico.	Precios.	Características.	Hospedaje.
Campamento Tortuguero Tecolutla Vida Milenaria. (Véase ilustración 13 y 14).	\$600.00 por persona.	Empresa comunitaria. Con opción a soltar una tortuga al mar <sup>38</sup> . Sin alimentos. Tiendas de suvenires. Educación escolar. El servicio de hospedaje es opcional. Se encuentra sobre la playa Tecolutla.	Cabaña comunitaria. Casa de campaña. Sin hospedaje.
Campamento Jabalí, Querétaro.	\$2.100.00 por persona	Empresa comunitaria <sup>39</sup> . 3 alimentos. Tecnología verde. Servicio a la tienda. Guía. Cuatrimotos. Se encuentra al lado del río Estorax en la Sierra Gorda Querétaro.	Tiendas tipo safari de lujo ( <i>glamcamping</i> ).
Campamento laguna de la media luna, San Luis Potosí.	\$120.00 por casa de campaña.	Empresa comunal. Tiendas de alimentos. Tiendas de suvenires. Tiendas de buceo. Sin actividades verdes planeadas. Se ubica dentro de la reserva de la laguna del mamut, en San Luis Potosí.	Casa de campaña.

Referencia: elaboración propia, basada en experiencia propia en los campamentos citados.

<sup>37</sup> Entrevista no guiada a los dueños del hotel, quienes administran y brindan recepción.

<sup>38</sup> Solo en temporada de desove.

<sup>39</sup> En este caso de la empresa comunitaria, es difícil llamarle así, ya que los pobladores cercanos dicen que los comunales solo son prestanombres.

## *Estudio de Factibilidad*

Las siguientes fotografías 21 y 22, son una muestra del campamento Tortuguero Vida Milenaria, que se encuentra sobre la playa de Tecolutla; sus servicios son en educación referente a tortugas, el cuidado al medio ambiente y la liberación de tortugas; este servicio se brinda a escuelas, grupos y personas de la comunidad quienes son sensibilizados para el cuidado de las tortugas. En época de desove de tortugas, brindan el servicio de liberación que se realiza en la noche.

Fotografía 18. Campamento Tortuguero Vida Milenaria, Tecolutla.



Referencia: D.O.C

Fotografía 19. Cedulas del campamento Tortuguero Vida Milenaria.



Referencia: D.O.C

### **3.2.8. Precio del servicio.**

Para el 2009 existía un rango de precios a nivel nacional, que se manejaba en cuestión de hospedaje para hoteles y moteles dependiendo de la categoría, la temporada, ubicación así como los servicios que se ofrecen; con los cambios dados en la SECTUR, este stock desapareció y ahora los hoteles y moteles colocan y hacen saber sus precios de forma individual.

La inexistencia del stock de precios para los servicios alternativos de hospedaje como son los campamentos, se refleja en este estudio de mercado ya que no existe una referencia gubernamental a tomar.

Por lo tanto, en cuanto a la definición del precio se decretó al realizar una media entre lo propuesto, lo que suelen pagar los campistas en las preguntas de la encuesta, así como los precios manejados por los campamentos ecológicos antes mencionados.

Por lo anterior, los servicios que se manejarán en el ecocampamento serán por paquete y quedan de la siguiente manera:

Tabla 19. Precios del servicio de ecocampamento.

Paquetes	Precio
Paquete 1	\$ 600.00
Paquete 2	\$ 1,200.00
Paquete 3	\$ 1,750.00

Referencia: elaboración propia, basada en la herramienta aplicada.

Los precios decididos para este proyecto, están basados en el número de personas que integra la capacidad de casa de campaña, los servicios incluidos, además de que se comparan con zonas de campamento con servicios ecológicos; también se tomó en cuenta el estudio de mercado respecto a cuánto es lo máximo que están dispuestos a pagar por la pernocta en una zona de ecocampamento (remitirse a la gráfica número 17), además de que los costos son razonables en cuestión de la oferta que se pretende tener y la media de los campamentos verdes en México.

### **3.2.9. Canales de distribución.**

Aunque México es nuevo en la apertura de espacios para la distribución de información del ecoturismo (SECTUR, 2011), existen algunas asociaciones o eventos de talla nacional e internacional que dan a conocer servicios mexicanos de índole ecológica, lo que permite que el mercado los conozca y se acerque a este tipo de servicios.

En la época actual, el uso de las redes sociales, páginas de libre y rápido acceso, permiten brindar información del servicio de forma directa y es uno de los mejores canales de distribución entre la gente joven así como conocedores del ecoturismo que buscan servicios sustentables, diferenciados o especializados; sin olvidar que son vías de comunicación de talla mundial.

La tabla siguiente, muestra los canales de distribución que permitirán hacer llegar la información a los posibles consumidores de servicios de pernocta en el ecocampamento.

Tabla 20. Canales de distribución.

Asociación	Características
Expo en-verdeser.	WTC ciudad de México. Bianual. Expositores de turismo verde. Productos sustentables. Servicios en cuestiones sustentables. Empresas mexicanas.
Equipo lohechoenmexico.com	Página de internet. Conocimiento de empresas diversas mexicanas. Tiene un apartado especial para el turismo.
Asociación Mexicana de Acampadores.	Expertos en campismo. Conocedores de sistemas ecológicos. Trabajo conjunto con otros clubes. Expos de asociaciones nacionales.
Expo Aventura y Ecoturismo México.	Expositores mexicanos y extranjeros. Productos en cuestión del campismo. Anual. Ciudad de México
Redes sociales.	Facebook. Twiterr.

Referencia: Elaboración propia. Octubre 2011.

### **3.3. Estudio técnico.**

Haciendo remembranza de lo que corresponde al estudio técnico, recordemos que:

Representa a la ingeniería básica del proyecto y despliega los elementos que ayudan a describir los insumos para la funcionalidad del plan de una forma detallada, para esto se requiere conocer:

## *Estudio de Factibilidad*

- Descripción física a través de los detalles de insumos.
- Descripción del proceso legal.
- Localización.
- Financiamiento.

Para este apartado de la investigación, se realizó un trabajo de escritorio y de campo, donde se muestra el servicio definido de forma general, su función, el uso y significado; así como las primeras ideas generadas, para su aprobación o desaprobación.

En primer lugar, se realizó un boceto para la definición de las ideas del proyecto, que permitió hacer una diferenciación de los demás servicios con características ecológicas en campamentos, (ceranos y lejanos al predio) que cumplen con los parámetros<sup>40</sup> planteados y descritos en el primer capítulo.

Para tener en cuenta las ideas que se van dando poco a poco en la planeación y definición de un servicio bien estructurado de hospedaje verde; la siguiente tabla muestra:

Ideas generales: las ideas primeras que se obtuvieron después de definir el tipo de rubro que corresponde a la inversión.

Ideas definidas: después de haber sido aprobadas, se realizó la definición y aprobación de las ideas específicas.

---

<sup>40</sup> Descripción general, función, uso, significado y filosofía.

Tabla 21. Generación de ideas.

Ideas generales	Ideas definidas.
Actividades de reeducación en ecología.	Si, ya que son sistemas básicos de reeducación.
Apertura familiar.	Donde los ecocampistas adapten las formas de vida ecológica del ambiente.
Cabañas.	No, porque rompería con el esquema de lo que es el campismo.
Campamentos.	Si, por el uso de casas de campaña.
Captador de agua de lluvia.	Para poder regar los espacios verdes.
Casa de campaña.	Rentadas o uso del campista.
Ecología.	Plataforma principal de educación en el ecocampamento.
Empresa pequeña.	No, empresa familiar por el financiamiento usado en el proyecto.
Expectativas ecológicas con apertura para el viajero de familia grande.	Si, brindará un espacio de conocimiento útil para las familias grandes.
Financiamiento externo.	No, porque el financiamiento se hará familiar.
Financiamiento familiar.	Uso de las ahorros y jubilaciones familiares.
Gestión familiar.	Si, ya que va a permitir una mayor soltura en la parte administrativa.
Mochila al hombro.	Si, son personas que buscan el conocer, disfrutar y aprender.
Palapas.	Si, ya que van a permitir el resguardo de las casas de campaña.
Palmeras.	Si, brindaran delimitación al predio.
Piscina.	No, porque rompe con el esquema del ecoturismo y el mantenimiento es muy caro.
Precios accesibles.	Precios justos.
Recreación.	Talleres y actividades planeadas.
Talleres verdes.	Concientización. Reciclaje. Uso sustentable del agua. Entre otras.
Tecnología verde.	Va a permitir hacer un sistema holístico en el ecocampamento.
Viajero especializado.	Si, ya que puede ampliar sus conocimientos de campismo y del medio.
Zonas verdes.	Si, por el uso recreativo que se les puede dar.

Referencia: elaboración propia, septiembre 2011.

### 3.3.1. Definición física del servicio

Después del análisis y esclarecimiento de los servicios, se puede hacer la definición general:

Servicio de hospedaje, a través de un ecocampamento, es decir hospedaje en casas de campaña sean o no propias del viajero<sup>41</sup>, resguardadas en palapas hechas del material de la región (hoja de palmera o palapa y como base troncos de palma) es decir hechas de forma vernácula, donde la apertura va de ecoturistas especializados a turistas con el deseo del aprendizaje en campismo así mismo el cuidado del contexto verde, se contará con precios accesibles -para el viajero así como para los socios-, se tendrá como base el sistema natural y cultural, donde a través de talleres de reeducación en materia del respeto del ambiente, se pretende realizar una sensibilización de la necesidad de cuidar y respetar el medio.

Reconocer y saber el tipo de empresa y cómo estará conformada, pretende darle un espacio legal y así mismo cumplir con los lineamientos reglamentarios y vigentes en los tres niveles de gobierno: municipal, estatal y federal, que va a permitir proporcionar un giro con un esquema de empresa responsable con el medio.

En la parte financiera, en especial la parte del financiamiento se hará por medio de socios familiares, que tienen en su historia de vida invertir sus ahorros y así mismo sus jubilaciones e iniciar una empresa familiar en la rama del turismo verde: ecoturismo.

Se hará la proyección financiera de rentabilidad económica así como la cantidad de la inversión total e inicial; para esto se utilizará un sistema de proyección llamado SAAFI.

Dada la descripción general anterior, es importante delimitar cuatro situaciones que van a permitir concretar con más claridad la definición del servicio y que en un futuro se va a tener con más refulgencia las expectativas a cumplir, estas son:

**Función:** hospedaje en casas de campaña.

**Uso:** hospedaje verde, eco tecnologías, palapas, talleres, precios justos, reeducación.

---

<sup>41</sup> Ya que van a existir algunas en inventario para rentarlas a aquellos que no cuenten o que necesiten más.

**Significado:** campismo en una zona segura, reeducación en cuestión del cuidado del medio ambiente y uso de eco tecnologías para crear una conciencia verde.

**Filosofía:** hospedaje en un área haciendo uso de tecnología verde, con precios justos.

**Especialización:** servicio de hospedaje ecológico, en un concepto de escoutismo: ecocampismo.

**Servicios secundarios:** para complementar los servicios, esta parte de la investigación, según la herramienta aplicada, se determinó que para este ecocampamento los servicios secundarios se dan de la siguiente manera<sup>42</sup>:

- Observación de fauna.
- Observación de flora.
- Caminata.
- Safari fotográfico.
- Observación sideral.
- Ciclismo.
- Taller de reciclaje.
- Taller de cuidado de agua.
- Taller de sensibilización.

Para poder llevar a cabo las anteriores actividades, se necesitarán reservación previa para prevenir el material a utilizar, el número de personas así como las fechas y los costos de acercamiento.

Aunque el servicio principal es el alojamiento en casa de campaña, va acompañado de servicios secundarios que se dividen en tres paquetes (observar tabla 22), los paquetes son a escoger por el ecocampista, y el número de actividades.

Las actividades de cada uno de los paquetes se llevaran a cabo en los días que vayan a estar utilizando las instalaciones del ecocampamento, estas se pueden escoger dependiendo de los intereses de cada uno de los grupos de

---

<sup>42</sup> Véase la gráfica número 18 que muestra los servicios que fueron escogidos con más frecuencia en la herramienta aplicada.

ecocampistas a recibir; teniendo un guía o un tallerista; se toma en cuenta las edades para poder brindar la información necesaria.

Tabla 22. Paquetes.

Paquetes.	Características.
Paquete 1.	Casa de campaña para 2 personas y 1 actividad y 1 taller a escoger por tiempo de pernocta.
Paquete 2.	Casa de campaña para 4 personas y 2 actividades y 1 taller a escoger, por pernocta.
Paquete 3.	Casa de campaña para 6 personas y 2 actividades y 1 taller a escoger, por pernocta.

Referencia: Elaboración propia.

La tabla 22, explica la manera en que están distribuidas las casas de campaña, seis por cada ocupación (según la distribución propuesta, véase croquis de las instalaciones), es decir en total existirán 18 casas de campaña que es el número de existencia para uso, la cantidad de usuarios por casa de campaña son: dos, cuatro y seis; el porcentaje al que semanalmente estará en uso el ecocampamento es de 94%, según la herramienta aplicada de la frecuencia con que salen a acampar; se muestra el costo por paquete y los ingresos mensuales y anuales.

Tabla 23. Visualización de los ingresos por existencia.

Existencia c/c <sup>43</sup> .	# personas por c/c.	Semanal.	Mensual.	Costo.	Ingreso mensual.	Ingreso anual.
6	2	8	32	\$ 600.00	\$ 19,200.00	\$230,400.00
6	4	24	96	\$ 1,200.00	\$ 115,200.00	\$1,382.400.00
6	6	36	144	\$ 1,750.00	\$252,000.00	\$3,024.000.00
18		68	256			\$4,606.800.00

Referencia: elaboración propia.

Los insumos son una parte importante para un ecocampamento, ya que estos permitirán que el ecocampista tengo los materiales a su disposición y para su uso; y así mismo el capital humano tengo las herramientas necesarias para desempeñar su trabajo a gusto, sin retrasos, en tiempo y forma.

La tabla número 23, muestra los insumos en materiales para la construcción, las actividades y de aseo personal; muestra a los proveedores, la presentación del

<sup>43</sup> c/c casa de campaña.

## *Estudio de Factibilidad*

insumo, la cantidad necesaria para el proyecto, su costo unitario y el costo total por insumo, y por último el total del costo en insumos.

El área administrativa también requiere de ciertos insumos administrativos (tabla 25) que harán funcionar la empresa, como es material de oficina se muestran características, costos unitarios, número de piezas y su precio total.

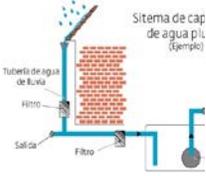
Y finalizando con esta sección, se muestra la última tabla (26) donde se exponen los tres niveles de gobierno para el pago de requisitos legales para poner en funcionamiento el ecocampamento

Tabla 24. Insumos.

Insumo	Proveedor	Presentación	Cantidad	Costo unitario <sup>44</sup>	Costo total
Palapas para casas de campaña 	Palaperos	Construcción estilo vernácula. Bases de 15 cm de profundidad de cemento. Postes de tronco de palma. Techo de palapa. Forma plana.			
		4.0 m x 3.0m.	6	\$3,000.00	\$48,200.00
		3.0m x 2.5m.	6	\$2,300.00	
		3.5m x 3.0m.	6	\$2,400.00	
		2.0m x 2.0m.	4	\$ 2,000.00	
Palapa de actividades. 	Palapa's Chuy	Construcción estilo vernácula. Bases de 15 cm de profundidad de cemento. Postes de tronco de palma. Techo levantado forma de casa. 10 m de largo por 6 m de ancho.	1	\$9,000.00	\$9,000.00

<sup>44</sup> Precios basados en 2011.

## *Estudio de Factibilidad*

<p>Colector de agua de lluvia.</p> 	<p>Grupedsac</p>	<p>10x10x7 metros. Funcional en todas las temporadas climáticas. El agua de lluvia es gratis. Al implementar este sistema se reduce tu pago de agua. El agua de lluvia es libre de sodio. Los sistemas requieren muy poco y fácil mantenimiento. El sistema puede instalarse en la mayoría de los tejados o espacio al aire libre. Incluye filtrador de agua para volverla potable y de uso humano.</p>	<p>1</p>	<p>\$20,000.00</p>	<p>\$20,000.00</p>
<p>Casas de campaña.</p> 	<p>Swiss Camp</p>	<p>Sistema <i>climatix</i>. Piso a prueba de agua. Costuras reforzadas. Armado rápido. Dos Personas: 1.2 metros x 2 metros. Tres Personas: 1.4 metros x 2 metros. Cuatro Personas: 2.1 metros x 2.10 metros</p>	<p>6 6 6</p>	<p>\$325.00 \$500.00 \$630.00</p>	<p>\$8,730.00</p>
<p>Bicicletas de montaña.</p> 	<p>Benotto.</p>	<p>Suspensión trasera. Amortiguadores. Permiten todo terreno. Peso de 10 km. Aluminio. Facilidad de montaje.</p>	<p>10</p>	<p>\$2,000.00</p>	<p>\$20,000.00</p>
<p>Planta eléctrica solar micro rural.</p>	<p>SAECSA</p>	<p>Sistema generador fotovoltaico de 20W-h. Controlador de bloqueo de carga de 5 Amp. Centro de carga electro solar.</p>	<p>1</p>	<p>\$11,160.00</p>	<p>\$11,160.00</p>

*Estudio de Factibilidad*

		<p>Sistema inversor de 300 Watts. Gabinete metálico para intemperie.</p>			
<p>Lámparas solares</p> 	<p>MR, Vanguardia Urbana</p>	<p>Instalación fácil, rápida y económica. LEDs de última generación de luz blanca y alta eficiencia, 100 lm/W Sistema inteligente para la optimización de energía y desempeño Panel solar ajustable con ángulos de 0° a 360° horizontal Resistente al agua,</p>	<p>2</p>	<p>\$6,000.00</p>	<p>\$12,000.00</p>
<p>Cerco eléctrico.</p> 	<p>SAECSA</p>	<p>Batería electro solar. Cerco para 5.000 m. 200 kg de alambre, 1.5 acerado. 12 tensores permanentes. 21 empuñadores. 20 aisladores para puerta reforzado. 50 m cable doble aislado para tierra. 500 aisladores de plástico de anillo robusto.</p>		<p>\$19,189.00</p>	<p>\$19,189.00</p>
<p>Baño saniseco básico.</p> 	<p>IEPSA</p>	<p>Resina poliéster reforzado con fibra de vidrio. Ligero a la manipulación y transporte. Ahorro en costo y con respecto a materiales Higiénico. Vida útil larga (25 años o más con los cuidados necesarios) El material soporta un peso de 150 kg. No requiere agua. Taza con tapa. Dos contenedores para los desechos.</p>	<p>4</p>	<p>\$ 4,780.00</p>	<p>\$19,120.00</p>

*Estudio de Factibilidad*

<p>Mingitorio seco.</p> 	<p>IEPSA</p>	<p>Resina poliéster reforzado con fibra de vidrio. Ligero a la manipulación y transporte. Ahorro en costo y con respecto a materiales Higiénicos. No requiere agua Su forma permite que la orina baje sin necesidad de agua.</p>	<p>2</p>	<p>\$720.00 \$360.00</p>	
<p>Regaderas ahorradoras.</p>		<p>El volumen de agua es suficiente y confortable sin desperdiciar. Resistente al agua caliente. No es restrictor. Ahorra el 80% de agua, a mayor presión mayor ahorro. Fácil de instalar 5 años de garantía contra defecto de fabricación.</p>	<p>4</p>	<p>\$ 80.00</p>	<p>\$ 320.00</p>
<p>Botes de basura.</p>	<p>IEPSA</p>	<p>Colores determinantes según los desechos. Capacidad para acumular 20 kilogramos. Tapas que guardan los olores y no permite filtraciones de agua.</p>	<p>6</p>	<p>\$70.00</p>	<p>\$420.00</p>
<p>Palmeras.</p> 	<p>Invernadero municipal.</p>	<p>Endémica de la zona. Altura correcta para plantarlas y se den. Raíz larga.</p>	<p>20</p>	<p>\$ 15.00</p>	<p>\$300.00</p>
<p>Señalamientos.</p> 	<p>Proyectos en Seguridad y Ecología Aplicada</p>	<p>25x35 cm Cumple con: NOM-003-SEGOB-2002. Los colores son distintos dependiendo del tipo de señalamiento.</p>	<p>17</p>	<p>\$ 26.00</p>	<p>\$ 442.00</p>

*Estudio de Factibilidad*

  					
<p>Extintores.</p> 	Baher.	<p>PQS ideales para cualquier tipo de fuego (A-B-C).                  Carta responsiva para fines de protección civil.                  4,5kg.                  Soporte y señalamiento.</p>	5	\$ 375.00.	\$ 1,875.00
<p>Megáfono</p> 	STEREN	<p>Potencia de 10 <i>watts</i>.                  Alcance de 400 metros.                  Correa para colgar al hombro.                  Construido de material resistente al calor.                  Control de volumen.                  1.65 kilogramos.</p>	2	\$880.00	\$ 1,760.00
<p>Bocina de emergencia</p> 	Air Horn.	<p>Bocina Náutica con bomba de aire manual.                  Sirena de aire.                  Con estuche para su fácil guardado.                  Sonido alto para poder ser escuchado en un ambiente libre</p>	2	\$210.00	\$ 420.00
<p>Tabla de inmovilización.</p> 		<p>Fabricada en polietileno de alta densidad.                  Excelente resistencia a la flexión.                  Radio translúcida a los rayos X.                  Totalmente impermeable, no absorbente.                  Muy fácil de limpiar.                  Con Manijas Anatómicas para trasladar de manera eficaz.</p>	1	\$ 979.86	\$ 979.86
<p>Botiquín de auxilio.</p>	Holistic sinidet.	<p>Resistente al agua.                  Térmico.                  Estetoscopio.                  Barómetro.                  1 apósito grande (para heridas y</p>	1	\$ 1,550.00	\$ 1,550.00

## *Estudio de Factibilidad*

	<p>hemorragias severas).                  2 apósitos chicos.                  1 abate lenguas de plástico.                  1 tijeras de trauma grandes.                  1 pupilera.                  1 férula moldeable de 36".                  1 sabana térmica 52" X 84".                  1 kit de parto de emergencia completo.                  1 bote de agua oxigenada.</p>	
Total		\$ 176,185.86

Referencia: elaboración propia, basada en los precios de las empresas

Tabla 25. Insumos del área administrativa.

Insumo	Proveedor	Presentación	Cantidad	Costo unitario <sup>45</sup>	Costo final
Línea telefónica con internet.	Megacable	Telefonía empresarial. Llamadas nacionales ilimitadas. Llamadas locales ilimitadas Resolución alta en internet con 4gb Pago mensual vía internet.	1	\$ 580.00 <sup>46</sup> \$ 359.00 <sup>47</sup>	\$ 580.00
Computadora.	MAC	Procesadores exprés. Antivirus internacional. Gráficos exponenciales Pantalla de 14" Facilidad de manejo para pequeña empresas	1	\$ 14.550.00	\$ 14,550.00
Total.					\$ 15,130.00

Referencia: elaboración propia. Basada en precios de la empresa.

<sup>45</sup> Precios basados en el 2011.

<sup>46</sup> Costo de instalación y contrato.

<sup>47</sup> Costo mensual de renta.

Tabla 26. Requisitos legales para la puesta en marcha.

Nivel Gubernamental	Requisitos	Costo total
Federal	Trámite de inscripción del formato R.N.T.1. (Anexo 2).	\$ 1,791.00 <sup>48</sup>
Estatad	Trámite de inscripción al sistema de hospedaje estatal.	\$ 890.00 <sup>49</sup>
Municipal	Impuestos de funcionamiento estatales.	\$ 1,897.00 <sup>50</sup>
TOTAL		\$ 4,578.00

Referencia: elaboración propia basada en SECTUR, VERATUR y Turismo de Tecolutla.

### 3.3.2. Localización del proyecto.

Después de la descripción dada de la ubicación del predio y sus alrededores en el capítulo número dos; es importante dar a conocer la micro localización y distribución de las instalaciones dentro del predio, que da referencia a las necesidades de los ecocampistas y el equipamiento necesario para su estadía.

La razón del por qué las instalaciones dan la espalda a la entrada es: cuando el viento viene por la parte del mar, trae consigo arena y agua salada, al ser casas de campaña tiene ventilaciones por las cuales pasa el viento y las llegan a romper y ensuciar y es una situación que se quiere evitar.

De acuerdo a la descripción de la ubicación de las instalaciones del predio, el espacio está dividido en nueve áreas, que permiten observar la distribución y la ubicación del ecocampamento.

**Verde bandera:** zonifica la Ciénaga el Fuerte, quedando en la parte trasera del ecocampamento, pero dándole vista desde la zona de campamento.

**Verde:** áreas verdes comunes de actividades de recreación, quedando en las orillas del ecocampamento.

**Azul marino:** captador de agua de lluvia, para uso humano, localizándose cercano a la ciénaga, ya que permite filtraciones a los mantos acuíferos sin dañarlos.

<sup>48</sup> Anual.

<sup>49</sup> Anual.

<sup>50</sup> Anual.

## *Estudio de Factibilidad*

**Azul claro:** regaderas y lava manos, el agua es tomada del captador de agua de lluvia.

**Café oscuro:** representa a los baños secos.

**Café claro:** representa la ubicación de la zona de campamento donde se instalaran las palapas. Las palapas son dobles, es decir que caben dos casas de campaña en cada una de ellas.

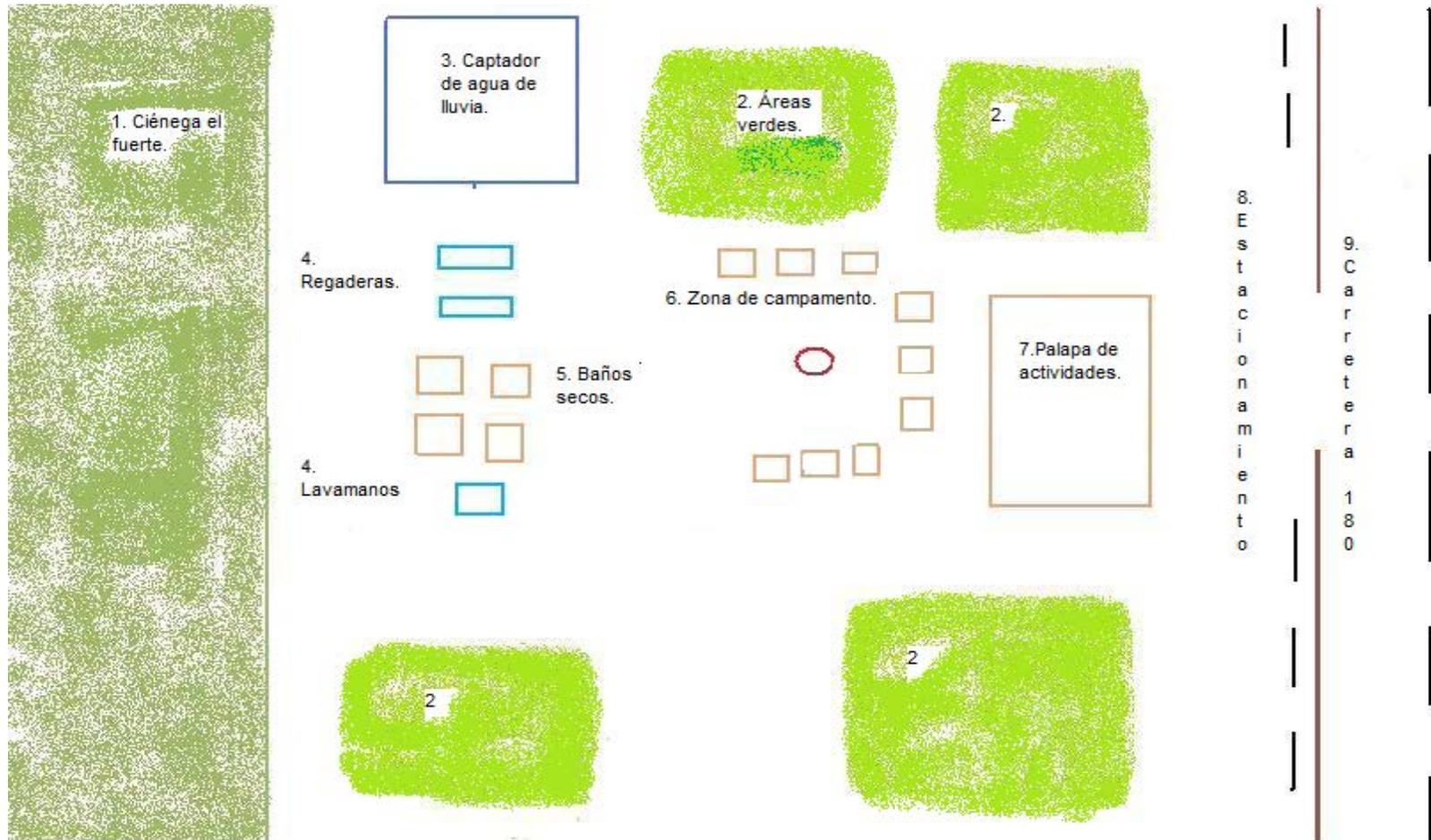
**Café claro:** palapa de actividades, talleres y recepción de grupos.

**Espacio punteado:** estacionamiento del ecocampamento.

**Espacio punteado continuo:** carretera federal número 18.

*Estudio de Factibilidad*

Croquis 1. Micro ubicación del ecocampamento (instalaciones).



Referencia:D.O.C.

### **3.3.3. Planificación del recurso humano.**

Para sustentar que el servicio sea de calidad, emprendedor, seguro, de confianza, confortable y sustentable; que cumpla con las expectativas del ecocampista, así como los lineamientos del ecoturismo; está apegado a lo que en el primer capítulo se definió como ecocampismo; además de tener los procesos legales en orden así como los pagos fiscales; es necesario contar con un equipo de trabajo ya que son la clave del servicio y permiten estar comprometidos con la calidad.

Existen cinco características especiales para que el personal pueda cumplir con los objetivos, misión y visión de la empresa:

- Cortez.
- Cordial.
- Eficiente.
- Pulcro.
- Capaz de brindar un buen servicio.

El número total de personas necesarias para que el proyecto tenga un buen funcionamiento, es de seis personas, teniendo en cuenta que el contador está dentro del personal *staff*, ya que no estará inmiscuido en las tomas de decisiones ni en contacto con los ecocampistas.

En la siguiente tabla se muestra el nombre del puesto, el número de personas necesarias por puesto, el perfil y las responsabilidades necesarias para formar parte del equipo del ecocampamento:

*Estudio de Factibilidad*

Tabla 26. Recurso humano.

Nombre del puesto	Personas requeridas	Perfil	Responsabilidades
Administrador.	1	<p>Persona carismática con iniciativa que le permita desenvolverse en trabajo en equipo.                      Trabajo en equipo.                      Conocimientos de Office, manejo de internet.                      Capacidad de colaboración.                      Propositivo.                      Sexo indistinto.</p>	<p>Formulación de estrategias.                      Planeación de la sucesión administrativa.                      Estrategias administrativas para una mejor función con el personal.                      Determinar proveedores y el cumplimiento de estos.                      Procedimientos administrativos y fiscales.                      Perspectivas basadas en la renovación de ideas.                      Delegación de responsabilidades dependiendo el caso.                      Estar dispuesto a las capacitaciones en cuestión al medio.</p>
Contador.	1	<p>Persona comprometida con la formación contable.                      Responsable.                      Honesta.                      Disciplinada.                      Promotora del cambio y el desarrollo social.                      Sexo indistinto</p>	<p>Visión de los objetivos y estrategias                      Elaborar nómina.                      Elaborar mensualmente estados financieros.                      Operar sistemas de cómputo y comunicación para el proceso de la información financiera                      Fundamentar toma de decisiones basados en el análisis de la información financiera.                      Efectuar pagos de impuestos.</p>
Recepcionista.	1	<p>Persona comprometida con el servicio                      Disciplina.                      Ordenada con ganas de hacer la diferencia en el desempeño laboral.                      Carismática.                      Alto desempeño laboral.                      Sexo indistinto.</p>	<p>Atender al personal y público en general.                      Expresarse y comunicarse correcta y claramente.                      Seguir instrucciones orales y escritas.                      Recibir mensajes.                      Tratar en forma cortés al público en general.                      Realizar reservaciones.                      Brindar información concreta del ecocampamento.                      Conocer sistemas computacionales para efectuar reservaciones vía Internet y control de entradas y salidas.                      Disposición a tomar cursos en pro de la protección del medio.</p>

## *Estudio de Factibilidad*

Jefe de mantenimiento	1	<p>Persona comprometida.                      Ordenada.                      Sincera.                      Alto empeño laboral.                      Gusto por el trato directo con el cliente.                      De preferencia hombre.</p>	<p>Coordinar las reparaciones con los proveedores de servicios externos.                      Confeccionar el Plan Anual de mantenimiento.                      Coordinar los cursos de capacitación de seguridad.                      Solicitar la provisión de materiales a los diferentes sectores.                      Tener en cuenta los insumos necesarios para el personal de limpieza.                      Disposición a tomar cursos en pro de la protección del medio.</p>
Tallerista y guía.	2	<p>Persona ordenada.                      Comprometida.                      Gusto por enseñar.                      Valores en cuestión al cuidado del medio.                      Facilidad de palabra.                      Alto desempeño laboral.                      Trabajo en equipo.                      Sexo indistinto.                      Ser líder.</p>	<p>Conocimientos generales sobre la actividad turística.                      Conocimientos generales sobre la función del guía de turismo.                      Conocimientos del Mercado Turístico.                      Conocimientos sobre el Patrimonio Cultural y Natural en general.                      Destreza para comunicar, orientar e informar.                      Habilidad para la conducción de grupos.                      Experiencia para promover actividades de animación.                      Habilidad para supervisar.                      Habilidad para elaborar informes.                      Disposición a tomar cursos en pro de la protección del medio.</p>
Personal de limpieza.	1	<p>Receptividad ante las instrucciones recibidas.                      Seguimiento de un plan de trabajo.                      Facilidad de adaptación a las nuevas tecnologías verdes.                      Responsabilidad y capacidad de seguir un método de trabajo.                      Organizado.                      Capacidad de trabajo en equipo.                      Pulcritud.                      Eficiencia.                      Resistencia a largos períodos de pie.                      Sexo indistinto.</p>	<p>Mantener limpias las áreas comunes.                      Conservar limpios y secos los sanitarios.                      Limpiar regularmente las regaderas.                      Realizar reportes del material para su trabajo.                      Revisar la basura para checar si está separada adecuadamente.                      Limpieza de las casas de campaña.                      Limpieza de las palapas.                      Limpieza de la palapa principal.</p>

## *Estudio de Factibilidad*

Vigilante.	1	Buena memoria para identificar a las personas que entran al ecocampamento. Responsable. Puntual. Sexo masculino.	Vigilar las áreas alrededor del ecocampamento. Supervisar a las personas que ingresan al ecocampamento. Mantener limpia su área. Asegurarse de la entrada y salida de las personas y autos del ecocampamento. Realizar rondines frecuentes por el ecocampamento. Tener la disposición de aprender y tomar cursos de seguridad.
------------	---	---	---

Referencia: Elaboración propia, información tomada de los Manuales de puestos de la SECTUR, 1990.

El salario, está basado en las tablas nacionales por área geográfica y el municipio de Tecolutla Veracruz, pertenece al “C”; el salario mínimo en esta zona corresponde a \$ 59.08 y entro en vigencia el primero de enero 2012. Cabe mencionar que la empresa quiere ser responsable no solo en el sector ambiental, sino en el sector laboral, lo cual se verá reflejado en el salario recibiendo un porcentaje más alto de lo que marcan las tablas de salarios mínimos.

Tabla 27. Salarios netos.

Puesto.	Salario mínimo.	Salario mensual.
Administrador	\$ 236.32	\$ 6,000.00
Contador	_ <sup>51</sup>	\$ 5,544.00
Recepcionista	\$ 147.70	\$ 4,000.70
Jefe de mantenimiento	\$ 147.70	\$ 4,000.70
Tallerista	\$118.16	\$ 3,000.48
Guía	\$ 118.16	\$ 3,000.48
Personal de limpieza	\$ 88.62	\$ 2,200.30
Vigilante.	\$ 88.62	\$ 2,200.30

Referencia: Elaboración propia basada en [www.laeconomia.com.mx](http://www.laeconomia.com.mx).

### **3.3.4. Marco legal.**

Dentro de esta parte de la investigación, es importante determinar qué tipo de persona fiscal se necesita ser, para este proyecto en específico, es necesario darse de alta como Persona Moral, ya que va a permitir crear obligaciones y derechos.

Se define la empresa como Personal Moral, ya que es una agrupación de personas que se unieron para ser socios y que desean poner en marcha un negocio familiar que sea próspero y rentable.

Para tal caso, se necesita cubrir requisitos tales como:

Dirección: este es el lugar donde se tendrá la administración de la sociedad:  
Predio número 2 Larios y Malpica, Congregación la Vigüeta, Tecolutla Veracruz.

Razón social: Sociedad Anónima.

---

<sup>51</sup> Para el contador, se cuenta el salario aunque mensualmente no entrara en la nómina y su pago es por honorarios, ya que sus servicios serán requeridos solo en momento de entregas fiscales.

La empresa estará constituida como Sociedad Anónima, por los siguientes motivos:

La denominación de la empresa es libre, cerrando con las abreviaturas S.A, por lo tanto el nombre de la empresa queda de la siguiente manera: Ecocampamento ORCA S.A.

La empresa está compuesta por 5 socios quienes son familiares y cada uno de ellos aportará el mismo porcentaje de inversión.

Para la constitución legal del ecocampamento, como una Sociedad Anónima, es necesario realizar un contrato ante notario público que permita darle legalidad y así mismo poner las cláusulas necesarias para el funcionamiento legal correcto (véase anexo 2).

### **3.3.5. Financiamiento.**

El financiamiento para el proyecto del ecocampamento, está compuesta por dos actores, para cubrir el Monto Inicial Total de \$ 456.945.00; y se desglosa de la siguiente manera:

El capital propio consta de \$ 356.417.00, que representa el 78% de la inversión total que será dado por los socios del proyecto, que como se mencionó anteriormente es el ahorro y jubilaciones de una familia, esta inversión se divide entre 4 socios, que su aportación individual es.

El capital externo es de \$ 100.528.00 y representa el 22%, este a través de la Secretaría de Economía y su programa Capital Semilla, que apoya a nuevos inversionistas. Para este financiamiento, es necesario que los socios tengan el más del 15% del Monto de Inversión Total, para comprobar que el capital será usado de la manera correcta, además de que se necesita la parte de la comprobación para medir la factibilidad del proyecto.

### **3.4. Estudio administrativo.**

La definición del proceso de administración del ecocampamento, es un apoyo de la estructura de la dirección, consiste en realizar un plan con métodos estratégicos que permitan orientar hacia dónde va la empresa frente a su competencia y al mercado final, para eso se plantean claves para la empresa, permitiendo mantener una línea recta en la administración de la empresa:

#### **3.4.1. Misión.**

Brindar un servicio completo a los ecocampistas que requieren de una zona de hospedaje, re-educación y aprendizaje en cuestiones del ambiente del lugar; trabajando con profesionales que están siempre dispuestos a ofrecer sus conocimientos y su calidez para que nuestros clientes se sientan como en su casa.

#### **3.4.2. Visión.**

Posicionarnos en el mercado para ser el mejor servicio de ecocampamento, brindando calidad de hospedaje verde a nuestros ecoocampantes, teniendo como base el trabajo en equipo y una mirada sustentable para el ambiente receptor.

#### **3.4.3. Objetivos.**

General: brindar servicio de calidad a los ecocampistas, con una asistencia profesional y personal del equipo de trabajo.

Específicos:

- Ser una empresa líder en el mercado de hospedaje ecoturístico en el municipio de Tecoluitla.
- Elevar los márgenes de ganancia a través de estrategias administrativas y financieras.
- Brindar eficacia en el servicio.
- Ofrecer calidad en el equipo necesario para campismo verde.
- Crear políticas ambientales de respeto.
- Ofrecer enseñanza en cuestión del ambiente de la localidad.

#### **3.4.4. Políticas:**

- Ser un equipo especializado en el servicio de hospedaje verde.
- Realizar el servicio con calidad.
- Brindar precios justos para los tres actores involucrados en el servicio<sup>52</sup>.

---

<sup>52</sup> Administradores, trabajadores y ecocampistas.

- Ofrecer un servicio seleccionado y preparado con anticipación para satisfacer las necesidades específicas de nuestros campistas.
- Dar a conocer información específica y honesta del medio que rodea el ecocampamento.
- Mantener a largo plazo el concepto del cuidado del ambiente.
- Hacer uso correcto de las tecnologías verdes.
- Enfoque de satisfacción total al ecocampista.

#### **3.4.5. Valores:**

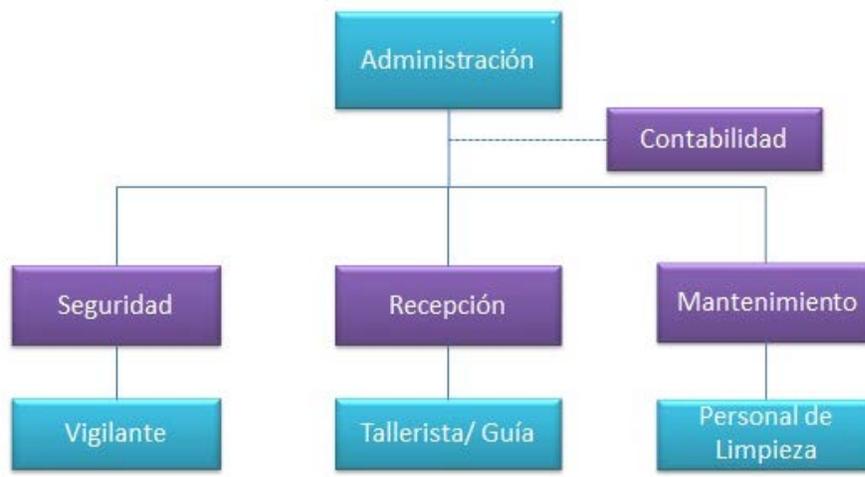
- Compromiso con el servicio.
- Responsabilidad ecológica.
- Responsabilidad social.
- Obligación de mantener al cliente satisfecho.
- Comunicación interna y externa con honestidad y respeto.
- Trabajo en equipo.
- Mirada al futuro verde.
- Responsabilizar al personal y a los socios para brindar estabilidad en las relaciones con los clientes.

#### **3.4.6. Organigrama:**

Como se mencionó en el capítulo uno, el organigrama a realizar, corresponde a la categoría de organigramas por su naturaleza y como sub-categoría de micro administrativos por ser una empresa pequeña.

La parte más alta del organigrama, estará ocupada por la persona encargada de administrar los movimientos de la empresa; el contador estará como personal *staff*; la administración tiene a su cargo repartir las tareas de funcionalidad para los puestos de seguridad, recepción y mantenimiento; cada uno de estos tiene personal a su disposición que son el vigilante, los tallerista y los guía y el personal de limpieza, todos ellos tendrán actividades específicas a realizar. La ilustración 20 muestra el organigrama.

Ilustración 20. Organigrama.



Referencia: D.O.C.

### 3.5. Estudio financiero.

El estudio financiero, permitió obtener tres aspectos importantes para evaluar la factibilidad financiera:

- Inversión inicial.
- Capital de trabajo.
- Inversión total.

Para esta sección de la investigación, se utilizó un sistema de apoyo para la evaluación financiera: SAAFI, que fue elaborado por Luis I. Sandoval Hernández, y su objetivo principal es, brindar una herramienta de apoyo automatizada para integración, cálculo y evaluación de los aspectos financieros de los proyectos.

La base de incremento en ventas por unidades, es del 15%; esta información fue retomada de las tendencias en cuestión al ecoturismo según SECTUR (2011).

El incremento en precio de venta anual para el sector terciario según INEGI, con base en el Indicador Global de la Actividad Económica (IGAE) es del 4.7% (<http://www.inegi.org>, 2012); para esta investigación, se quedara que el incremento anual promedio es del 4%, ya que el programa SAAFI, no acepta valores puntuados por porcentaje.

## *Estudio de Factibilidad*

La proyección del monto se muestra en la tabla número 28, donde se ven reflejadas la cantidad de ventas en los próximos diez años; además permite tener en cuenta la cantidad monetaria por la cual se está trabajando como meta anual.

Tabla 28. Monto de ventas anuales.

Año	Monto
1	\$3.672.000
2	\$4.546.266
3	\$5.628.687
4	\$6.968.821
5	\$8.628.027
6	\$9.288.934
7	\$10.000.466
8	\$10.766.502
9	\$11.591.215
10	\$12.479.102

Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

La siguiente tabla (29), muestra las proyecciones de las unidades por año en cuestión de ventas, el objetivo es tener la visión de un margen de rentabilidad por unidades vendidas anualmente.

Tabla 29. Unidades de ventas anuales.

Año	Unidades
1	2.592
2	2.981
3	3.428
4	3.942
5	4.533
6	4.533
7	4.533
8	4.533
9	4.533
10	4.533

Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

La tabla de Gastos del primer mes, muestra el concentrado de los activos fijos constantes que es de \$33.870.00, para llegar al resultado anterior, se toman en cuenta los gastos de administración, gastos de venta, y los sueldos a pagar.

Tabla 30. Gastos del primer mes.

Concentrado de gastos 1er. Mes		
Fijos	Monto	Sueldos
Gastos de Administración	\$ 359.00	\$ 33.011.00
Gastos de Venta	\$ 500.00	\$ -
Subtotales.	\$859.00	\$ 33,011.00
Total.	\$33,870.00	

Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

En la siguiente tabla, se manejan los costos de la materia prima necesaria para llevar a cabo las actividades, está basada en el número de personas aproximadas a recibir y el tipo de actividades que requiere material; es decir para realizar cada uno de los talleres se necesita materia prima y su costo unitario queda de la siguiente manera:

Tabla 31. Costo unitario de la materia prima, primer mes.

Producto	Costo Unitario Materia prima
Taller reciclaje	\$ 25,00
Taller ecológico	\$ 70,00
Taller artesanal de la región	\$ 100,00
Costo total primer mes.	\$ 17.820.00

Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

El desglose de puestos para el ecocampamento, permite saber el monto del sueldo neto y la prestación social que le corresponde que es del 32%, teniendo como resultado el sueldo mensual y el total de nómina a pagar al mes

Tabla 32. Desglose de salarios.

Nombre del puesto	No. de Puestos	Sueldo	Prest. Social 32%	Sueldo Mensual	Total Nómina mensual
Administrador.	1	\$6.601	\$2.112	\$8.713	\$8.713
Jefe mantenimiento	1	\$4.001	\$1.280	\$5.281	\$5.281
Recepción.	1	\$4.001	\$1.280	\$5.281	\$5.281
Tallerista.	1	\$3.100	\$992	\$4.093	\$4.093
Guía.	1	\$3.000	\$960	\$3.961	\$3.961
Personal de limpieza.	1	\$2.200	\$704	\$2.904	\$2.904
Vigilante.	1	\$2.200	\$704	\$3.275	\$3.275
	6				\$33.508

Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

En la tabla número 33, se muestra la cantidad monetaria necesaria mes con mes para el funcionamiento del ecocampamento, donde son gastos mensuales necesarios que sirven para la limpieza y el área administrativa que sumados, nos dan un total de \$2,359.00.

Tabla 33. Gastos fijos mensuales.

Concepto	Monto
Artículos de limpieza	\$ 2.000,00
Línea telefónica con internet	\$ 359,00
Subtotal gastos fijos	\$ 2.359,00

Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

La siguiente tabla, muestra las inversiones que se llevaran a cabo en el primer mes de vida de la empresa, teniendo en cuenta cada uno de los conceptos de inversión para el primer mes, a los 24 meses y a los 36 meses, dependiendo del deterioro de cada uno de los conceptos.

Tabla 34. Inversiones.

Concepto	Inversión inicial (primer mes)	24 meses	36 meses
Terreno	\$ -	\$ -	\$ -
Edificio	\$ 57.200.00	\$ 5.000	\$ 7.000
Requisito legal	\$ 4.578.00		\$ -
Mobiliario y equipo	\$ 118.987.00	\$ 7.000	\$ 12.000
Equipo de computo	\$ 15.130.00	\$ -	\$ -
Monto de la inversión inicial fija	\$ 256.050.00		
Capital de trabajo	\$ 261.050.00	\$ -	\$ -
Total inversión inicial	\$ 456.945.00	\$ 12.000	\$ 19.000

Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

La tabla número 35, muestra la forma del financiamiento e inversión para el ecocampamento; la inversión inicial fija, la inversión en capital de trabajo. Las fuentes de financiamiento que son dos una corresponde al capital propio que es del 78% y el capital semilla del 22%; el esquema en la parte de abajo, es la estructuración gráfica de los porcentajes de la inversión.

Tabla 35. Porcentajes de inversión y financiamiento.

Fuentes de inversión	Porcentaje	Monto
Capital propio		
Capital Semilla	22%	\$100.528.00
Monto de la Inversión Inicial fija		\$195.895.00
Monto de la Inversión en capital de trabajo		\$261.050.00

Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

Esquema 1. Estructura de capital.



Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

El punto de equilibrio, está demostrado en la tabla número 36, donde se demuestra en que momento el ecocampamento se hace rentable, esto permite saber las ventas totales por paquete a ofrecer, además del número de paquetes a vender para alcanzar a ser rentable, es decir en que instante del funcionamiento, se alcanza la máxima expresión económica del proyecto y la recuperación de la inversión.

Tabla 36. Punto de equilibrio, ventas unidades y monto.

Cálculo de las ventas en Unidades y Monto		
Unidades totales		2.592
Ventas totales		\$3.672.000
Paquete 1	384	\$230.400.00
Precio de venta	\$600,00	
Paquete 2	768	\$921.600.00
Precio de venta	\$1.200,00	
Paquete 3	1.440	\$2.520.000.00
Precio de venta	\$1.750,00	

Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

Tabla 37. Razones financieras; rentabilidad.

Razones Financieras	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Utilidad de Operación / Ventas Netas	70,7 6%	74,5 6%	77,7 2%	80,3 7%	82,6 2%	83,0 4%	83,4 4%	83,8 2%	84,1 9%	84,5 5%
Utilidad Neta / Ventas Netas	49,5 3%	52,1 9%	54,4 0%	56,2 6%	57,8 4%	58,1 3%	58,4 1%	58,6 8%	58,9 3%	59,1 9%

Referencia: Elaboración propia a través del SAAFI.

### 3.6. Estudio ecológico.

Para esta parte de la investigación, se realizó:

- El cálculo de la capacidad de carga diaria.
- Un manual de tratamiento de residuos.
- Un código de conducta del ecocampante.

Para sustentar el número de personas que podrán hacer uso del espacio planeado, es necesario tener en cuenta la capacidad de carga y el total de visitas diarias que soporta el predio ecológicamente.

### **3.6.1. Capacidad de carga**

La capacidad de carga prudente para esta superficie es de 250 personas cada tercer día, es decir 83 personas diarias, esto permite la no sobre explotación del espacio verde, el agotamiento del agua de lluvia, además de la acumulación de basura.

La capacidad de carga también permite brindarle más atención a cada una de las personas que emprendan la aventura del ecocampismo, y de esa manera darle un servicio

### **3.6.2. Manual de tratamiento.**

Para esta sección de la investigación se planeó un manual de tratamiento de forma ecológica para los desechos como aguas grises, aguas negras; sólidos orgánicos e inorgánicos, al igual que el mantenimiento de las áreas de contacto con el ecocampista.

Este manual estará en las manos de cada una de las personas que trabajen en el ecocampamento, así, retomarlo durante las capacitaciones internas para discusión y mejoramiento del mismo, ya que será su guía en cada momento para realizar el tratamiento de residuos y limpieza.

Los materiales de limpieza serán:

- Agua.<sup>53</sup>
- Jabón biodegradable.<sup>54</sup>
- Desinfectante biodegradable.

#### **1. Baños secos.**

En el caso de los desechos líquidos, el sistema de la taza de baño y de mingitorios, tienen la bondad de colocar la orina en un sistema para desechar en otro de los contenedores, de manera que con el tratamiento para aguas blancas (filtro) su uso será para regar las áreas verdes.

---

<sup>53</sup> Será tomada del capador de agua de lluvia.

<sup>54</sup> Los materiales de limpieza como desinfectante y jabón, serán biodegradables y sanos para el ambiente

## *Estudio de Factibilidad*

Los desechos de los baños secos, en su cajón de desintegración, duran diez meses sin necesidad de hacer cambio, ya que no permite la entrada de humedad y por lo tanto permite que se convierta en composta, aunado al uso de aserrín para su rápida descomposición sin olores.

Para tal caso el mantenimiento de las instalaciones de los baños secos tanto mingitorios como tasas, se llevara a cabo con materiales de limpieza como desinfectantes, jabón y agua; el lavado de los sanitarios secos se debe de realizar dos veces al día.

El agua jabonosa, tendrá salida libre hacia las áreas verdes.

Se realizara la limpieza dependiendo el flujo de personas que se encuentren en el ecocampamento

### 2. Regaderas.

La limpieza de las regaderas se hará con agua, jabón y desinfectantes, dos veces al día se realizara limpieza profunda y las demás ocasiones serán para que no estén encharcados o húmedos, en caso de que haya muchos campistas la limpieza de las regaderas, se realizara con más frecuencia.

El agua jabonosa (tanto de limpieza como de ducha), tendrá salida hacia las áreas verdes; el jabón biodegradable, permite que no existan plagas en las plantas en el ecocampamento, pero al mismo tiempo no afecta a los mantos acuíferos de la región.

### 3. Palapas.

La limpieza constará de recodarle a los campistas separar su basura y que la coloquen en los espacios pertinente; si el cliente, deja basura en su espacio de campamento, el personal tendrá la obligación de juntarla, separarla y colocarla en su lugar.

El mantenimiento de las palapas se hará semestralmente, es decir se contactara a los palaperos para evitar riesgos, así como desperfectos por el uso de las mismas.

4. Áreas verdes.

El mantenimiento de estas áreas consistirá en cortar pasto, mantener sin plagas los espacios, sin hoyos y sin basura.

5. Residuos Orgánicos e Inorgánicos:

Orgánicos: son biodegradables, sus componentes son naturales y tienen la propiedad de desintegrarse rápidamente.

Los residuos de este tipo serán colocados en el contenedor verde, que almacena restos provenientes de alimentos coloridos como fruta, vegetales; así mismo alimentos provenientes de animales como son carne y huevos; permitiendo la descomposición, para luego convertirse en composta.

Inorgánicos: son aquellos que están fabricados de forma industrial, que no se descomponen rápidamente y que son nocivos para los sistemas naturales.

La separación de estos materiales se hará mediante la organización por colores y botes, para su uso posterior en actividades de reutilización dentro del ecocampamento o la venta de los mismos a fábricas de reciclaje, para lo anterior, se dispone de seis diferentes botes:

- Papel, bote color blanco.
- Cartón, bote color café oscuro.
- Vidrio bote color verde.
- Aluminio bote color negro.
- PET, bote color amarillo.
- Tetrapack, bote color azul.
- Desechos aceitosos: bote color rojo.
- Recolector de agua de lluvia.

La limpieza del recolector de agua de lluvia, se realizara cada seis meses, consistente en la limpieza del filtro así como las paredes y la desinfección completa del contenedor.

Los desinfectantes para el recolector se colocaran cada 15 días esto permite contar con agua limpia para el uso de los ecocampistas.  
<http://www.infoecologia.com/reciclaje>

### **3.6.3. Código de conducta del ecocampista.**

En esta parte de la tesis se planeó un código de conducta para el ecocampista, fundamental para el buen funcionamiento de la zona de ecocampamento y sus alrededores en materia de responsabilidad ecológica y social.

- El espacio de ecampamento está diseñado para tu comodidad, respétalo.
- Realizar fogatas fuera del espacio destinado puede provocar un incendio, evitémoslo.
- El tratamiento de los desechos se hace de forma continua y especializada; sepáralos, nos permite darles un mejor reusó y/o tratamiento.
- Entrega tus baterías que han terminado su carga, en la administración del ecocampamento, para hacerlas llegar a una empresa especializada en el tratamiento de este tipo de pilas.
- No derrames aceites, guárdalos en un bote cerrado y colócalos en el bote adecuado.
- Pide una bolsa de plástico degradable en la administración del ecocampamento y llévala contigo a la playa, al manglar o a las zonas que visites; así podrás depositar tu basura ahí y después buscar el contenedor correcto.
- Tirar basura en vía pública, es un delito evítalo.
- Los ríos, los manglares y los mares son de todos, recuerda: son recursos no renovables, conservémoslos.
- Comprar especies protegidas o endémicas del lugar, además de desequilibrar el funcionamiento del medio, puede representarte un problema legal que puede conducirte a la cárcel.
- Respeta la vida, no llesves contigo cangrejos, almejas, o aves porque tienen pocas probabilidades de sobrevivir fuera de su hábitat.
- Respeta las cosas de los demás para que los demás respeten tus cosas.
- Respeta a los habitantes de la zona visitada, ellos te brindan lo mejor de sí para que tu estadía sea cómoda.
- Respetar los estilos de vida de los lugareños, representa un aprendizaje social y cultural.

## *Estudio de Factibilidad*

Este capítulo se sistematiza en la práctica los elementos teóricos y técnicos que facilitara la puesta en marcha del proyecto de ecocampamento en un futuro; por lo tanto los estudios de factibilidad son una herramienta irremplazable en la estructuración de una micro empresa y que permite no solo conocer errores de estructura, sino que da pauta a evitar un mal funcionamiento de la empresa.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

El estudio de factibilidad para un ecocampamento en el Predio número 2 Larios y Malpica en la Congregación la Vigüeta, Costa Esmeralda Veracruz, permitió poner en regla elementos específicos de inversión que facilitó el conocimiento del mercado meta así como de los sistemas administrativos y económicos financieros, que van a permitir realizar una inversión monetaria de tiempo y de investigación que sea correcta a lo que se desea proyectar.

Para este trabajo de tesis, se planteó la siguiente pregunta:

¿Cómo realizar un estudio de factibilidad para un ecocampamento en el Predio número 2 de Larios y Malpica en la Congregación la Vigüeta, Costa Esmeralda, Veracruz?

Después de realizar el trabajo de investigación, se llegó a la siguiente respuesta:

Porque permite saber, comprender, organizar y medir la factibilidad del mercado de una forma administrativa, financiera y ecológica para un proyecto de ecocampamento en el Predio número 2 de Larios y Malpica en la Congregación la Vigüeta, Costa Esmeralda, Veracruz.

El objetivo principal de esta investigación fue:

## *Estudio de Factibilidad*

Realizar un estudio de factibilidad para un ecocampamento en el predio Larios y Malpica Congregación de la Vigüeta Costa Esmeralda, Veracruz. Del cual se desprenden cuatro objetivos que permitieron guiar la investigación:

1. Describir las fases del estudio de factibilidad:
  - 1) Estudio de mercado.
  - 2) Estudio técnico.
  - 3) Estudio financiero.
  - 4) Estudio ambiental.
2. Geozonificar el predio de Larios y Malpica para llevar a cabo el estudio de ambiental.
3. Encuestar a socios de la Asociación Mexicana de Acampadores.
4. Realizar el estudio de factibilidad para el ecocampamento en el predio de Larios y Malpica.

Los objetivos planteados para esta investigación, se cumplieron y dieron la posibilidad de realizar el estudio de factibilidad para un ecocampamento; permitió, conocer los factores que envuelven al turismo ecológico en esta zona además de dar a conocer los sistemas necesarios para ver qué tan factible y aceptable es un proyecto, es por eso que esta investigación dejó algunas conclusiones y recomendaciones.

En primer lugar, se manifestó que los servicios ecoturísticos en el municipio de Tecolutla son nulos, lo que da como resultado la falta de sensibilización sobre esta práctica global, que día a día va tomando auge. Es necesario resaltar que las diferentes prácticas turísticas pueden tener un enfoque ecológico, ya que no es necesario estar en áreas verdes, sino que depende de la orientación, la educación y la información que se le brinda al visitante, así como de los propósitos que el prestador del servicio persigue en su empresa.

En segundo lugar, el trabajo de tesis reveló que el municipio de Tecolutla, cuenta con los atractivos suficientes no sólo para la pernocta de turistas de sol y playa, sino que tiene la posibilidad de ofrecer otro tipo de servicios relacionados con el

## *Estudio de Factibilidad*

turismo alternativo, considerando al estado de Veracruz como un baluarte en materia de áreas naturales que permite el desarrollo de actividades de conocimiento, de disfrute, de cuidado y de sensibilización del medio.

En tercer lugar, La Congregación la Vigueta, es un poblado pequeño que por la falta de servicios de pernocta lo hace un espacio idóneo para localizar un proyecto que tenga que ver con el servicio de hospedaje ecológico y apto para la aventura, la recreación el disfrute y a su vez el cambio de la rutina.

El costo por paquete planeado, permite consensar que disfrutar de servicios ecoturísticos para familias o amigos que se trasladan en grupos ya sean grandes o pequeños, es un precio razonable y accesible a la población encuestada, los cuales son usuarios constates de servicios como el que se pretende ofrecer.

En materia del estudio de factibilidad, se concluye lo siguiente:

La información obtenida a través del estudio de mercado y en específico de la demanda, que existe un interés por los servicios que se piensan ofrecer en el ecocampamento proyectado, así mismo la zona es atractiva para los expertos en campamentos y por lo tanto es factible.

Técnicamente, el proyecto es factible, ya que existen los elementos necesarios cercanos al predio permitiendo que sean de fácil acceso así como fáciles de conseguir.

La proyección del ecocampamento, es factible de forma administrativa, ya que existen los elementos prácticos y necesarios para poder establecer sistemas funcionales que sean reales y productivos a través de la planeación del personal, y de las gestiones primordiales de la empresa.

El ejercicio financiero realizado en la presente tesis, permitió mostrar la factibilidad económica para un ecocampamento, ya que las inversiones, y los márgenes arrojados por el SAAFI, fueron positivos, por lo tanto el ecocampamento es rentable y permisivo para continuar con los estudios posteriores para la puesta en marcha.

## *Estudio de Factibilidad*

Los factores ambientales que se presentan en el destino, permite que el proyecto sea factible visto desde el punto ecológico ya que con la innovación de insumos no dañinos para la zona, se gestiona un sistema de equilibrio y sustentabilidad.

Para finalizar, se presentan algunas recomendaciones, que van a permitir realizar en un futuro trabajos de investigación que sean más específicos y que brinden mayor facilidad para la recaudación de la información:

Que los organismos recolectores de información turística (el municipio de Tecolutla, hoteles, empresas de viajes minoristas, tráiler parks, entre otros) respecto al número de turistas que arriban a nivel municipio de estudio, cuenten con cifras actualizados y específicos por actividad a realizar dentro del destino que permitirá conocer de una mejor forma a su mercado y por lo tanto la información sea verídica y específica para futuras administraciones así como investigaciones.

El fenómeno turístico en el municipio de Tecolutla es constante, cuenta con la estructura posibilitadora capas de diversificar su oferta turística a través de micro empresas que revitalicen la economía de lugares como la localidad a la que se hace referencia en la investigación.

Este proyecto de factibilidad, no solo brinda la oportunidad de realizar investigaciones posteriores que complementen el proyecto presente como son:

Proyecto de inversión para un ecocampamento, que es el seguimiento de este proyecto con actualización de costos y la realización de manuales específicos por áreas así como por actividades.

Plan de gran visión, que permite hacer proyecciones de gran escala cuando ya se encuentra funcionando así como evaluar y mejorar las proyecciones en el estudio de factibilidad.

Canal de matriz para actividades de índole alternativa por grupo de edades.

Proyectos de animación en áreas verdes planeadas.

Programas para actividades de reciclaje.

## *Estudio de Factibilidad*

Investigación de mercado correspondiente al campismo en México.

Partiendo de que en México la investigación sobre campamentos es insipiente, y considerando, como da cuenta la investigación, que existe un interés creciente en esta práctica, es necesario revitalizar el campo de estudio del campismo de una forma estructurada y planeada para ofrecer servicios más acordes a lo que es la filosofía que lo sustenta en la que según Powell es el acercamiento a la naturaleza y a la medición del ser humano con respecto a su estado natural.

La existencia de investigaciones y de proyectos sustentados en la conservación y la experiencia del ocio en cuanto al campismo, va a permitir que se desarrolle un estado de conciencia entre los investigadores, los planificadores de espacios así como de los usuarios en cuanto al cuidado, el aprecio y el respeto del medio receptor.

## Anexos.

### Anexo 1. Guía de encuesta para campistas



Centro Universitario UAEM Texcoco.

Estudio de opinión para conocer el perfil y preferencias del mercado potencial para un campamento ecológico en predio de Larios y Malpica Congregación de la Vigüeta Costa Esmeralda, Veracruz.

Objetivo: conocer el perfil, necesidades y preferencias de los campistas.

Los datos proporcionados serán usados con fines de investigación.

Instrucciones: subrayé y/o escriba según lo que concuerde con su descripción y opinión.

1 Género. Femenino. Masculino.	4.- Nivel de estudios. a) Primaria.      d) Universidad b) Secundaria.    e) Posgrado c) Preparatoria.   f) Ninguno
2.- Lugar de procedencia.	
3.- Edad. a) Menor de 15 años.    e) 33 a 38 años b) 16 a 20 años.        f) 39 a 44 años. c) 21 a 26 años.        g) 45 a 50 años. d) 27 a 32 años        h) Más de 50 años	5.- Ocupación. a) Empleado.                    e) Comerciante. b) Técnico.                      f) Jubilado. c) Profesional.                  g) Hogar. d) Empleado del gobierno.

6.- ¿Le gusta acampar?

- a) No.                    b) Sí.

7.- Indique que tipo de campamentos ha visitado.

- a) Campamentos tradicionales.  
b) Campamentos ecológicos.  
c) *Glamcampings*.

d) Otros \_\_\_\_\_.

8.- ¿Con que frecuencia durante el año acampa?

- a) 5 veces  
b) 3 veces  
c) 1 vez  
d) Otra \_\_\_\_\_

9.- ¿Qué es para usted un ecocampamento?

- a) Un lugar para dormir en áreas verdes.  
b) Una reserva ecológica donde se puede acampar.  
c) Un lugar para acampar con la posibilidad de aprender acerca de la conservación ecológica.  
d) Otro \_\_\_\_\_

10.- ¿Cuál es su temporada favorita para salir de campamento?

- a) Semana Santa  
b) Fines de semana.  
c) Verano

## *Estudio de Factibilidad*

- d) Puentes.
- e) Decembrina.
- f) Otra. \_\_\_\_\_

11.- Sus viajes los hace:

- a) Solo.
- b) Pareja.
- c) Familia.
- d) Amigos.

12.- ¿Con cuántos familiares suele viajar?

- a) De 1 a 3.
- b) De 3 a 5.
- c) De 5 a 7.
- d) Otra \_\_\_\_\_

13.- ¿Con cuántos amigos suele viajar?

- a) De 1 a 3.
- b) De 3 a 5.
- c) De 5 a 7.
- d) Otra \_\_\_\_\_

14.- ¿En cuál de los siguientes lugares prefiere acampar?

- a) Playa.
- b) Bosque.
- c) Selva.
- d) Montaña
- e) Otro \_\_\_\_\_

15.- ¿Cuántos días suele acampar?

- a) De 1 a 3.
- b) De 3 a 5.
- c) De 5 a 7.

Otra \_\_\_\_\_

16.- De la siguiente lista, enumere del 1 al 5 (siendo el 1 el más importante y el 5 el menos importante) de acuerdo a su criterio acerca de la importancia de los servicios en un campamento ecológico.

- a) Talleres artesanales de la región.
- b) Talleres ecológicos.
- c) Alimentos temáticos de la región.
- d) Caminatas diurnas.
- e) Caminatas nocturnas.
- f) Observación de aves.
- g) Senderismo.
- h) Otras \_\_\_\_\_

17.- ¿Cuál es el precio aproximado que suele pagar por acampar?

- a) Menos de 200 pesos.
- b) Entre 250 y 350 pesos.
- c) Entre 351 y 450 pesos.
- d) Entre 451 y 550 pesos.
- e) Más de 551 pesos.

## *Estudio de Factibilidad*

18.- Señale en orden de importancia los servicios e infraestructura según su criterio en una zona de campamento ecológico (siendo el 1 el más importante y el 5 el menos importante).

Servicios.

- a) Caminata.
- b) Talleres artesanales.
- c) Talleres culturales.
- d) Talleres de cuidado de agua.
- e) Talleres de reciclaje.
- f) Talleres de sensibilización.
- g) Safaris fotográfico
- h) Ciclismo.
- i) Observación de fauna.
- j) Observación de flora.
- k) Observación sideral.
- l) Otros \_\_\_\_\_

Infraestructura

- a) Baños secos.
- b) Baños con biodigestores.
- c) Regaderas ahorradoras de agua.
- d) Estructura física con material de la región.
- e) Palapa para actividades.
- f) Tienda de alimentos.
- g) Tienda de suvenires.
- h) Otros \_\_\_\_\_

19.- ¿Qué época (s) del año serían ideales para usted acampar en un lugar ecológico en Costa Esmeralda Tecolutla, Veracruz?

- a) Verano.
- b) Semana Santa.
- c) Puentes vacacionales.
- d) Fines de semana.
- e) Otras \_\_\_\_\_.

20.- Si hubiese un campamento ecológico en Costa Esmeralda Tecolutla, Veracruz, que le ofreciera los servicios enfocados al cuidado del medio ambiente ¿acamparía?

- a) Sí
- b) No

¿Porqué? \_\_\_\_\_

21.- ¿Qué actividades estaría dispuesto a realizar en el ecocampamento propuesto? (siendo el 1 el más importante y el 5 el menos importante).

- a) Caminatas.
- b) Ciclismo.
- c) Observación de flora en el manglar.
- d) Observación de fauna en el manglar.
- e) Safaris fotográficos.
- f) Sensibilización al ecocampista.
- g) Taller de cuidado de agua.
- h) Otras \_\_\_\_\_

22.- ¿Qué precio está dispuesto a pagar por un campamento ecológico?

- a) Menos de 200 pesos.
- b) Entre 250 y 350 pesos.
- c) Entre 351 y 450 pesos.
- d) Entre 451 y 550 pesos.
- e) Más de 551 pesos.

Comentarios y sugerencias

---

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2. CONTRATO DE SOCIEDAD ANÓNIMA

En la Ciudad de \_\_\_\_\_, a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, yo, el licenciado \_\_\_\_\_ titular de la notaría número \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ hago constar: el Contrato de Sociedad, que bajo la denominación de \_\_\_\_\_, otorgan los señores \_\_\_\_\_, y \_\_\_\_\_, conforme al antecedente y cláusulas siguientes. ANTECEDENTE ÚNICO: Permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores. Marcado con la letra "A" y bajo el número de esta escritura, agrego al apéndice del protocolo el documento que dice: "Al margen superior izquierdo: sello con el Escudo Nacional y leyenda que le circunscribe y dice: Poder Ejecutivo del estado de \_\_\_\_, Secretaría de Relaciones Exteriores. Abajo: Dirección General de Asuntos Jurídicos. Dep. Permisos. Art. 27. Núm: \_\_\_\_\_ Expediente: \_\_\_\_\_ . Al centro: la Secretaría de Relaciones Exteriores, en atención a que el señor \_\_\_\_\_, de la ciudad de ., en escrito fechado el \_\_\_\_\_ del corriente año, solicita permiso de esta secretaría para constituir en unión de otras personas una sociedad anónima, de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles, bajo la denominación: \_\_\_\_\_; duración de: 99 años, y domicilio en la ciudad de , cuyo objeto social será: la instalación, servicio y comercio de sistemas de cable para la recepción de televisión, la obtención de concesiones para la explotación e instalación de sistemas de cable, así como antenas, la celebración de toda clase de actos o contratos, necesarios o convenientes para el desarrollo de los anteriores fines, pudiendo adquirir toda clase de bienes muebles e inmuebles. La sociedad deberá cumplir con la Ley Federal de Radio y Televisión. Con capital de \$ \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ) y para insertar en la escritura constitutiva de la sociedad la siguiente cláusula especificada en el artículo 8o. del Reglamento de la Ley Orgánica de la fracción I del artículo 27 constitucional, en relación con el artículo 4o. del decreto de 29 de junio de 1944, por medio de la cual se conviene con el gobierno mexicano, ante la Secretaría de Relaciones, Exteriores, por los socios fundadores y los futuros que la sociedad pueda tener, en que: "Ninguna persona extranjera física o moral podrá tener participación social alguna o ser propietaria de acciones de la sociedad. Si por algún motivo, alguna de las personas mencionadas anteriormente, por cualquier evento llegare a adquirir una participación social o a ser propietaria de una o más acciones, contraviniendo así lo establecido en el párrafo que antecede, se conviene desde ahora en que dicha adquisición será nula y por tanto cancelada y sin ningún valor la participación social de que se trate y los títulos que la representen teniéndose por reducido el capital social en una cantidad igual al valor de la participación cancelada"; concede al solicitante permiso para constituir la sociedad, a condición de insertar en la escritura constitutiva la cláusula de exclusión de extranjeros arriba transcrita, en la inteligencia de que la totalidad del capital social estará siempre suscrito por mexicanos o sociedades mexicanas. Los títulos o certificados de acciones, además de los enunciados que exige el artículo 126 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, llevarán impresa o grabada la misma cláusula. En cada caso de adquisición del dominio de tierras, aguas o sus accesiones, bienes raíces o inmuebles en general, de negociaciones o empresas, de acciones o participaciones que impliquen el control de otra empresa, deberá solicitarse de esta misma secretaría el permiso previo. Este permiso se concede con fundamento en el artículo 3o., fracción VII, de la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, en los términos del artículo 27 constitucional y sus Leyes Orgánicas y Reglamentos. Su uso implica su aceptación incondicional y obliga al cumplimiento de las disposiciones legales que rigen el objeto de la sociedad; su incumplimiento o violación origina la aplicación de las sanciones que determinan dichos ordenamientos legales y el decreto de 29 de junio de 1944. El texto íntegro de este permiso se insertará en la escritura constitutiva; y dejará desurtir efectos si no se hace uso del mismo dentro de noventa días hábiles siguientes a la fecha de su expedición. En la ciudad de \_\_\_\_\_, a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ Sufragio Efectivo. No Reelección. P. O. del Secretario, el Subdirector General. Una firma ilegible. Antefirma que dice: Lic. \_\_\_\_\_ "Expuesto lo anterior, son de otorgarse las siguientes CLÁUSULAS:

## *Estudio de Factibilidad*

PRIMERA. DENOMINACIÓN. Los otorgantes constituyen una Sociedad Mercantil que se denomina \_\_\_\_\_ seguida de las palabras "Sociedad Anónima", o de su abreviatura "SA." SEGUNDA. DURACIÓN. Noventa y nueve años, contados a partir de la fecha de firma de esta escritura. Los ejercicios sociales correrán del primero de enero al treinta y uno de diciembre de cada año. TERCERA. DOMICILIO. La ciudad de \_\_\_\_\_ estado\_\_\_\_, sin perjuicio de establecer oficinas o sucursales, en cualesquier otro lugar de la República o del extranjero, sin que por ello se entienda cambiado dicho domicilio. CUARTA. OBJETO. La instalación servicio y comercio de sistemas de cable para la recepción de televisión, la obtención de concesiones para la explotación e instalación de sistemas de cable, así como antenas, la celebración de toda clase de actos o contratos, necesarios o convenientes para el desarrollo de los anteriores fines, pudiendo adquirir toda clase de bienes muebles e inmuebles. QUINTA. NACIONALIDAD. La sociedad es mexicana. Ninguna persona extranjera física o moral podrá tener participación social alguna o ser propietaria de acciones de la sociedad. Si por algún motivo, alguna de las personas mencionadas anteriormente, por cualquier evento llegare a adquirir una participación social o a ser propietaria de una o más acciones, contraviniendo así lo establecido en el párrafo que antecede, se conviene desde ahora en que dicha adquisición será nula y por tanto cancelada y sin ningún valor la participación social de que se trate y los títulos que la representen, teniéndose por reducido el capital social en una cantidad igual al valor de la participación cancelada. SEXTA. CAPITAL. \$ \_\_\_\_\_, moneda nacional, íntegramente suscrito y pagado, representado por cien acciones nominativas, con valor nominal de \$ \_\_\_\_\_ pesos, cada una. La sociedad llevará un registro de acciones, en los términos del artículo ciento veintiocho de la Ley General de Sociedades Mercantiles. De conformidad con los artículos noveno, fracción quinta, treinta y uno fracción tercera de la Ley Federal de Radio y Televisión, queda prohibido a los accionistas transmitir, enajenar o de cualquier manera gravar las acciones que poseen, sin recabar la autorización previa de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, siendo nula cualquier operación realizada que contravenga esta cláusula, la que deberá insertarse, asimismo, en las acciones o en los certificados provisionales que emita la sociedad. SÉPTIMA. AUMENTO O REDUCCIÓN DE CAPITAL. Se hará por acuerdo de la asamblea general de accionistas, teniendo éstos en caso de aumento derecho preferente para suscribir las nuevas acciones en proporción a las que posean. En caso de reducción, el capital no podrá ser inferior a \$ \_\_\_\_\_ mil pesos. OCTAVA. ACCIONES. Confieren a sus tenedores iguales derechos, correspondiendo un voto a cada una. Serán firmadas por el administrador general o en su caso por el presidente y el tesorero del Consejo de Administración, llenarán los requisitos que exige el artículo ciento veinticinco de la Ley General de Sociedades Mercantiles, tendrán anexos cupones para el pago de dividendos e inserta la cláusula quinta. NOVENA. TÍTULOS DE ACCIONES. Estos y los certificados provisionales serán expedidos por el administrador general o en su caso por el Consejo de Administración, amparando una o más, quienes podrán canjear certificados que cubran determinado número de acciones por una o varias certificaciones nuevas según lo soliciten los accionistas, y siempre que el o los certificados nuevos cubran el mismo número de acciones que los títulos en cuyo lugar se expidan. En caso de pérdida, destrucción o extravío de los títulos antes mencionados, el administrador o el consejo podrán, mediante las pruebas y con la garantía que estimen conveniente, ordenar la expedición de un segundo o ulterior título. DÉCIMA. AUTORIDAD SUPREMA. Lo es la asamblea general de accionistas, y sus decisiones obligan a todos los órganos de la sociedad y aun a los accionistas ausentes, disidentes o incapacitados. DÉCIMA PRIMERA. ASAMBLEAS EXTRAORDINARIAS Y ORDINARIAS. Las primeras tratarán de los asuntos a que se refiere el artículo ciento ochenta y dos de la Ley General de Sociedades Mercantiles; y las segundas, de cualquier otro asunto, pudiendo celebrarse ambas en cualquier tiempo. DÉCIMA SEGUNDA. ASAMBLEA ORDINARIA ANUAL. Deberá celebrarse dentro de los cuatro meses siguientes a la conclusión de cada ejercicio social y tratará, además, de los asuntos listados en la orden del día, de los siguientes:

## *Estudio de Factibilidad*

I. Discutir, aprobar o modificar el balance, después de oír el informe del o los comisarios, y tomar las medidas que se consideren oportunas; II. Nombrar a los administradores o comisarios en su caso y determinar sus emolumentos; III. Del reparto de utilidades. DÉCIMA TERCERA. CONVOCATORIA DE ASAMBLEAS. Deberá hacerla el administrador, el consejo o el comisario. Los accionistas que representen el \_\_\_\_\_ por ciento del capital social por lo menos, podrán solicitarlos por escrito en cualquier tiempo, convoquen a una

Asamblea general de accionistas para tratar los asuntos indicados. También podrá hacer esa misma solicitud el titular de una sola acción, en los casos previstos por el artículo ciento ochenta y cinco de la misma ley La convocatoria contendrá la Orden del Día que se publicará por una sola vez en el Diario Oficial de la Federación, con anticipación de cinco días del mínimo y será firmada por quien la haga. DÉCIMA CUARTA. NO SE REQUIERE PUBLICACIÓN. a) Cuando se reúna una asamblea como continuación de otra, siempre que en la anterior se haya señalado día y hora para continuarla, y no se traten más asuntos, que los indicados en la primera convocatoria. b) Cuando en una asamblea esté presente, al tomar la votación la totalidad de las acciones que integran el capital social, y la lista de asistencia o el acta respectiva se haga firmar por todos los concurrentes. DÉCIMO QUINTA. ABSTENCIÓN DE VOTO. El administrador, los consejeros, gerentes, comisarios y accionistas, deberán abstenerse de votar en los casos en que la ley lo indica, y cuando sin sus votos no hubiere quórum para tomar resoluciones, éstas serán válidas, si son aprobadas por mayoría de las acciones representadas con facultades de voto. DÉCIMA SEXTA. REQUISITO DE ASISTENCIA. Para concurrir a las asambleas, los accionistas deberán depositar sus acciones en la tesorería de la sociedad o en alguna institución de crédito y obtener el certificado de depósito correspondiente. Los accionistas podrán hacerse representar en la asamblea por apoderado constituido mediante carta poder. DÉCIMA SÉPTIMA. "QUÓRUM". La asamblea ordinaria se declarará, legalmente instalada en primera convocatoria, estando representado el setenta por ciento de las acciones; y el cincuenta en segunda o ulterior convocatoria. En ambos casos, las resoluciones se tomarán por mayoría de votos. En asamblea extraordinaria, deberán estar reunidos accionistas en número suficiente para que las resoluciones se tomen por el voto favorable por lo menos del setenta y cinco por ciento de las acciones representativas del capital social, en primera convocatoria, y de un cincuenta por ciento en segunda o ulterior convocatoria.

DÉCIMA OCTAVA. PRESIDENCIA DE LAS ASAMBLEAS. Estará a cargo del Administrador o en su caso del Presidente del Consejo, y en su defecto, de la persona que designe la asamblea, fungirá como secretario el del consejo o el que designe la propia asamblea. DÉCIMA NOVENA. ACTAS. De cada asamblea se levantará una en el libro respectivo, debiendo ser firmada por el presidente, por el secretario, así como por los comisarios que concurren y los accionistas que quisieren hacerlo. Se agregarán a las actas los documentos que justifiquen que las convocatorias se hicieron en los términos establecidos. Si no pudiere asentarse el acta en el libro respectivo se protocolizará ante notario. VIGÉSIMA. DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN. Estará a cargo de un Administrador General o de un Consejo, compuesto del número de miembros titulares y suplentes que señale la asamblea, la que determinará si la administración se encomienda a uno u otro. El administrador o los consejeros durarán en funciones \_\_\_\_\_ años y continuarán en ellas hasta que tomen posesión las personas designadas para substituirlos. Si la administración se encomienda a un consejo, el nombrado en primer lugar será el presidente; el segundo, secretario; el tercero, tesorero y los demás vocales. Los administradores y los consejeros podrán ser o no accionistas. VIGÉSIMA PRIMERA. CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN. Funcionará legalmente con la asistencia de la mayoría de sus miembros, y los acuerdos los tomará por mayoría de votos, teniendo el presidente voto de calidad en caso de empate. Los consejeros suplentes entrarán en funciones,

## *Estudio de Factibilidad*

indistintamente, en ausencia de los titulares. VIGÉSIMA SEGUNDA. El Presidente del Consejo será el representante del mismo, y el ejecutor de sus resoluciones, podrá además designar delegados especiales para la ejecución de los acuerdos. VIGÉSIMA TERCERA. MINORÍA DE ACCIONISTAS. La que represente el \_\_\_\_\_ por ciento del capital social, tendrá derecho a nombrar cuando menos un consejero cuando los administradores sean tres o más VIGESIMA CUARTA. FACULTADES. El Consejo de Administración o el Administrador General, en su caso, representarán a la sociedad ante toda clase de autoridades y personas, con amplios poderes. En forma enunciativa y no limitativa podrán: Realizar los objetos sociales; Ejecutar actos de dominio con todas las facultades generales y las especiales que requieran poder o cláusula especial conforme a la ley, en los términos del párrafo tercero del artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil en vigor para el estado de \_\_\_\_; Administrar bienes, con todas las facultades generales y especiales que requieran poder o cláusula especial conforme a la ley, de acuerdo con el párrafo segundo del artículos \_\_\_\_\_ del Código Civil en vigor para el estado de \_\_\_\_; Poder general para pleitos y cobranzas, con todas las facultades generales y las especiales que requieran poder o cláusula especial conforme a la ley, en los términos del párrafo primero del artículo \_\_\_\_\_ del Código Civil en vigor para el estado de , incluyendo las de los artículos \_\_\_\_\_ del mismo ordenamiento, pudiendo desistirse del juicio de amparo e intervenir en asuntos penales aun en los delitos de querrela necesaria; Nombrar a los gerentes, directores y empleados de la sociedad, fijándoles sus facultades, obligaciones y remuneraciones; Otorgar, suscribir, avalar títulos de crédito, y en general, obligar cambiariamente a la sociedad, conforme al artículo noveno de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito; Nombrar apoderados generales o especiales, determinando sus facultades y revocar los otorgados; Determinar los egresos; Formular los balances e inventarios; Convocar a las asambleas, y Las demás que les correspondan por ley. La asamblea podrá limitar o reglamentar dichas facultades. VIGÉSIMA QUINTA. DIRECTORES Y GERENTES. Auxiliarán al Administrador o al Consejo dentro de las facultades que se es confieran al nombrárseles. VIGÉSIMA SEXTA. CAUCIÓN. El administrador general, consejeros, directores y gerentes, en garantía de su gestión, depositarán en la caja de la sociedad una acción, su valor nominal o fianza por la misma cantidad. VIGÉSIMA SÉPTIMA. VIGILANCIA. Estará a cargo de uno o varios comisarios electos por la asamblea, por el término de cinco años y caucionarán su gestión conforme a la cláusula anterior, pudiendo haber suplentes que actuarán en ausencia de los titulares. Los comisarios tendrán las atribuciones que determina el artículo ciento sesenta y seis de la Ley General de Sociedades Mercantiles y la remuneración que acuerde la asamblea. VIGESIMA OCTAVA. EL BALANCE. Se formulará anualmente haciéndose constar: El capital social; La existencia en caja o en los bancos; Las cuentas que formen el activo y el pasivo, y Las utilidades y pérdidas, y en general, los demás datos que muestren el estado económico. VIGÉSIMA NOVENA. FORMULACIÓN DEL BALANCE. Queda a cargo del Administrador o del Consejo, debiendo concluirlo en el plazo de tres meses máximo a partir de la clausura de cada ejercicio social y entregarlo al comisario, quien lo devolverá con las observaciones que estime pertinentes dentro de los \_\_\_\_ días siguientes, para que el administrador o el consejo convoquen a la asamblea de accionistas que haya de discutirlo, TRIGÉSIMA. UTILIDADES. Se aplicarán: Un \_\_\_\_\_ por ciento cuando menos para formar o reconstituir el fondo de reserva, hasta que alcance el \_\_\_\_\_ por ciento del capital social; A formar uno o más fondos de previsión, y El remanente se aplicará por partes iguales entre las acciones. Las utilidades serán pagadas cuando disponga de fondos la sociedad. TRIGESIMA PRIMERA. PÉRDIDAS. Serán reportadas por las reservas, y en su caso, por las acciones a partes iguales, hasta la concurrencia de su valor nominal. TRIGESIMA SEGUNDA. DISOLUCIÓN: Por expiración del término fijado; Por imposibilidad de realizar el objeto social; Por acuerdo de la asamblea general extraordinaria de accionistas; Por pérdida de la mitad del capital social; En los demás casos señalados por la ley. TRIGESIMA TERCERA. LIQUIDACIÓN. Estará a cargo de uno o más

## *Estudio de Factibilidad*

liquidadores nombrados por la asamblea, quien fijará sus atribuciones; y en su defecto, por la autoridad judicial a petición de cualquier accionista. TRIGESIMA CUARTA. BASES DE LIQUIDACIÓN. Salvo las instrucciones expresas de la asamblea, los liquidadores procederán a: Formular el balance de inventarios; Concluir los negocios pendientes en la forma menos perjudicial para los acreedores y accionistas; Cobro de créditos y pago de deudas; Enajenar o aplicar los bienes o su producto a los fines de la liquidación, y Formular el balance final y obtener la cancelación de inscripción de la sociedad, en el Registro de Comercio. TRIGESIMA QUINTA. ESTATUTOS. Los constituyen las estipulaciones anteriores y en su defecto, las disposiciones de la Ley General de Sociedades Mercantiles. TRIGESIMA SEXTA. FUNDADORES. Los otorgantes no se reservan ningún derecho, en tal calidad. CLAUSULAS TRANSITORIAS:

PRIMERA. El capital social ha quedado suscrito y pagado como sigue: Accionistas Acciones Valor SR. \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ SRA. \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ SR. \_\_\_\_\_ \$ \_\_\_\_\_ Cien acciones, con valor de \_\_\_\_\_ pesos, moneda nacional. SEGUNDA. Los accionistas reunidos en asamblea general, acuerdan por unanimidad: a) La administración estará a cargo de un Consejo compuesto por: Presidente: Señor \_\_\_\_\_ Secretaria: Señora \_\_\_\_\_ Tesorero: Señor \_\_\_\_\_ El consejo tendrá todas las facultades determinadas en la cláusula vigésima cuarta de esta escritura; b) Se designa comisario al señor \_\_\_\_\_; c) El primer ejercicio social correrá de la fecha de la firma de esta escritura al día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del año en curso. d) Se designa gerente al señor ingeniero \_\_\_\_\_, quien tendrá las facultades determinadas en los incisos uno, dos, tres, cuatro, seis y siete de la cláusula Vigésima Cuarta de esta escritura. TERCERA. Los accionistas manifiestan que los consejeros, gerente y comisario designados, se encuentran capacitados para el desempeño de sus cargos y no tienen impedimento legal. CUARTA. El señor \_\_\_\_\_ tesorero de la sociedad, manifiesta que, obra en su poder el importe del capital social y las cauciones otorgadas por los consejeros, gerente y comisario, en cumplimiento a las cláusulas relativas de esta escritura. QUINTA. Los accionistas acuerdan por unanimidad, en designar al señor \_\_\_\_\_, para que haga las gestiones conducentes, judicial y extrajudicial, administrativas y demás que sean necesarias hasta obtener el registro de la presente escritura en la sección de comercio del Registro Público de la Propiedad de esta capital. Yo, el Notario, doy fe: De que conozco a los comparecientes, quienes tienen capacidad legal para la celebración de este acto, y quienes por sus generales manifiestan ser: todos de nacionalidad mexicana; el señor \_\_\_\_\_ la señora \_\_\_\_\_ el señor \_\_\_\_\_ De que declaran bajo protesta de decir verdad: que todos se encuentran al corriente en el pago del impuesto sobre la renta; De que lo relacionado e inserto concuerda con el documento original que tuve a la vista, y De que leí la presente escritura a los comparecientes, les expliqué el valor y consecuencias legales de su contenido y estando conformes las firman el día \_\_\_\_\_ del mes de su fecha. (Firma de los otorgantes y del notario.

## CONSULTAS.

Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, Secretara de Turismo y Secretaria del Trabajo y Prevención Social, *Manual de puesto de administración hotelera*, Limusa, 1990, México.

Belausteguigoitia, Imanol. *Empresas Familiares: su dinámica, equilibrio y consolidación*. Ed. Mc Graw Hill, México, 2004. Pág. 65-70.

BLANCO, Adolfo. *Formulación y evaluación de proyectos*. Ed. Torán, 4º Edición. España, 2011.

CÁRDENAS, Tabares Fabio. *Proyectos turísticos; localización e inversión*. Jerarquización del atractivo turístico, factores deseables. Ed. Trillas. México 1994. Pág.75-81.

CLAVIJO, López Daniela. El cliente es el rey. *Entrepreneur*. Volumen 17. Número 03. Marzo 2009. Pág. 56-57.

DÍAZ, Ismael. La revolución silenciada. Ed. Trillas. México 2003. Pág. 46.

FISCHER Laura y Espejo Jorge, *Mercadotecnia*, Tercera Edición, de, Mc Graw Hill, 2007 Pág. 240

FRANKLIN Enrique, *Organización de Empresas*, Segunda Edición, de, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 79 al 86.

Guía Metodológica General para la Preparación y Evaluación de Proyectos del Instituto del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), *Proyectos de inversión*, 2009.

HERRERA Beltrán Fidel, *3º informe de gobierno del estado de Veracruz*, marzo 2007.

HONEY, Martha, *El turismo como fomento para el crecimiento local*, Ed. Trillas, México 1999. Pág. 80.

KHOLE, Natalia, *por qué un hombre se debe cuidar su imagen*, en revista *Entrepreneur*, vol. 16, número. Ed. Impresiones Aéreas S.A de C.V, México, mayo 2008.

KOTLER Philip, Cámara Dionisio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, *Dirección de Marketing*, Edición del Milenio, de, Prentice Hall, Pág. 10.

LICKORISH, Leonar, Jenkins Carson. Una introducción al turismo. Los inicios del turismo. Las cuatro etapas. ed. Síntesis, España, 1997. Pág. 28-31.

MATOS Castillo Agustín, *Marketing ilustrado*. Ed. UNAM. México 2003.

MUNGUÍA, Carlos. *Planes de negocio, guía práctica*, 2005. Pág. 79.

Organización Mundial de Turismo (OMT), citado en Secretaría de Turismo, *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, México, 2001, p. 31.

ORTÍZ Fernández Fernando, Estudio sobre los estragos culturales en la zona de Chiapas, Transculturización, UNAM México, 1999, p. 78.

PÉREZ de las Heras Mónica, La Guía del Ecoturismo, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid, España, México 1999. Págs. 35-85.

## *Estudio de Factibilidad*

PRIMACK B Richard, *Introducción a la biología de la conservación*. Ed. Joandomènc Ros. Alemania. 2002. Págs. 35-37.

RAMIREZ, Mario. *Introducción a sistemas económicos, pre inversión*. Ed. McGraw-Hill. USA 2006. Págs. 67-70.

ROBLES, Moisés, *Manual para la elaboración de un estudio de factibilidad*, Universidad del ISTMO, Panamá, 2008.

RUIZ, Sandoval, 1997

SANTILLI, Orlando, *Camping, Una alternativa de viaje*, Stadium, Venezuela, 1960.

SECTUR, *¿Qué es el Turismo de Naturaleza?* México. 2010. Pág. 9.

SPAG, J.M. *Evaluación de proyectos: Guía de problemas y soluciones*. México, Mc Graw Hill. 2004.

WAVES David, *Ecoturims*, Jhon Wiley & Sons, Australis, 2001.

WEARING, Stephen, Jhon Neil. *Ecoturismo, impacto, tendencias y posibilidades*. Ed. Síntesis. Madrid 1999.

ZAMORANO Casal Francisco Manuel. *Turismo Alternativo*. Ed. Trillas México 2007. Pág. 40.

“Colores del reciclaje.” [http://www.infoecologia.com/reciclaje/aprende\\_a\\_reciclar\\_cbenito2004.htm](http://www.infoecologia.com/reciclaje/aprende_a_reciclar_cbenito2004.htm)

“Holanda” <http://www.holandalatina.com/alrededoresutrecht.htm> 07-01-2012.

“Indicador global de la actividad económica”; <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/igaebol.asp> enero, 2012, 7-02-2012.

“Mapa Veracruz”, [http://www.google.com.mx/imgres?imgurl=http://zonaturistica.com/files/estados/M30.jpg&imgrefurl=http://zonaturistica.com/ciudades-en/30/veracruz-mexico.html&h=480&w=410&sz=49&tbnid=5zQw5khquK8mFM:&tbnh=87&tbnw=74&prev=/search%3Fq%3Destado%2Bde%2Bveracruz%26tbm%3Disch%26tbo%3Du&zoom=1&q=estado+de+veracruz&docid=M9FNpjMRSeoFjM&hl=es&sa=X&ei=5-xtTpdEYjpsQLn55mpDA&ved=0CFUQ9QEwBw\\_](http://www.google.com.mx/imgres?imgurl=http://zonaturistica.com/files/estados/M30.jpg&imgrefurl=http://zonaturistica.com/ciudades-en/30/veracruz-mexico.html&h=480&w=410&sz=49&tbnid=5zQw5khquK8mFM:&tbnh=87&tbnw=74&prev=/search%3Fq%3Destado%2Bde%2Bveracruz%26tbm%3Disch%26tbo%3Du&zoom=1&q=estado+de+veracruz&docid=M9FNpjMRSeoFjM&hl=es&sa=X&ei=5-xtTpdEYjpsQLn55mpDA&ved=0CFUQ9QEwBw_), 29-08-2011.

“Mapas Veracruz” <http://www.mapasmexico.net/mapa-veracruz.html>, 29-08-2011.

“Proyecto de inversión” SANTOS, Santos Tania, *Estudio de factibilidad para un proyecto de inversión, etapas de estudio*, noviembre 2008 en <http://www.eumed.net/cel/2008b/>. Marzo 2011.

“Salarios para el 2012” [www.laeconomia.com.mx](http://www.laeconomia.com.mx).

“PIB México” <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio> 07-03-2012.

[www.capitalsemilla.org.mx](http://www.capitalsemilla.org.mx) 2012.

[www.laempresafamiliar.com](http://www.laempresafamiliar.com) 2011.

## *Estudio de Factibilidad*

“Estudios de factibilidad en turismo” MIRANDA, Salazar Sandra Patricia, *Estudio de factibilidad para un proyecto de turismo alternativo en la comunidad San Pablo de Lluçud*, [http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Sandra\\_Miranda.htm](http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Sandra_Miranda.htm), 17/03/2011

<http://datatur.sectur.gob.mx> 2010.

[www.campamentosdemexico](http://www.campamentosdemexico) 2010.

[www.decamping.com.ar](http://www.decamping.com.ar) 2011.

[www.mapasmexico.net/mapa-veracruz](http://www.mapasmexico.net/mapa-veracruz). 2011.

“Turismo concepto” <http://unwto.org>, 08-04-2011.

“Ecotourism” <http://www.ecotourism.org>, 08-05-2011.

### **Empresas consultadas.**

Baños secos, mingitorio seco, regadera, <http://www.iepsacv.com>

<http://www.lohechoenmexico.mx>

Lámparas solares. <http://www.mrvanguardiaurbana.com>

Planta eléctrica micro solar. <http://www.saecsaenergiasolar.com>

# *Namasté*

*Estudio de Factibilidad*