



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

**MAESTRÍA EN AGROINDUSTRIA RURAL, DESARROLLO
TERRITORIAL Y TURISMO AGROALIMENTARIO.**

**“PLAN DE NEGOCIOS DE UN CIRCUITO AGROTURÍSTICO DEL
CAFÉ PLUMA COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL
EN EL MUNICIPIO DE PLUMA HIDALGO, OAXACA.”**

**QUE, PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN
AGROINDUSTRIA RURAL, DESARROLLO TERRITORIAL Y
TURISMO AGROALIMENTARIO PRESENTA:**

DANIELA COLIN RODEA

COMITÉ DE TUTORES:

DR. HUMBERTO THOMÉ ORTIZ

DRA. ANGÉLICA ESPINOZA ORTEGA

MTRA. IRAIS GONZÁLES DOMÍNGUEZ

TOLUCA ESTADO DE MEXICO, JUNIO, 2007

RESUMEN.

La producción de café en nuestro país se lleva a cabo en su mayoría por población indígena, en la región de Pluma Hidalgo, Oaxaca se cultiva café orgánico de alta calidad y características únicas en el mundo. Actualmente, los cafeticultores indígenas viven en pobreza y escasos debido a las deficientes políticas públicas que los dejan al margen de la actividad comercial, la disminución en el cultivo de café en esta zona repercute a nivel económico, cultural, social, en la biodiversidad, calidad de los suelos y paisajes.

La conservación de los hábitos y costumbres de un pueblo contribuirá a la conservación de su identidad, es necesaria la revalorización, rescate y cuidado de los elementos que conforman la identidad de un pueblo que corre el peligro estando expuesta y vulnerable la globalización.

Las condiciones de vida de estas poblaciones han sido determinadas por el territorio que habitan, pero la falta de interés del gobierno y las directrices que marca el gobierno para el desarrollo de comunidades rurales en nuestro país no han sido capaces de sacar al sector agrícola del estancamiento en el que se encuentra, la situación se agrava si consideramos que la creciente pobreza en las zonas rurales como Pluma Hidalgo traen en consecuencia la pérdida de elementos del patrimonio natural y cultural. Acciones alternativas como el desarrollo del agroturismo en esa región podrían convertir al cultivo del café en un factor dinamizador del desarrollo en la comunidad.

El planteamiento proyectos de desarrollo local desde una perspectiva turística, tal como el agroturismo o el turismo agroalimentario pueden llegar a permitir que un producto agrícola característico de una región se convierta en un catalizador de procesos de desarrollo local en la población, se revaloriza el territorio, se diversifican las actividades económicas y se da un desarrollo integral del lugar a partir de los recursos propios de la región.

En el municipio de Pluma Hidalgo, el desarrollo de proyectos de turismo rural permitirá no solo el rescate de su patrimonio, sino que también detendría la

migración de los habitantes de este municipio a otros lugares con el fin de mejorar sus ingresos para mejorar su calidad de vida. Con el desarrollo de un circuito agroturístico del café Pluma, se genera oferta laboral y se involucra a los sectores marginados del mercado laboral, lo que convierte al turismo rural en diversificador de ingresos y eje del desarrollo de la comunidad rural.

ABSTRACT

The production of coffee in our country is carried out mainly by the indigenous population, in the region of Pluma Hidalgo, Oaxaca is cultivated high quality organic coffee with unique characteristics. Currently, indigenous coffee growers live in poverty and scarce due to poor public policies that leave them out of business, the decline in coffee cultivation in this area has an impact on economic, cultural, social, biodiversity, quality of the soils and landscapes.

The conservation of the habits and customs of coffee producers will contribute to the preservation of their identity, it is necessary to valorize, rescue and care for the elements that make up the identity of the coffee community that is threatened by globalization. The living conditions of these populations have been determined by the territory they inhabit, but the government's lack of interest and government guidelines for the development of rural communities in our country have not been able to lift the agricultural sector from stagnation. The situation is aggravated if we consider that the increasing poverty in the rural zones like Pluma Hidalgo consequently brings the loss of elements of the natural and cultural heritage. Alternative actions such as the development of agrotourism in that region could turn coffee cultivation into a driving force for community development.

The approach of local development projects from a tourism perspective, such as agrotourism or agri-food tourism, may allow a characteristic agricultural product of a region to become a catalyst for local development processes in the population to enhance the territory and diversify the economic activities, starting from the own resources of the region.

In the municipality of Pluma Hidalgo, the development of rural tourism projects will allow not only the rescue of its heritage, but also stop the migration of the inhabitants of this municipality to other places in order to improve their income and quality of life. With the development of an agrotourism circuit of the Pluma coffee, labor supply is

generated and the marginalized sectors of the labor market are involved, which turns rural tourism into a revenue diversifier and a hub for the development of the rural community.

AGRADECIMIENTOS.

A Dios, a mi familia y amigos:

Por todo lo que me han dado y por haberme permitido llegar hasta aquí.

A mi comité tutorial:

Por el tiempo brindado y la guía, este trabajo no hubiera sido posible sin su apoyo.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, La Universidad Autónoma del Estado de México, y el Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales:

Por la oportunidad, el espacio y los recursos para continuar con mi formación académica permitiéndome concluir mis estudios de posgrado en la Maestría en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario.

¡Gracias Infinitas!

Contenido.

Contenido.....	7
Índice de Ilustraciones.....	10
Índice de tablas.....	11
Índice de Cedulas.....	12
Índice de Graficas.....	12
1.1 Nueva ruralidad.....	13
1.1.1 Multifuncionalidad.....	14
1.1.2 Pluriactividad.....	15
1.2 Turismo en el espacio rural.....	16
1.2.1 Turismo y desarrollo territorial.....	17
1.2.2 Turismo rural.....	18
1.2.3 Agroturismo.....	20
1.2.4 Turismo Agroalimentario.....	24
1.2.4.1 Turismo y café.....	25
CAPITULO II. Materiales y Métodos.....	33
2.1 Zona de Estudio.....	33
2.2 Metodología: Estudio de Caso.....	35
2.3 Herramientas.....	36
2.3.1 Diagnostico del territorio.....	36
2.3.2 Inventario de recursos.....	37
2.3.3 FODA.....	37
2.3.4 Plan de Negocios.....	38
CAPITULO III. Resultados.....	39
3.1 Inventario de Atractivos en Pluma Hidalgo con potencial para para su aprovechamiento agroturístico.....	39
3.1.1 Atractivos naturales.....	40
3.1.2 Fincas Agropecuarias, agroindustrias y procesamiento artesanal.....	45
3.1.3 Patrimonio Histórico y Museos.....	46
3.1.4 Folklore y Manifestaciones de la Cultura.....	47
3.1.5 Acontecimientos Programados y manifestaciones contemporáneas.....	48
3.2 Diagnostico del territorio.....	48
3.2.2 Análisis del sector turístico.....	59
3.2.3 FODA.....	60

CAPITULO IV. Propuesta De Plan De Negocios	67
4.1 Descripción de la idea de negocio.	67
4.1.1 Idea de negocio.	67
4.1.2 Misión.	67
4.1.3 Visión.....	67
4.1.4 Objetivos.	67
4.1.5 Descripción del Servicio.	68
4.1.6 Funciones.	68
4.1.7 Necesidades que atiende.....	68
4.1.8 Aplicación Comercial.....	69
4.1.9 Ventaja competitiva	69
4.2 Análisis FODA.	69
4.3 CANVAS.....	71
4.3.2 Recursos clave.	73
4.3.3 Segmento de mercado.	74
4.3.4 Relación con los clientes.....	74
4.3.5 Iniciativas estratégicas.....	74
4.3.6 Canales de comunicación y distribución.....	75
4.3.7 Propuesta de valor.	75
4.3.8 Actividades clave.	76
4.3.9 Estructura de costos.	76
4.3.10 Fuente de ingresos.	77
4.4 Estudio de mercado.	78
4.4.1 Análisis de la demanda.	78
4.4.3 Análisis de la competencia.....	84
4.4.2 Análisis de la Oferta	90
4.4.4 Contrastación de la oferta y la demanda	94
4.4.5 Proyección de ventas.....	96
Escenario Optimista:	96
Escenario Conservador:	97
Escenario Pesimista:.....	97
4.4.6 Plan de Mercadotecnia	98
4.5 Estudio técnico	108

4.5.1 Descripción del proceso de prestación del servicio.....	108
4.5.2 Determinación de la capacidad de producción.....	111
4.5.3 Descripción de la infraestructura y equipamiento	111
4.5.4 Diseño, distribución y ubicación de las oficinas.	113
4.5.6 Diseño del circuito.....	114
4.5.7 Programa de prestación de servicios	116
4.6 Estudio administrativo	118
4.6.1 Estructura Organizacional.....	118
4.6.2 Marco legal organizacional.....	124
4.7 Estudio financiero	126
4.7.1 Inversión inicial.....	126
4.7.2 Fuentes de financiamiento.....	127
4.7.3 Estados financieros de proforma	128
4.7.4 Razones financieras.....	131
4.7.5 Indicadores financieros.....	131
4.7.6 Punto de equilibrio.....	132
4.8 Impactos.....	132
4.8.1 Impacto Económico y Social.....	132
4.8.2 Impacto Ambiental.....	133
4.8.3 Impacto Cultural y Educativo.....	133
CAPITULO V. Discusión y Conclusiones.....	135
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	142
ANEXOS.....	147
Ficha de evaluación de recursos turísticos.....	147
Evaluación de recursos humanos e institucionales.....	148
Recursos para el turismo rural.....	149

Índice de Ilustraciones.

Ilustración 1. Actividades del Agroturismo. Elaboración propia con base en Barrera, 2006	22
Ilustración 2. Regiones Cafetaleras en México. Elaboración Propia.	29
Ilustración 3. Ubicación de Pluma Hidalgo. Elaboración Propia con datos de la secretaria de comunicaciones y trasnportes e inegi.....	33
Ilustración 4. Centro de Pluma Hidalgo	40
Ilustración 5. Cultivos de la Localidad de Pluma Hidalgo	41
Ilustración 6. Áreas Naturales Protegidas en Pluma Hidalgo	42
Ilustración 7. Cascada Arcoíris, rio Magdalena, Pluma Hidalgo.....	43
Ilustración 8. Miradores naturales, Pluma Hidalgo.	44
Ilustración 9. agroindustrias y procesamiento artesanal del café Pluma	45
Ilustración 10. Taller artesanal "Hilos de Amor"	46
Ilustración 11. Muse del café, Finca Don Gabriel	46
Ilustración 12. Cartel del Festival del café Pluma.....	47
Ilustración 13. Cartel del concurso de fotografía de Pluma Hidalgo.	48
Ilustración 14. Análisis FODA de la idea de negocio. Elaboración Propia.....	70
Ilustración 15. Modelo de Negocio CANVAS. Elaboración propia.....	72
Ilustración 16. Plan de Mercadotecnia. Elaboración Propia.	98
Ilustración 17. Logotipos de Turismo Pluma Hidalgo. Elaboración del Municipio de Pluma Hidalgo.....	107
Ilustración 18. Descripción De La Infraestructura Y Equipamiento: Insumos	113
Ilustración 19. Ubicación de las oficinas del proyecto. Google Maps.	114
Ilustración 20. Lay Out Oficinas. Elaboración Propia.	114
Ilustración 21. Diseño del Circuito: Ruta 1. Elaboración Propia	115
Ilustración 22. Diseño del Circuito: ruta 2. Elaboración Propia.....	115
Ilustración 23.Diseño del Circuito: Ruta 3. Elaboración Propia	115
Ilustración 24. Organigrama de la Asociación del Circuito agroturístico del café Pluma. Elaboración Propia.....	119
Ilustración 25. Pasos Para constituir una Asociación Civil. Elaboración Propia. .	125

Índice de tablas.

Tabla 1. Análisis FODA. Este análisis muestra un análisis de las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas del territorio de Pluma Hidalgo.	62
Tabla 2. Turistas de Huatulco que realizan turismo rural y alternativo en la sierra sur de Oaxaca.	79
Tabla 3. Hipótesis de Captación del mercado de turismo rural y alternativo en la Sierra Sur de Oaxaca. Elaboración Propia.	82
Tabla 4. Producción anual de Café cereza en la Sierra Sur de Oaxaca (2015). ...	83
Tabla 5. Recorridos del circuito agroturístico del café Pluma. Elaboración Propia	95
Tabla 6. Contrastación de la oferta y la demanda de turismo rural y alternativo. Elaboración Propia con datos de Secretaria de Turismo del Estado de Oaxaca. .	95
Tabla 7, Grafica 1. Ingresos obtenidos en el consumo aparente anual de turistas que realizan actividades de turismo rural y alternativo en la zona de la sierra sur de Oaxaca. Elaboración Propia con datos de Secretaria de Turismo del Estado de Oaxaca.	96
Tabla 8. Recorrido 1. Circuito agroturístico del café Pluma 1. Elaboración Propia.	100
Tabla 9. Costeo recorrido 1 del circuito agroturístico del café pluma.	100
Tabla 10. Recorrido 2. Ruta del café Pluma 2. Elaboración Propia.	102
Tabla 11. Costeo recorrido 2 del circuito agroturístico del café pluma.	102
Tabla 12. Recorrido 3. Ruta del café Pluma 3. Elaboración Propia.	103
Tabla 13. Costeo recorrido 2 del circuito agroturístico del café pluma.	103
Tabla 14. Estimado de los costos operativos de los recorridos mensual y a tres meses.	104
Tabla 15. Hoteles que se proponen para la venta de los recorridos del circuito agroturístico del café Pluma.	105
Tabla 16. Determinación de la capacidad de producción. Elaboración Propia. ...	111
Tabla 17. Descripción de la infraestructura y equipamiento: Oficinas.	112
Tabla 18. Descripción de la infraestructura y equipamiento: Instalaciones.	112
Tabla 19. Descripción de la infraestructura y equipamiento: Maquinaria y Equipo.	112

Tabla 20. Mapa de atractivos del circuito agroturístico del café Pluma (Elaborado con base en el mapa de recursos turísticos de la ruta del café pluma: Aromas de la sierra Sur).....	116
Tabla 21. Proyección de ventas en número de recorridos, Elaboración Propia. ...	117
Tabla 22. Áreas Funcionales del negocio. Elaboración Propia	119
Tabla 23. Inversión inicial	127
Tabla 24. Fuentes de Financiamiento	128
Tabla 25. Flujo de efectivo proyectado a cinco años.....	129
Tabla 26. Balance General.....	130
Tabla 27. Estado de Resultados proyectado.....	130
Tabla 28. Punto de Equilibrio.	132
Tabla 29. Ficha de evaluación de recursos turísticos.....	148
Tabla 30. Ficha de Evaluación de recursos humanos e institucionales	149
Tabla 31. Ficha de evaluación de recursos para el turismo rural.	149

Índice de Cédulas.

Cédula 1. Lista De Control Para El Inventario De La Oferta Turística Local	50
Cédula 2. Lista De Control Para El Inventario De La Oferta Turística Local	53
Cédula 3. Lista De Control Para El Inventario De La Oferta Turística Local	56
Cédula 4. Lista De Control Para El Inventario De La Oferta Turística Local.	57
Cédula 5. Lista De Control Para El Inventario De La Oferta Turística Local	58
Cédula 6. Lista De Control Para El Inventario Para La Oferta Turística Local.	94

Índice de Graficas

Tabla 7, Grafica 1. Ingresos obtenidos en el consumo aparente anual de turistas que realizan actividades de turismo rural y alternativo en la zona de la sierra sur de Oaxaca. Elaboración Propia con datos de Secretaria de Turismo del Estado de Oaxaca.....	96
Gráfica 2. Proyección de ventas: escenario optimista. Elaboración propia.	97
Gráfica 3. Proyección de ventas: escenario conservador. Elaboración propia.....	97
Gráfica 4. Proyección De Ventas: Escenario Conservador. Elaboración Propia ...	98
Grafica 5. Programa de prestación de servicios. Elaboración propia.	117

CAPITULO I. Antecedentes

1.1 Nueva ruralidad

En países desarrollados, la ocupación de áreas rurales tradicionales por actividades no agropecuarias hace que la producción primaria sea un componente más, y no el más importante de la vida rural, esto ha sido denominado como “nueva ruralidad” o “rururbanización” (Bertrand, 1987; García, 1996). Durante las últimas décadas se han llevado a cabo modificaciones significativas, respecto a la valoración del trabajo del campo, sus recursos y las actividades realizadas por los campesinos. Lo anterior trajo consigo que al campo no sólo se le conciba como el proveedor de materias primas, sino también como un sector en el cual las nuevas perspectivas y formas de utilización eficiente de sus recursos han generado la redefinición de las relaciones rural- urbano, a través de la integración de nuevos actores económicos y sociales que han aportado enfoques alternativos de las formas de aprovechamiento de los recursos en los territorios rurales.

Con la incorporación de estos nuevos enfoques se ha replanteado la visión que consideraba a la actividad agrícola como sinónimo de lo rural, formulaciones de la economía clásica en el siglo XVII concebían al progreso como la transición de lo rural a lo urbano a través de un proceso de industrialización. Esta concepción del progreso situaba al sector industrial en el centro del desarrollo económico y de la transformación estructural de las sociedades, mientras que el sector agrícola debía de ajustarse, pasivamente, en función de las demandas industriales y urbanas, asumiendo un comportamiento meramente residual (Pérez, 2001). Así, el grado de urbanización de las sociedades llegó a identificarse como sinónimo de desarrollo, lo que significó la valorización-desvalorización de lo urbano-rural en diversos ámbitos de la vida moderna (Gómez, 2001).

A partir de lo anterior, lo rural comienza a identificarse como un conjunto de atributos sociales, culturales y económicos que lo diferencian totalmente del ámbito urbano. Económicamente, la población rural se asocia a las actividades propias del sector primario, este tradicionalismo de la sociedad rural se contrapone directamente a la modernidad de las sociedades urbanas definiendo límites entre ambas.

En la actualidad, estos límites han sufrido un desvanecimiento como consecuencia de la multifuncionalidad de la agricultura que ha dado pie a la reorganización del territorio rural bajo la concepción del espacio rural no sólo como el lugar en el cual se desempeñan las actividades agropecuarias y como fuente de materias primas, sino que también como un proveedor de recursos naturales y culturales de utilidad turística y recreativa, lo que los convierte en espacios fértiles para la inversión de capital, lo anterior teniendo a la identidad rural como el elemento de soporte para la multifuncionalidad de los espacios agrarios.

1.1.1 Multifuncionalidad.

En la actualidad el mundo rural representa más que el espacio en el que se producen nuestros alimentos, se ha convertido en el espacio para el desempeño de actividades y la generación de bienes distintos a los estrictamente agropecuarios (Ortiz y Dante, 2011).

El cultivo de la tierra y la producción ganadera no son el único medio de vida para los habitantes del espacio rural, sino que lentamente van surgiendo para ellos nuevas atribuciones y nuevas responsabilidades. Esto va consolidando nuevos conceptos como los de multifuncionalidad del medio rural y de la agricultura, o el de pluriactividad de los agricultores, que abren nuevas perspectivas para el rendimiento del espacio rural (Toresan, 2003).

Durante las últimas décadas se han dado cambios significativos en el espacio rural como respuesta a las condiciones socioeconómicas y ambientales actuales, lo anterior ha traído consigo la búsqueda por equiparar el nivel socioeconómico de las poblaciones rurales con el de las urbanas, a través de la generación de ingresos a partir de la revaloración de sus valores culturales, ambientales y paisajísticos hasta el punto de ser considerados como recursos patrimoniales y activos para el desarrollo. Lo anterior a través de la creación de servicios específicos generadores de valor añadido a sus producciones locales en el contexto de un modo de vida respetuoso de su entorno.

El concepto de “multifuncionalidad” también hace eco de las expectativas socioeconómicas para la agricultura, relacionadas con la localización y la

especialización agropecuaria en productos saludables y territorialmente diferenciados (agriculturas ecológicas, denominaciones de origen, etc.) (Pérez, 2010).

La multifuncionalidad aparece como un reflejo de la sociedad rural cambiada, que rechaza la visión estancada del sector rural, a través de formas genuinas de utilización eficiente de los recursos locales y de generación de empleo, lo que significa que se trata de una forma de inserción en el mercado por “vía alta o autónoma” o, por el contrario, por el predominio de la “vía baja o subordinada” (Pérez Sainz, 2002). Con todo lo anterior el papel del campo es cada vez más valorizado en las propuestas de desarrollo y los territorios rurales se convierten en espacios fértiles para la inversión y el desarrollo a través de la incorporación de miradas alternativas de las actividades realizadas en los espacios rurales.

1.1.2 Pluriactividad.

La multifuncionalidad del espacio rural da origen al término pluriactividad la cual se usa para hacer referencia al gran número de actividades productivas que se llevan a cabo en el campo, en este caso, la pluriactividad acaba transformándose en una estrategia para viabilizar los modos de vida rurales (Radwanski y Sampaio, 2008).

Aspectos como la diversificación de las actividades productivas en los espacios rurales tienen implicaciones directas sobre el crecimiento y el desarrollo de estas zonas ya que la incorporación y la realización de proyectos alternativos a la producción agropecuaria puede traer consigo la integración de actividades basadas ya no sólo en la producción sino también en la agroindustria y en la prestación de servicios de distintos tipos derivados de la propia actividad agropecuaria. Es decir, que la agricultura y la actividad agropecuaria deben ser el centro de la generación de proyectos para el desarrollo de los cuales no se conciba, únicamente, el aspecto productivo de la actividad, sino que sean los ejes a partir de los cuales se generen estrategias que hagan de la agricultura, un elemento central que sirva como motor para el desarrollo de actividades que se relacionen con el resto de los sectores.

El entorno rural, las actividades del sector agropecuario y sus formas tradicionales de producción, sus expresiones culturales y su forma de vida se convierten en

elementos inmateriales valiosos que pudieran ser el origen de agro negocios de interés turístico, ofreciendo así a los emprendedores, oportunidades para un desarrollo rural basado en las capacidades y los recursos propios del lugar. La búsqueda de la población rural por mejorar sus ingresos los ha llevado a la modificación de sus actividades productivas, han llevado a cabo la agregación de actividades agrícolas nuevas y también la incorporación de actividades no agrícolas y servicios, dentro del marco de la pluriactividad la recreación y el turismo son elementos a través de los cuales el sector rural tiene la posibilidad de transformar su actividad de monoactiva a pluriactiva a través de la complementación e innovación en la oferta de productos y servicios.

1.2 Turismo en el espacio rural.

La mundialización económica y la creciente liberalización del comercio internacional de productos agrarios provocan cada año la desaparición de miles de hectáreas productivas de las agriculturas campesinas de los países empobrecidos frente al avance de las multinacionales y sus monocultivos (Sotomayor, 2008), y la consiguiente pérdida de un patrimonio ambiental y cultural inconmensurable (FAO, 2007; Graciano da Silva, Gómez y Castañeda, 2008; Berdegué y Schejtman, 2008).

Durante las últimas décadas el campo comenzó a ser re-visitado conceptualmente, se lo revalorizó; se lo presentó como un repositorio de valores que la sociedad industrial olvidó o destruyó (Posada, 1999), lo anterior debido a que es el único espacio en el que se pueden encontrar elementos cuyas características son la autenticidad, lo orgánico, lo natural y lo artesanal.

Con el paso de los años el espacio rural ha ido generando nuevas formas de desarrollo a través de la incorporación de nuevas técnicas agropecuarias y la creación de nuevas actividades que complementen los ingresos a través de la generación de empleos y que, en consecuencia, contribuyen al desarrollo de las comunidades rurales. Actividades como la elaboración de artesanías, productos típicos y la prestación de servicios turísticos han sido de las nuevas estrategias a través de las cuales se busca revalorizar el espacio rural.

Es en este contexto que la actividad turística se inserta en el espacio rural, como una alternativa de trabajo y generación de ingresos, situada en el sector de servicios, o sea, una actividad inicialmente considerada urbana. Así, el turismo es una de las actividades que refleja la realidad en la cual lo rural ya no es exclusivamente agrícola (Santos, Valentini, Scherer, Thomé-Ortiz, Spindler y Micheline, 2014).

1.2.1 Turismo y desarrollo territorial.

El desarrollo económico y social es uno de los objetivos centrales para cualquier gobierno y población alrededor del mundo. El desarrollo territorial surge como una estrategia para hacer frente desde el territorio y la comunidad de ciudadanos a las cuestiones básicas que les preocupan (Rodríguez, 2003).

La crisis del sistema agrario trajo consigo impactos significativos para las poblaciones rurales, la disminución de los habitantes, el envejecimiento de la población, el incremento de la pobreza y los impactos ambientales negativos agravaron la crisis en estos espacios. La búsqueda de la mejora de vida de las comunidades rurales las ha llevado a realizar modificaciones significativas en su estructura social y económica, con el fin de hacer frente a las problemáticas derivadas de crisis del sistema agrario, han optado por abandonar el modelo basado únicamente en actividades agrícolas y se han diversificado en búsqueda del progreso.

Los espacios rurales se han revitalizado y a la fecha son considerados no sólo como espacios contenedores de conocimientos y bienes patrimoniales de gran importancia, sino que también a lo largo de las últimas décadas se les atribuye el papel de guardianes de las áreas naturales y la biodiversidad. Por ello afirmamos que el nuevo modelo de desarrollo rural sustentable debe seguir tomando al propio sector agrícola como eje vertebral a partir de un esquema de agricultura abiertamente multifuncional que busque propiciar la protección ambiental, el arraigo social, el mejoramiento de la calidad de vida en el medio rural, la preocupación por la salud humana y la soberanía alimentaria.

Como parte del modelo del desarrollo rural, durante los últimos años han surgido iniciativas colectivas por parte de la población que han contribuido a que estas comunidades salgan de su estancamiento y se incorporen al progreso. Las características y condiciones de los espacios rurales han dado lugar a iniciativas de corte turístico, las cuales no solo han potenciado la práctica de un turismo responsable y no invasivo lo que ha contribuido a reducir los impactos ambientales del turismo disperso, sino que también ha incidido positivamente en la conservación del patrimonio rural, reactivación del comercio, ha impulsado las agroindustrias locales y ha promovido el sector artesanal.

Otro aspecto importante a considerar dentro de la relación entre desarrollo territorial y turismo es la integración de los grupos vulnerables a los procesos de desarrollo pues como lo expresa Sabaté (2001), los procesos de cambio recientes de las zonas rurales han puesto de manifiesto la elevada participación de las mujeres en la diversificación económica, ocupando el papel de protagonistas en muchos de los nuevos sectores desarrollados a lo largo de los años noventa, siendo uno de los mejores ejemplos el del turismo rural.

En el contexto actual, la búsqueda del desarrollo debe centrarse en un equilibrio entre las innovaciones en los espacios y procesos rurales y las actividades y conocimientos tradicionales, lo anterior es elemental en la búsqueda de la integración de las comunidades rurales a modelos económicos actuales teniendo siempre presente que el incremento de la demanda de actividades de ocio en espacios rurales trae consigo el riesgo de la degradación ambiental por lo tanto se debe evitar a toda costa la masificación y debe estar ligada íntimamente a la gestión del espacio rural y el territorio. En definitiva, y según la teoría del desarrollo sostenible y del desarrollo rural integrado, se han de conjugar los intereses del propio turismo, del medio ambiente y de la comunidad local (Aparicio, 2004).

1.2.2 Turismo rural.

Una de las estrategias de la que las comunidades rurales han hecho uso en búsqueda de la mejora de calidad de vida es el turismo rural. El turismo rural ha sido un movimiento que lentamente ha ganado reconocimiento como una alternativa

económica y sustentable: “El término se basa en la revalorización del espacio rural y su geografía, como unidad de gestión que permita integrar una economía multisectorial, dimensiones políticas, sociales, culturales y ambientales que han venido construyendo una institucionalidad dinámica, aunque compleja y que ofrece las posibilidades de una respuesta a los errores que ha mostrado el desarrollo rural en las últimas décadas” (Echeverri y Ribero, 2003).

De acuerdo con el Análisis Territorial del turismo (Vera, 1997) El turismo rural cuenta con seis rasgos característicos:

- Estar situado en zona rural.
- Ser funcionalmente rural, fundamentado sobre las características particulares del mundo rural (la pequeña empresa, los grandes espacios, el contacto con la naturaleza, el patrimonio, las sociedades y las prácticas “tradicionales”).
- Desarrollarse a escala rural (practicarse en general a pequeña escala).
- Ser de naturaleza tradicional, de crecimiento lento y ligado a las familias locales. Debe desarrollarse, esencialmente, bajo el control de las comunidades locales.
- Ser viable, en el sentido de que su desarrollo debe ayudar a mantener el carácter rural particular de la región y hacer uso de los recursos locales que sea viable a largo plazo.
- Comprender una diversidad de tipos, reflejo de la diversidad entorno de la economía y de la historia del espacio rural.

El turismo rural se aleja de ese modelo mecánico y estandarizado del turismo, deja de lado la planificación tradicional y sectorizada por una que busca que la calidad de vida de la población mejore a través de su inclusión en la toma de decisiones, la planeación e implementación de actividades que le permitirán insertarse en la actividad turística al mismo tiempo que mejora sus ingresos y participa en la regeneración y conservación de su medio ambiente y su identidad cultural.

La generación de ingresos alternativa a las actividades agrícolas en estas regiones es otro aspecto importante del turismo rural pues despliega una serie de servicios y productos rurales no agrícolas, gracias a los cuales se impulsa la iniciativa de la familia rural emprendedora, que detectará oportunidades de negocio para satisfacer a la demanda incipiente. El turismo rural parte del principio de valorar la tradición e identidad de comunidades rurales y de implementar actividades que permitan el desarrollo y la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la misma. Lo anterior hace que el turismo rural se conciba como un factor de desarrollo de las comunidades rurales y, por lo tanto, estas actividades representan un elemento base en el desarrollo local basado en los recursos endógenos de las comunidades y en la participación de la población local.

En el planteamiento de los proyectos de turismo rural resulta central el tema del desarrollo rural, más allá de la productividad turística, pues el turismo es sólo un medio más, pero el tema de fondo sería el desarrollo. Se debe estar atento sobre cuál es el destino de ese desarrollo y quiénes son sus beneficiarios, lo cual se reflejaría en prácticas sustentables y socialmente justas. Lo anterior significa que es importante entender las contribuciones que el turismo puede generar potencialmente a la economía y al medio ambiente, plantear desde adentro una mejora en la calidad de vida de los campesinos, revalorar el patrimonio natural y cultural de la comunidad (Thomé, 2008).

En el espacio rural tienen lugar múltiples actividades turísticas como estrategia para la revitalización de zonas rurales en crisis y para detonar el desarrollo local, dentro de estas actividades, los procesos específicos de producción tradicional que se fundamentan en recursos del mundo agrario conforman un turismo rural diferenciado que generalmente se asocia a la estadía en granjas o unidades de producción agropecuaria y que conforman el denominado agroturismo.

1.2.3 Agroturismo.

El agroturismo es un tipo de turismo rural que actualmente representa una oportunidad de reactivación y desarrollo de los espacios rurales y las comunidades que los habitan. Este tipo de turismo en espacios rurales, en el que se incluyen el

turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) citada por Barrera (2006) se define como la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.

Esta modalidad del turismo rural que tiene como eje la oferta de actividades propias de las comunidades rurales establece una relación entre la producción agropecuaria, la agroindustria y la herencia cultural de una población con la actividad turística. Lo anterior se logra a través del desarrollo de productos turísticos que integran aspectos paisajísticos, agroindustria, gastronomía y cultura de la comunidad rural concretados en la realización de actividades como pesca, talleres, observación y participación en procesos agro industriales y disfrute de la gastronomía típica, vinculan al turista con el territorio y la población que visitan, promoviendo así, el desarrollo rural y la conservación de la variedad natural a través de paisajes cultivados. Lo anterior representa una alternativa para revalorizar el patrimonio rural de una población y generar un desarrollo local a partir de sus recursos endógenos.

De acuerdo con Blanco (2003) el producto agroturístico integra el patrimonio, la agroindustria y actividades que permitan el disfrute buscado por un segmento específico de turistas en un espacio determinado dotado de la infraestructura necesaria para su acceso. En el caso del agroturismo, las actividades tienen el objetivo de vincular al turista con los procesos y las actividades propias del lugar que visita como en la mayoría de las modalidades del turismo rural, pero ante la necesidad de diferenciarlo de modalidades similares, se presenta la siguiente figura con el objetivo de mostrar las actividades propias del agroturismo en el contexto mexicano.

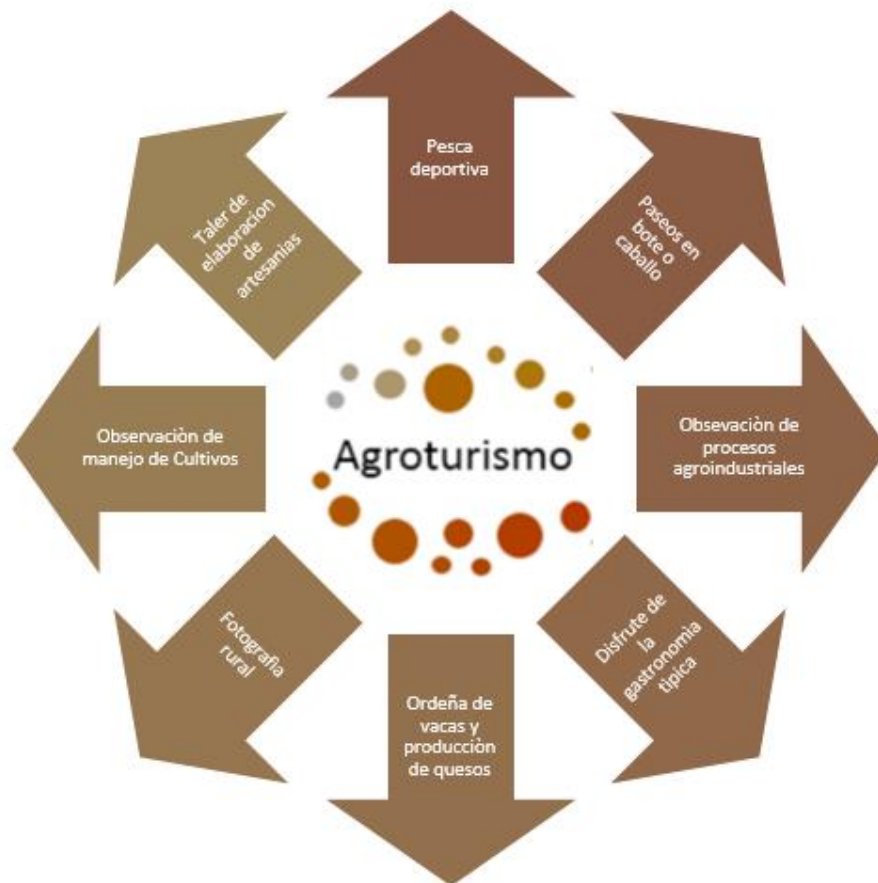


ILUSTRACIÓN 1. ACTIVIDADES DEL AGROTURISMO. ELABORACIÓN PROPIA CON BASE EN BARRERA, 2006

El modelo del agroturismo y sus características lo colocan como una alternativa viable para el desarrollo de las comunidades rurales debido a que genera la diversificación de las actividades y las economías de las comunidades rurales, ya sea a través de la generación de empleos o la valoración de su patrimonio y recursos, o mediante la comercialización de los productos locales, el desarrollo de la actividad agroturística puede llegar a convertirse en un detonante del desarrollo en espacios rurales e incidir positivamente en la calidad de vida de la población rural, además como lo indican Riveros y Blanco (2003) esta actividad ofrece un espacio para valorar la importancia de los empleos e ingresos no agrícolas, y comprender la importancia de la identificación, caracterización, explotación y preservación de los recursos y los activos locales específicos, para generar procesos de bienestar en territorios rurales.

Hay que tomar en cuenta que el desarrollo de este tipo de proyectos requiere obligatoriamente la participación de actores a nivel local, estatal y nacional debido a la necesidad de la creación de infraestructuras y procesos encaminados a la creación de proyectos viables de calidad que realmente contribuyan al desarrollo de las comunidades rurales. El surgimiento del agroturismo y de otras modalidades de turismo rural ofrece una opción productiva para familias y productores agropecuarios, pero especialmente para agrupaciones campesinas y que su desarrollo requiere el trabajo conjunto y un grado importante de encadenamientos productivos (Szmulewicz E., Pablo; Gutiérrez V., Cecilia; Winkler Ch., Karen 2012).

El agroturismo se ha reconocido como una actividad generadora de desarrollo territorial para las comunidades rurales, el rasgo distintivo de los servicios y productos de turismo rural en general y de agroturismo en especial es el deseo de ofrecer a los visitantes la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades tradiciones y costumbres de la población local (Lerdó, 1997).

En el agroturismo convergen la agricultura y el turismo, por lo tanto, es una actividad incluyente de elementos de ambos sectores lo cual convierte a las comunidades en las que se desarrolla esta actividad en espacios que ofrecen multiplicidad de

opciones al turista en un modelo que, además, se complementa de diferentes actividades asociadas a distintos recursos naturales y culturales, lo que da lugar a distintas formas de agroturismo a través del espacio rural.

1.2.4 Turismo Agroalimentario.

Una forma de agroturismo de creciente desarrollo ha sido el turismo agroalimentario, esta modalidad concibe a los alimentos como un componente de la cultura de los pueblos y como un recurso turístico que puede llegar a convertirse en el elemento a partir del cual se desarrollen proyectos de carácter turístico. Los alimentos que por su producción y consumo se asocian a un territorio son los recursos turísticos que dan fundamento a las rutas alimentarias, un concepto basado en una relación sinérgica en la que el turismo le ofrece al alimento una vía para diferenciarse (Van Westering, 2000).

Los alimentos dentro de un grupo social cumplen más que la función de satisfacer la necesidad biológica de comer, contienen significados culturales, sociales y simbólicos. La alimentación de un pueblo es un reflejo de su historia, su forma de vida, de la relación que han establecido su entorno y además contiene una carga de significados espirituales, es decir, que la forma en la que las comunidades configuran su alimentación se convierte en un elemento a través del cual expresan sus particularidades culturales, su identidad.

Desde el punto de vista del turismo, la cultura alimentaria de un pueblo es un bien patrimonial, en el caso de las comunidades rurales el aislamiento del proceso globalizador de los últimos años tuvo un doble efecto sobre la población, por un lado los dejó rezagados del llamado “progreso” cultural y crecimiento económico pero por el otro conservó sus tradiciones ancestrales caracterizadas por la ruralidad, rusticidad, y calidad, aspectos que hoy en día el consumidor del turismo rural percibe como elementos que aportan un valor agregado y que se convierten en una vía para diferenciarse de los demás modelos de turismo.

Las rutas alimentarias como una forma de turismo son estrategias que permiten la revalorización de la cultura alimentaria de una población, por lo tanto, este vínculo entre los alimentos y el turismo se convierte en una oportunidad para la

diversificación de la economía rural a través de un producto innovador. La identidad de los alimentos, ante el proceso de globalización, permite valorar lo propio y tradicional de cada zona y constituir así un factor importante a considerar para la conformación de una ruta (Bocanegra y Vázquez, 2006).

El concepto de ruta alimentaria tiene sus antecedentes en Europa donde constituyeron como un producto novedoso de gran aceptación para los turistas en busca de un turismo diferenciado y que además logró aprovechar el potencial de las regiones rurales y sus producciones agropecuarias. De acuerdo con Barrera (1999) una ruta alimentaria se define como un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada del proceso productivo agropecuario, industrial, la degustación de la comida local y expresiones de la cultura local. Estas rutas contribuyen a acrecentar el valor de un destino a través de la valorización de su patrimonio alimentario, estos dos elementos conforman a la vez una estrategia de posicionamiento de los alimentos y una propuesta turística, ambos basados en la identidad del territorio.

1.2.4.1 Turismo y café.

Con base en lo anterior, se entiende porque las comunidades indígenas cafetaleras que desarrollan producción agropecuaria, a través de procesos tradicionales, que se localizan en un territorio lleno de recursos y cuya población goza de una herencia cultural basta y definida optan por desarrollar proyectos de turismo agroalimentario. En estas zonas el cultivo de café ha sido un catalizador de procesos de desarrollo local a través de la actividad agroturística, dentro de lo cual las rutas agroalimentarias se han planteado como los proyectos más adecuados a estas zonas debido al contexto actual y a sus características. A continuación, se presenta un panorama general de las rutas del café en el mundo.

Colombia.

El café colombiano es un producto de calidad reconocido a nivel mundial por su calidad y características distintivas que lo han posicionado como uno de los cafés más consumidos en el mundo, la cadena de producción cafetalera colombiana está constituida por campesinos y parte de este prestigio y características del café

colombiano provienen de sus procesos tradicionales de producción y transformación. La constitución de la cadena productiva del café colombiano está basada en tradiciones colectivas dentro de las cuales, la toma de decisiones es colectiva, esta estructura ha permitido la conservación de tradiciones y los rasgos de identidad de la población cafetalera de Colombia, además de que fomenta y protege la relación entre la población, el medio ambiente y la cultura.

A pesar de la crisis del café a nivel mundial, el gobierno de Colombia ha tenido como política de desarrollo desde hace décadas, apoyar e incentivar la producción de café lo que permitió que la actividad cafetalera saliera fortalecida de la crisis convirtiéndose así, en un referente mundial de calidad. Con la creación de la marca nacional colombiana Café Juan Valdés, Colombia ha desarrollado estrategias diversificadas a partir del cultivo de café, el turismo ha sido una de estas estrategias que ha fortalecido la industria cafetalera a través de la creación de la ruta de café de Colombia.

Este proyecto comenzó con cuatro haciendas cafetaleras elegidas e incentivadas por el gobierno para que se integraran al proyecto. En estas haciendas se llevaban a cabo recorridos guiados por personal de la hacienda misma que explicaba todo el proceso de producción y transformación del café, desde la cereza hasta la taza, se complementa con su degustación y venta no sólo de café sino también con otros productos típicos de la región y de los alrededores.

Como consecuencia del acelerado crecimiento y el éxito del proyecto, para el año de 1995 se lleva a cabo la apertura del primer parque temático, el Parque del Café, éste proyecto tuvo un muy buen recibimiento entre los consumidores y propició la apertura de un segundo parque en 1999, el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria y posteriormente un mariposario que se incorporó como otro atractivo a la ruta, el cual recibió el nombre de Jardín Botánico El Quindío, haciendo referencia a la región en la cual se encuentra este desarrollo turístico. Para el año 2005 este proyecto ya contaba con un número considerable de instalaciones de más capacidad y de mejores características en la actualidad la oferta va desde fincas

tradicionales hasta hoteles urbanos y campestres convirtiendo a El Quindío en el segundo destino turístico más importante de Colombia.

México.

El café es un producto de gran importancia y tradición en México, es parte de la dieta popular y ocupa el primer lugar como producto agrícola generador de divisas y empleos en el medio rural. El café como alimento representa un elemento cotidiano y básico en la alimentación de la población mexicana, es la segunda bebida más consumida en nuestro país después del refresco y además su producción y comercialización son el sustento de varias poblaciones indígenas y el eje de la economía en los lugares en los que se cultiva

La cadena productiva del café constituye uno de los rubros más importantes dentro del sector agroindustrial del país, no sólo por su importancia económica, sino también por el impacto social y ambiental que genera, pues, actualmente la mayoría de la superficie cultivada con café se encuentra bajo sombra diversificada, lo que contribuye a la conservación de la biodiversidad y además funge como proveedor de trascendentales servicios ambientales a la sociedad. Por ello, el posicionamiento del Café de México tanto en el ámbito del mercado internacional como en el mercado nacional, constituye una de las acciones estratégicas para todos los involucrados.

A pesar de su relevancia dentro de la economía de nuestro país, el sector cafetalero se encuentra constantemente en crisis debido a la caída de los precios en el mercado internacional, a la alta migración de productores, el problema de la plaga de la roya y la sustitución de los cultivos de café por productos más redituables pero que son más agresivos con el medio ambiente. Estas problemáticas están presentes en todas y cada una de las regiones dedicadas a la actividad cafeticultora, como respuesta a estas problemáticas, en nuestro país se han promovido y desarrollado diversas estrategias para salir de esta situación desfavorable e incluso poder seguir aprovechando el café como eje de desarrollo comunitario y regional (Santoyo C. 1995). Entre estas estrategias, se encuentra la conversión de la producción tradicional de café a producción y comercialización orgánica certificada, lo que ha

permitido al café mexicano diferenciarse e incursionar en mercados especializados e internacionales.

En el caso de las comunidades cafecultoras de nuestro país, constantemente sometidas a la explotación, no dejan de realizar intentos para mejorar su calidad de vida, a pesar de que su vida se desenvuelve en un constante estado de crisis, a través de acciones colectivas y solidarias han sido capaces de generar proyectos basados en sus propios medios y recursos que les han permitido lograr mejoras en su calidad de vida.

Los proyectos de agroturismo, en específico de turismo agroalimentario se posicionan como alternativas no sólo viables, sino que adecuadas para la revitalización de las economías de las comunidades rurales. Este tipo de proyectos se cimienta en la acción colectiva, la autogestión y la sustentabilidad, en nuestro país el vasto patrimonio natural y cultural con el que cuentan las comunidades rurales se convierten en elementos facilitadores del turismo diferenciado como es el caso de las rutas alimentarias que, bajo enfoque responsable revaloricen y rescaten no sólo alimentos, sino también los procesos, valores y saberes que los rodean. El agroturismo como estrategia para generación de ingresos complementarios a partir de la producción agropecuaria se convierte también en una herramienta integradora pues, la generación de servicios turísticos brinda la oportunidad a las mujeres, jóvenes y personas de la tercera edad de participar en el proyecto.

Regiones cafetaleras en México.

La producción de café en nuestro país se agrupa en cuatro regiones cubre una superficie de 664.794 (SIAP, 2014):

1. Vertiente del Golfo: comprende los estados de San Luis Potosí, Hidalgo, Puebla, México y Veracruz.
2. Vertiente del Océano Pacífico: a esta pertenecen los estados de Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit y parte de Oaxaca.

3. Región Soconusco: integrada por una gran proporción del estado de Chiapas, destacando la producción de café orgánico, el cual es altamente demandado en los mercados norteamericanos y europeos.
4. Región Centro Norte de Chiapas.



ILUSTRACIÓN 2. REGIONES CAFETALERAS EN MÉXICO. ELABORACIÓN PROPIA.

El 80% del cultivo de café en nuestro país ha, se obtiene en seis entidades: Chiapas, Veracruz, Oaxaca, Puebla, Guerrero e Hidalgo (ASERCA, 2013). De los Estados nombrados anteriormente, Chiapas, Veracruz y Oaxaca son los de mayor producción y más reconocimiento a nivel nacional e internacional, representando el 94% del total de la producción, el 85% de la superficie cosechada y el 83% de los productores. La producción tiene un carácter minifundista ya que cerca del 90% de los productores poseen superficies menores a cinco hectáreas. Aproximadamente, el 80% de la producción de café se destina a los mercados de exportación, en los años buenos los ingresos en divisas generados por las ventas de café son de alrededor de 800 millones de dólares, sólo superadas por las ventas externas de petróleo (Bartra, 2006). Como estrategias de desarrollo local, los estados de

Veracruz, Chiapas y recientemente Colima y Oaxaca han llevado a cabo proyectos formales de rutas alimentarias a partir del cultivo de su café.

La ruta denominada “La aventura del café” se conformó por siete haciendas cafetaleras, cinco fincas y 19 hoteles, abarca 8 municipios del Estado de Veracruz: Huatusco, Coatepec, Córdoba, Emiliano Zapata, Fortín de flores, Totutla, Xico y Xalapa. Este proyecto fue impulsado por el gobierno estatal e inversionistas privados con el objetivo de aprovechar los recursos e infraestructura de la zona. Este recorrido muestra al turista todos aquellos elementos culturales inmersos en el tradicional cultivo de café en Veracruz, el recorrido les brinda la oportunidad a los turistas de conocer y participar en el proceso de producción del reconocido café veracruzano, además se complementa con la oferta gastronómica veracruzana y con actividades de turismo alternativo (rafting, senderismo, espeleología, observación de aves, vuelo en parapente entre otras), a lo largo de la ruta se encuentran lugares en los cuales pueden adquirir suvenires, artesanías hechas a base de café y también el café que se cultiva en las fincas.

Estos recorridos se contratan a través de las operadoras turísticas de la zona: Veraventuras y el Centro de Reservaciones Jalapa, estas organizaciones son las encargadas de promocionar y comercializar la ruta del café de Veracruz en coordinación con el gobierno y las organizaciones de productores cuyas fincas están contempladas en este proyecto.

Existen otros proyectos en los cuales partes de la ruta “La aventura del café” en Veracruz se articula con otros productos propios de las regiones cercanas, el café en Puebla, La sidra en Zacatlán o la vainilla de Papantla, como una estrategia para dar a conocer los elementos más significativos de los procesos de estos productos y que, posteriormente el turista pueda volver y realizar los recorridos completos.

En el caso de la ruta “Del Café a la Vainilla” este proyecto pertenece a la iniciativa de rutas gastronómicas de SECTUR, esta ruta contempla los municipios de Veracruz, Xico, Xalapa, Zempoala, Antigua, Papantla y Poza Rica, se complementa con las actividades turísticas principales de los municipios y de la oferta gastronómica y actividades de turismo alternativo. Esta ruta se comercializa a través

de diez operadoras turísticas: Huellas de México, Mexiturs, Tip Tup Operador & MD, Mex Inca Travel, Mex Corp Operadora, Viajes de Gala, Turismo Mayorista Premier, Ketzaltours, Aviamex y Julia Tours y cuenta también con una lista de hoteles y restaurantes contemplados para los turistas que realizan este recorrido.

En el Estado de Chiapas la “Ruta de las fincas cafetaleras del Soconusco” tuvo sus orígenes hace aproximadamente diez años, pero se consolidó recientemente después de dos años de nueva planeación, es una iniciativa de las autoridades Estatales de Chiapas, en específico de la secretaria de turismo, ésta región cafetalera ocupa el primer lugar mundial de calidad en producción de café orgánico y el primer lugar nacional en producción, por lo tanto, cuentan con un producto consolidado y de reconocimiento mundial que respalda el proyecto de la ruta.

Esta ruta contempla la región de las faldas del volcán Tacaná la cual incluye las fincas cafetaleras Irlanda, Argovia, Hamburgo, Santa Rita y La Chiripa, el proyecto tiene por objetivo que el turista conozca y participe en el proceso de producción del café a través de su participación en las diferentes etapas, y también que pueda apreciar la riqueza natural y cultural de la región del Soconusco. Cada una de las fincas ofrece atractivos diferentes que atienden a las distintas necesidades del turista: plantíos orgánicos, observación de aves, áreas de descanso, actividades de turismo de aventura, el proceso del café Marago considerado como uno de los mejores del mundo, entre otros.

Esta ruta se crea con el objetivo apoyar el desarrollo social de las comunidades cafetaleras en el estado de Chiapas y se dirige hacia el mercado nacional e internacional. Se promociona a través de la página web de turismo de Chiapas y otros sitios y blogs dedicados al turismo alternativo, pero no existen operadoras turísticas específicas que comercialicen la ruta.

El estado de Oaxaca ocupa el tercer lugar en producción de café en nuestro país, en la región de la Sierra Sur y de la región de la Costa, se produce café de cualidades específicas y de gran calidad. Variedades como el café Pluma o el Loxicha, se producen dentro de la zona cafetalera que abarca 8 municipios: San José del Pacífico, Miahuatlán de Porfirio Díaz, Pluma Hidalgo, Santa Catarina

Cuixtla, San Andrés Paxtlan, San Mateo Rio Hondo, San Miguel Suchixtepec y Santa María Huatulco. En algunas fincas cafetaleras de esta zona se llevan a cabo incipientes proyectos de agroturismo, pero hasta la fecha no existe ningún proyecto de ruta oficial consolidado como en el caso de Veracruz o Chiapas.

CAPITULO II. Materiales y Métodos.

2.1 Zona de Estudio.

Pluma Hidalgo, Oaxaca

El estado de Oaxaca a lo largo de su territorio produce distintas calidades y variedades de café, todas de buena calidad, desde las robustas hasta las denominadas “de altura”, siendo el “café Pluma” la variedad mexicana de mayor reconocimiento a nivel mundial.

La denominación de “café Pluma” se da en base al lugar en el que se cultiva. La región de Pluma Hidalgo se localiza en el distrito de Pochutla, en la región montañosa de la costa, a una distancia aproximada a la ciudad de Oaxaca de Juárez de 203 kilómetros y a 53 kilómetros de Bahías de Huatulco. En el estrato bajo de esta región predomina el clima cálido sub húmedo con una temperatura promedio de 22°C y la profundidad de su suelo es de 30 a 45 cm. en esta región predomina el clima semi cálido húmedo, y su temperatura promedio es de 20 °C, abarca 50,000 hectáreas por la cuenca del río Copalita, lo que provee a los agricultores mexicanos de óptimas condiciones en las áreas destinadas a la cafeticultura. El café cultivado en la zona productora Pluma pertenece a la especie Coffea Arábica en sus variedades pergamino, verde convencional, verde de especialidad y tostado. Proviene de la variedad Typica y es cultivado a partir de los 700 a los 1700 m.s.n.m.



ILUSTRACIÓN 3. UBICACIÓN DE PLUMA HIDALGO. ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES E INEGI

El café Pluma es reconocido por su calidad y características organolépticas, un aroma penetrante, cuerpo medio, sabor fuerte con intensas notas a chocolate, lo que da como resultado una elegante taza reconocida a nivel mundial. Se han realizado esfuerzos por conseguir una Denominación de Origen, pero estos esfuerzos se han dado de manera aislada y en consecuencia esta importante certificación no ha logrado concretarse.

La producción de café en ésta y otras zonas cafetaleras se enfrenta a una problemática que día con día se agrava, ante el desalentador escenario actual del mercado de café y la baja en los precios del mismo, las comunidades rurales productoras de café han recurrido a otras formas de generar un ingreso que les permita subsistir como la migración, cambio de productos cultivados o el abandono de las actividades agrícolas.

Lo anterior representa una problemática importante pues en esta zona se encuentran las fincas más grandes del estado, y la reducción del tamaño de los cultivos de café en busca de la obtención de mejores ingresos tiene directas implicaciones sobre las condiciones y cantidades de producción y comercialización del café en la zona. Si a lo anterior se le suma que actualmente esta región cafetalera se tienen problemas referentes a la fitosanidad del cafetal (la roya, barrenador de tallo y broca), cafetales viejos de más de 35 años y la malnutrición de los mismos, se puede apreciar la dificultad del manejo de los cafetales y de la organización de la producción para un grupo de cafeticultores con recursos limitados que, al no contar con una actividad alternativa generadora de ingresos, abandonan los cultivos de café poniendo en peligro no sólo la continuidad del cultivo de la variedad Pluma sino que también genera impactos negativos importantes sobre el ambiente y la población del lugar.

Algunos de los finqueros del municipio de Pluma Hidalgo han optado por alternativas como el turismo para la generación de ingresos que les permitan continuar con la actividad cafeticultora, en sus propias fincas han creado recorridos a través de los cuales muestran a los visitantes los cafetales y el procesamiento del café. Han llevado a cabo la adaptación de sus espacios para crear una oferta hospitalaria e

improvisado sus cocinas para ofrecer alimentos los turistas, en algunos pocos casos, estos proyectos han contado con inversión privada que les ha permitido consolidar sus fincas como productos exitosos que se aprovechan del flujo de turistas que llegan a Huatulco y que son llevados a estas fincas a través de las agencias de viajes con las cuales han establecido convenios. En otros casos la falta de recursos y la mala planeación debido a la falta de experiencia y conocimientos ha llevado a no sólo el abandono de la actividad turística por parte de las fincas, sino que también ante la imposibilidad de cubrir los costos de producción y mantenimiento de los cafetales los ha llevado a abandonar el cultivo del café Pluma.

La ubicación y las características geográficas de esta comunidad la dotan de ventajas obvias al momento de inventariar los recursos potenciales con los que cuenta la zona y que la hacen un espacio ideal para el desarrollo de proyectos basados en actividades de agroturismo, la inserción a la actividad turística se presenta como una alternativa viable para la detonación del desarrollo territorial en la comunidad de Pluma Hidalgo ya que cuenta con una agroindustria que, a pesar de estar inmersa en problemas como consecuencia de las condiciones del mercado global, las plagas y las políticas actuales en nuestro país, se ha consolidado a nivel mundial y cuenta con una tradición ancestral que la avala y respalda en cuanto a la calidad y las características especiales del producto que cultivan y comercializan.

2.2 Metodología: Estudio de Caso.

Para el desarrollo de la investigación se eligió la metodología de estudio de caso simple, con un enfoque mixto, es decir que se recuperaron datos cualitativos y cuantitativos sobre la unidad de observación seleccionada. De acuerdo con Stake (1998), un estudio de caso se refiere al estudio de la particularidad y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad es circunstancias concretas. La relevancia de este método radica en que busca la comprensión y la interpretación del caso a partir de sus características particulares, lo anterior a través de examen holista de lo único, lo que significa tener en cuenta las complejidades que lo determinan y definen (Stake, 1998).

Para este caso de estudio se incluyeron elementos de la metodología de Robert Yin, la cual básicamente consiste en delimitar el problema, establecer el diseño de la investigación, definir la mecánica de la recolección y el análisis de datos y finalmente con los resultados obtenidos realizar un reporte de la investigación. Yin (1994) define el estudio de caso como una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes.

La selección y delimitación del caso se dio en función de los siguientes criterios:

- Contexto socioeconómico del municipio de Pluma Hidalgo, Oaxaca.
- Lugar de origen de un producto agroalimentario de características diferenciadas (café Pluma).
- Existencia de producción agroalimentaria íntimamente ligada al territorio.
- Territorio de características únicas con potencial para su aprovechamiento turístico.
- Necesidad de estrategias para el desarrollo local de la comunidad de Pluma Hidalgo.

Los criterios anteriores se consideraron debido a que el presente trabajo de investigación busca identificar las posibles intersecciones entre la producción agroalimentaria localizada del café y el turismo agroalimentario como estrategia de desarrollo territorial.

2.3 Herramientas

2.3.1 Diagnostico del territorio.

Esta parte tiene por objeto la caracterización del territorio de Pluma Hidalgo con la intención de obtener información de la cual dependía el adecuado desarrollo del proyecto del circuito agroturístico del café Pluma. De acuerdo con el Instituto Nacional de Ecología (INE) (2000), un diagnostico responde a valorar la condición de los recursos naturales, de la población y de las actividades productivas que ésta realiza; responde a la pregunta: ¿cómo está?, y averigua las posibles causas, con lo cual se determina la estabilidad o inestabilidad de un área específica, es decir, la

factibilidad de un desarrollo sustentable o el equilibrio entre el estado natural y la presión social y productiva.

A partir de lo anterior se realizó un análisis de la información recabada para determinar cuáles eran los puntos fuertes y las debilidades del territorio y establecer cuál sería la posición estratégica para abordar el proyecto y cuáles serían las acciones a llevar a cabo en las distintas áreas involucradas en el circuito agroturístico.

Este diagnóstico se llevó a cabo a partir de una revisión de información documental y posteriormente durante trabajo de campo se recolectó a través de cédulas información geográfica, poblacional, económica, cultural y social del municipio de Pluma Hidalgo.

2.3.2 Inventario de recursos

Con el objetivo de evaluar la potencialidad turística del municipio de Pluma Hidalgo, se realizó un inventario de los recursos con los que cuenta la comunidad y que pudieran ser susceptibles de ser aprovechados de manera responsable dentro del circuito turístico del café Pluma. Para lo anterior, primero se llevó a cabo una revisión documental de trabajos similares previos en la zona de estudio para poder identificar el tipo, ubicación y número de atractivos con potencial turístico en la región. A continuación, se realizó trabajo de campo durante el cual se verificó y contrastó la información documental y además se recabó información oral con la población, prestadores de servicios y autoridades municipales. Lo anterior se llevó a cabo a través de cédulas de evaluación del recurso turístico y la evaluación de recursos humanos e institucionales de aquellos recursos disponibles para el turismo rural.

2.3.3 FODA

El análisis FODA es una herramienta adecuada para llevar a cabo el análisis de los diversos elementos para el cumplimiento de objetivos a partir de los cuales se plantean acciones estratégicas para el logro del éxito.

Este análisis consiste en la evaluación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en conjunto, de manera interna y externa, con el objetivo de generar

un diagnóstico de la situación del territorio para posteriormente generar estrategias dirigidas a mejorar la competitividad del mismo y así, incrementar las posibilidades de éxito del proyecto.

La importancia de esta herramienta radica en la posibilidad de evaluar los resultados en términos de criterios que sustentan la intervención de profesionales que generen estrategias de intervención a través de proyectos para la mejora del uso y aprovechamiento de los recursos del territorio, lo anterior en búsqueda del desarrollo de la comunidad.

2.3.4 Plan de Negocios.

Un plan de negocios es un documento escrito de manera sencilla y precisa, el cual es el resultado de una planificación. Este documento muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollarán para lograr dichos objetivos (Weinberger, 2009).

Para efectos de este trabajo se desarrolló una propuesta de un plan de negocios para una Asociación Civil cuyo objetivo es integrar en una organización los esfuerzos e iniciativas turísticas individuales identificadas en el municipio de Pluma Hidalgo. Lo anterior con el objetivo de mejorar la competitividad del lugar como destino turístico y así, contribuir al desarrollo territorial de la comunidad.

La propuesta del plan de negocios se elaboró a partir de la información recabada en la revisión documental y con los datos arrojados por el trabajo de campo y se planteó en base al contexto y a las características del lugar y de los objetivos que se pretende alcanzar. Para la elaboración de la propuesta del plan de negocios del circuito agroturístico del café Pluma se realizó en primer lugar, un análisis de la oferta, la demanda y de las tendencias del mercado. A continuación, se llevó a cabo el planteamiento de la idea de negocio a través del desarrollo de un modelo CANVAS como estrategia para la identificación de los actores, elementos involucrados y funciones a realizar. Posteriormente la realización de un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio administrativo, un estudio financiero y una evaluación y análisis de los impactos económico, social, ambiental y cultural que tendría el proyecto de llevarse a cabo en la comunidad.

CAPITULO III. Resultados.

3.1 Inventario de Atractivos en Pluma Hidalgo con potencial para para su aprovechamiento agroturístico.

La planificación del desarrollo turístico alternativo se centra en el territorio como una entidad que integra elementos naturales, sociales, económicos y culturales, para ofertar un producto turístico diferenciado. Bajo la concepción anterior se entiende que todos los territorios son susceptibles a convertirse en un destino turístico, debido a que posee atractivos que potencialmente pudieran generar el desplazamiento del turista, lo anterior sin tener en cuenta si son o no capaces de soportar el desarrollo de un proyecto turístico en el territorio como una de las condicionantes básicas de una adecuada planificación turística.

Algunos espacios geográficos cuentan con un potencial espacio turístico y tienen la capacidad de ofrecer ciertos bienes y servicios turísticos; sin embargo, no todos tienen la infraestructura necesaria, ni albergan el volumen suficiente de turistas como para ser considerados como tales. En el estudio de los espacios turísticos hay que contemplar ciertos aspectos que sirven para delimitarlos y valorarlos en su justa dimensión, para clasificarlos; e incluso para determinar las estrategias seguidas por la demanda para preferir unos lugares en detrimento de otros (Boullón, 1993). La toma de conciencia decisiva acerca de la necesidad de ubicar, de manera cartográfica, los recursos culturales y naturales se da cuando se asume, plenamente, la importancia del factor cultural como base y sustento del desarrollo (Aceves, 2002).

Con la información recabada se demostró que él, municipio de Pluma Hidalgo en el estado de Oaxaca posee una oferta considerable de recursos naturales y socioculturales con vocación turística y de valor y características únicas en el segmento de las zonas cafetaleras, lo que le otorga un gran potencial para el desarrollo de proyectos turísticos en la región.



ILUSTRACIÓN 4. CENTRO DE PLUMA HIDALGO

3.1.1 Atractivos naturales.

Cultivos Diversificados.

La heterogeneidad de las zonas que las poblaciones indígenas de Oaxaca llegaron a habitar los forzó a aprender el manejo de una gran variedad de especies de plantas y animales. Lo anterior como estrategia de supervivencia y posteriormente con el objetivo de comercializarlas para incrementar sus ingresos. Esta zona cuenta con una gran variedad de cultivos siendo el café Pluma el más importante, pero también se cultivan cítricos, maracuyá, guanábana, plátano de distintas variedades, y cacao de excelente calidad. Estos cultivos contribuyen también a la composición del paisaje característico del lugar, además de que el manejo de los cultivos se lleva a cabo, a través de procesos tradicionales que se han transmitido generacionalmente desde los inicios de la población.

En este municipio también existen 44 especies de orquídeas identificadas, de las cuales una se encuentra amenazada y protegida por la NOM-059 y de las 44, siete tienen valor comercial.

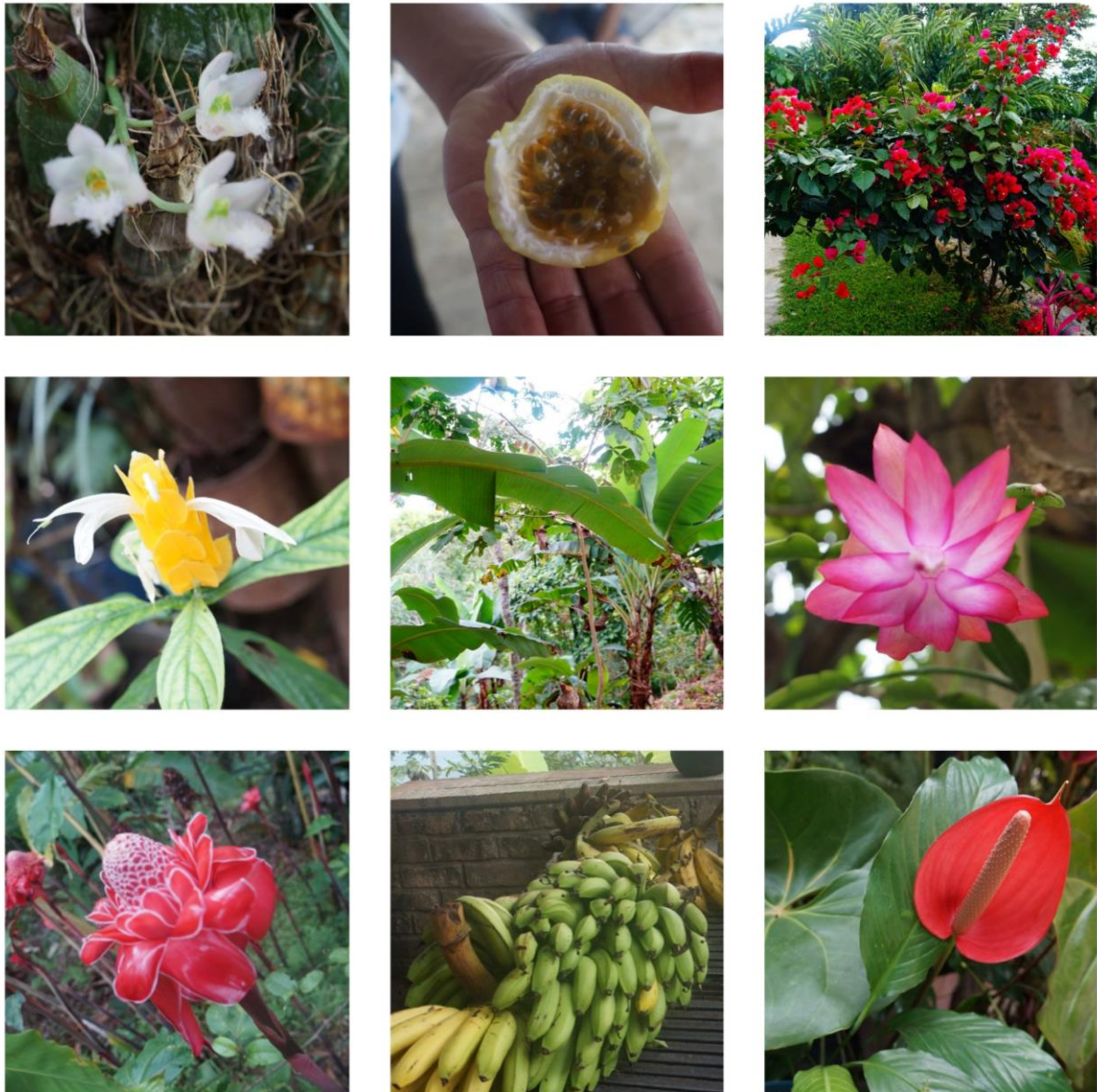


ILUSTRACIÓN 5. CULTIVOS DE LA LOCALIDAD DE PLUMA HIDALGO

Fauna endémica.

Pluma Hidalgo tiene el privilegio de “albergar” a 127 especies diferentes de aves, de las cuales 4 son endémicas entre las que se encuentra el Colibrí Oaxaqueño misma que está catalogada como ave en peligro de extinción según la NOM-059-2010 por su distribución y disminución de su población (Plan de Desarrollo Turístico

Municipal de Pluma Hidalgo. 2014-2016), lo anterior convierte a Pluma Hidalgo en un lugar ideal para el desarrollo de avistamiento de fauna, a través del Aviturismo.



ILUSTRACIÓN 6. ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS EN PLUMA HIDALGO

Además de las especies de aves, este municipio también es uno de los pocos lugares en el país en los cuales se puede avistar al Jaguar en su medio natural.

Cascadas, cuencas y manantiales.

Debido a su orografía, el municipio cuenta con cascadas de increíble belleza como la cascada “Arcoíris” una de las más famosas y altas del municipio con más de 60 metros y que al mediodía muestra en sus faldas un arcoíris.

Además, se contemplan espacios como las cuencas del río Copalita, Magdalena y Tonameca. La cuenca del río Copalita es la de mayor extensión. Esta se origina en el río Copala, es una corriente perenne, aun cuando tiene marcados cambios estacionales que están asociadas a las variaciones de la lluvia media en la cuenca, por lo que los escurrimientos mínimos se presentan a finales de abril y los máximos

durante el mes de septiembre. No obstante, el importante caudal del río Copalita, se carece de obras de infraestructura que permitan su conservación como cuenca y su aprovechamiento para las actividades productivas y el consumo doméstico, a pesar de que en este último caso representa la principal fuente de abasto de agua para el complejo turístico de bahías de Huatulco.

El río Tonameca es una corriente perenne que nace al noreste de candelaria Loxicha con el nombre de San Juan y corre primero en dirección suroeste y después sur; recibe como afluente el río Toltepec por su margen derecha que a su vez nace en el municipio de San Pedro Pochutla y a partir de ahí se denomina Río Grande, siguiendo su curso sinuoso en dirección sur y suroeste hasta pasar por la población de Santa María Tonameca, donde adquiere ese nombre; sigue la misma dirección y recibe como afluente en su margen izquierda al Río San Francisco a la altura de la Ranchería Rincón Alegre; a partir de la población San Isidro del Palmar sigue en dirección al sur hasta desembocar en el océano pacífico y formar la barra de Tonamec.



ILUSTRACIÓN 7. CASCADA ARCOÍRIS, RIO MAGDALENA, PLUMA HIDALGO.

La cuenca Magdalena se ubica al este de Pluma Hidalgo, su recorrido es de norte a sur, a ella pertenecen localidades como Santa Elena Tres Cruces, Providencia la Cabaña, Santa María Magdalena, Buenos Aires, El Zapote, Santa Lucia, Manantial y otros. Es una corriente perenne que lleva poca agua en época de secas, pero en la medida en que se desarrollan las lluvias, el agua se incrementa de manera considerable, durante su recorrido tiene una altitud que va de los 1664 msnm hasta

el menor registrado que es de 199 msnm. Es decir, tiene una pendiente muy pronunciada.

En algunas fincas se localizan manantiales que se forman de brazos de estas cuencas, en los cuales el agua es clara y de temperatura templada lo cual permite tomar baños y disfrutar de estos atractivos.

Miradores naturales.

Otro atractivo natural que se puede conocer son sus Miradores que otorgan lugares preferenciales para apreciar el atardecer cayendo sobre la costa e iluminando la cama de nubes que se forman en los alrededores del municipio.

En el mirador del Cerro Espino, ubicado en el interior de la Finca San Rafael, se logran observar plantas prehistóricas, la fauna endémica y la zona de cafetal. En el paraje de “Las Animas” se observa parte de la sierra oaxaqueña, lugar donde la neblina y los árboles crean un ambiente de misterio y vistas panorámicas únicas.

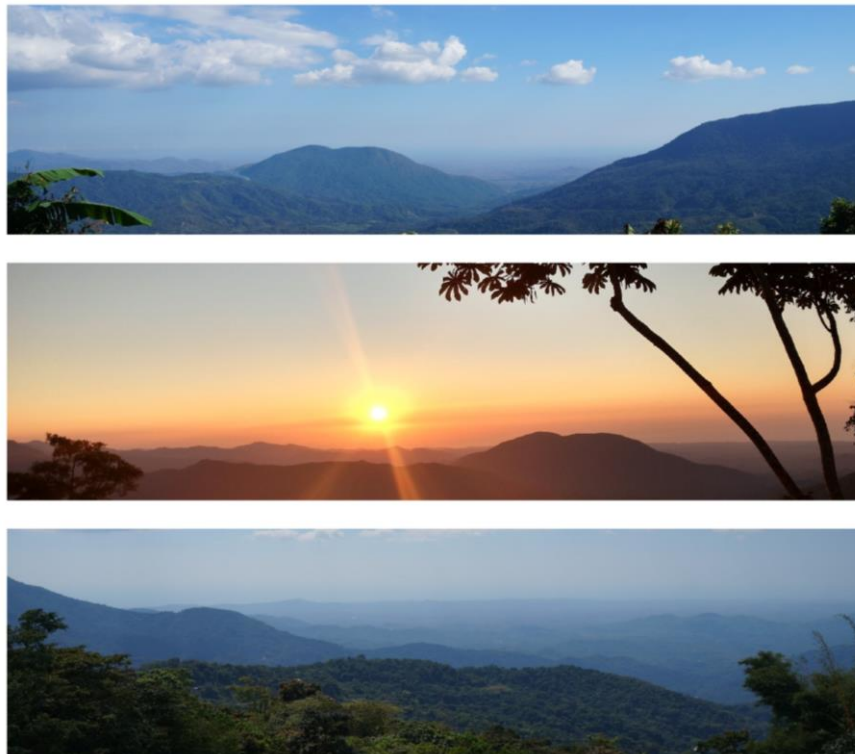


ILUSTRACIÓN 8. MIRADORES NATURALES, PLUMA HIDALGO.

3.1.2 Fincas Agropecuarias, agroindustrias y procesamiento artesanal.

Producción de café Pluma Hidalgo.

La región de Pluma Hidalgo, se caracteriza por ser una zona pergaminera, la calidad del café es reconocida a nivel nacional e internacional y se respalda en una tradición resultado de años de cuidadoso perfeccionamiento de procesos y dedicación a la producción de un café de características únicas.

Se identifican once fincas cafetaleras en la región de las cuales sólo siete se encuentran activas actualmente, no sólo produciendo café, sino que también recibiendo turistas con los cuales comparten sus conocimientos y tradición, las fincas activas son la Finca San Rafael, Finca Don Gabriel, Finca Independencia, Finca El Pacífico, Finca Las Margaritas y Finca El Refugio. Cada finca o productor cuenta con su beneficio húmedo y despulpadora el cual le sirve para transformar el café cereza a pergamino. Los pasos que se siguen para el beneficio húmedo son: recepción, despulpado, fermentación, lavado, secado y almacenamiento. Estas actividades se llevan a cabo en las fincas que se ubican a lo largo de toda la extensión del municipio.



ILUSTRACIÓN 9. AGROINDUSTRIAS Y PROCESAMIENTO ARTESANAL DEL CAFÉ PLUMA

Taller artesanal

En este taller el turista puede interactuar con tejedores, tiene la posibilidad de aprender algunas técnicas mediante un curso introductorio. La comunidad está abierta a mostrar su arte y permitir que se conozcan y difundan sus manifestaciones artesanales.



ILUSTRACIÓN 10. TALLER ARTESANAL "HILOS DE AMOR"

3.1.3 Patrimonio Histórico y Museos.

Museo del café.

Ubicado dentro de la Finca Don Gabriel, es un pequeño museo en el cual se expone, a través de fotografías y maquinaria antigua, la historia de la finca y el proceso de su café. El museo se encuentra abierto todos los días y la entrada no tiene costo.



ILUSTRACIÓN 11. MUSE DEL CAFÉ, FINCA DON GABRIEL

Parroquia de Santa María de Guadalupe.

Es la iglesia principal del municipio, se encuentra a un lado de la cabecera municipal y es una construcción dedicada la Virgen de Guadalupe y es en donde tiene lugar la celebración de la fiesta anual del pueblo el doce de diciembre de cada año.

3.1.4 Folklore y Manifestaciones de la Cultura.

Conocimiento y cultivos de Hierbas medicinales y medicina indígena.

La medicina indígena de los pueblos oaxaqueños y su tradición botánica prehispánica, han resistido los embates de la modernidad y servido de soporte en la conservación de la salud de los pueblos mixtecos y zapotecos que habitan esta región.

Festival anual del Café Pluma.

Se realiza anualmente con el objetivo de promocionar el café y el municipio. Este festival pretende dar realce al pueblo con un evento cultural, que se perfila como una plataforma de promoción amplia y mejor elaborada de los productos locales y los atractivos turísticos. Durante los últimos tres años se ha suspendido a causa del problema de la roya, debido que se le ha dado prioridad a atender la plaga y el deterioro de los cafetales.



ILUSTRACIÓN 12. CARTEL DEL FESTIVAL DEL CAFÉ PLUMA

3.1.5 Acontecimientos Programados y manifestaciones contemporáneas

Concurso de fotografía de Pluma Hidalgo.

Se realiza en el marco del festival anual del café Pluma y va dirigido a personas nacionales o extranjeras aficionados o profesionales en fotografía. Tiene por objetivo mostrar la riqueza natural, turística, social y cultural del municipio, a través de imágenes con altos contenidos simbólicos. Comprende cuatro categorías: libre, fotografía antigua, local y premio público, estas fotografías se exhibirán en los espacios públicos de la localidad y del estado.



ILUSTRACIÓN 13. CARTEL DEL CONCURSO DE FOTOGRAFÍA DE PLUMA HIDALGO.

3.2 Diagnostico del territorio.

El diagnóstico del territorio se realizó con base en la información recabada a través de la aplicación de cedulas con base en se recolecta en primer lugar, información geográfica, poblacional, económica, cultural y social del municipio de Pluma Hidalgo.

La segunda parte de las cedulas recaban información específica sobre la situación de la actividad turística en el lugar, se registran aspectos referentes a la infraestructura, establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas, características y estado de las iniciativas turísticas y quienes son los actores involucrados en la actividad turística local.

CEDULA No. 1. LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO DE LA OFERTA TURISTICA LOCAL.

En esta cedula se recupera información de carácter geográfico del lugar de estudio, características y particularidades del territorio que hasta cierto punto lo dotan de las características ideales para un proyecto de agroturismo. Aspectos como los diversos recursos naturales con los que cuenta la localidad y el estado de los mismos contribuyen a la identificación de los recursos naturales de los que pudiera hacer uso el proyecto del circuito turístico a la hora de llevar a cabo la planeación del mismo.

Medio Ambiente.

ÀMBITO	DESCRIPCIÓN
<i>Superficie del territorio</i>	La extensión territorial del municipio es de 103.16 km ²
SITUACIÓN GEOGRÀFICA	
<i>Topografía/relieve</i>	Atraviesa la sierra Madre del Sur, entre sus montañas más destacadas está la del cerro de la Pluma, cerro León, cerro de las Nieves
Principales sistemas montañosos (altitud) cima Más alta altitud media Punto más bajo	
CARACTERÍSTICAS GEOLÓGICAS	
<i>Clima</i>	semi-cálido húmedo, su temperatura normal es de 20°C, su precipitación pluvial es de 2,692.3, con abundantes lluvias en verano.
Clima temperatura media (verano) temperatura media (invierno) días de sol (días/año) precipitaciones (días/año) precipitaciones (mm/año) precipitaciones de nieve (cm)	
HIDROGRAFÍA	
RÍOS	El municipio es bañado por las afluentes del río Magdalena, una cascada de más de 70 metros de altura y arroyos que bajan de los montes en época de lluvia.
Nombre	Tonameca, Copalita y Toltepec
ESTANQUES (lagos naturales, artificiales, lagunas, etc.) nombre	Cascada arcoíris, cuencas del rio Copalita y Tonameca y cascadas Llano grande.
Deportes acuáticos	Ninguno
Pesca	Ninguno
Zonas de baño	2
Zona acuática protegida	Ninguna

Calidad del agua	Buena
USO DE LA TIERRA (% o HA)	
Actividades industriales/comerciales	Comercio de café Pluma
Vivienda	655 viviendas de las cuales 650 son particulares. Materiales de construcción: cemento y tierra en pisos, loza de concreto, láminas de zinc, madera y tejas en techumbres en algunos casos y los muros están hechos a base de madera cimentada en un rodapié de 1 de altura o de lo contrario son muros de bloc.
Espacios de ocio	7 fincas, Centro del pueblo (3 cafeterías y 2 fondas).
Bosques paisajes / espacios protegidos	Sí, Parte del cerro de la pluma y la Reserva de la finca el Pacífico.
Terrenos agrícolas:	Cultivos de Café Pluma, Cacao orgánico, plátano, maracuyá, guanábana y cítricos.
• Tierras de cultivo	
• Pastos	35% de la superficie pertenece al cultivo de café, le siguen la guanábana y el plátano en porcentajes menores.
• Parte de las tierras dedicada a los cultivos biológicos (%)	
Flora	Pinos, coralillo, cedro, cimarrón, macuil, yaco, huanche, guarumbo, sabino, ahuehuete, encino, modroño, framboyan, bambú además de Orquídeas endémicas.
Variedades de plantas exóticas	
Fauna	Tigrillos, gato montés, conejos, ardillas, tlacuache, armadillo, tejón.
Variedades de animales exóticos	Pájaros de diferentes especies como: pericos, loros, ceniztli, primavera, gorrión, jaguar, colibrí oaxaqueño.
Parajes naturales de interés especial (curiosidades naturales, cascadas, turberas, árboles milenarios, etc.)	Cascada Arcoíris: más de 30 metros, se encuentra cerca del centro del municipio.
Zonas protegidas	Reservas Ecológicas y Zonas protegidas a lo largo de todo el municipio.

CÉDULA 1. LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO DE LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL

La aplicación de esta cedula permitió la identificación de cuerpos de agua susceptibles a la incorporación al proyecto debido a sus características, la cascada Arcoíris, las cuencas del río Copalita y Tonameca y las cascadas Llano Grande. También se identificaron reservas ecológicas y zonas protegidas a lo largo de todo

el municipio en las cuales se encuentra flora y fauna endémica y debido a las características geográficas específicas de la comunidad de Pluma hidalgo, siendo la de mayor extensión la ubicada dentro de la Finca el Pacifico.

CEDULA No.2.LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO DE LA OFERTA TURISTICA LOCAL.

Esta cedula hace referencia a aspectos poblacionales y económicos de la localidad. Con ayuda de fuentes de información oficiales como el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) y la realización de trabajo de campo se identificó el número de habitantes, y cuál es la población activa en cada sector de la economía del lugar, cuáles son los comercios activos en la actualidad y la infraestructura en carreteras y accesos.

Población, Actividad Económica, Comercios y Servicios.

ÁMBITO	DESCRIPCIÓN
POBLACIÓN	
Número de habitantes	2,871 habitantes, (Encuesta inter censal INEGI, 2015), 681 hogares.
Estructura demográfica.	
POBLACION ACTIVA	
Total:	
Por sector:	
empleados en agricultura	154 empleados en el sector primario, del cual 119 son hombres y 35 mujeres
a jornada completa:	154
a jornada partida:	Ninguno
empleados en industria	Ninguno
empleados en artesanía	La elaboración de artesanías es una actividad complementaria realizada por algunas mujeres de la población
empleados en comercio	85 empleados
empleados en otros servicios	Indeterminado
Empleados en turismo:	
a jornada completa	Varía el número por temporada, se cubren medias jornadas de 8:00 am a 4:00pm.
a jornada partida	
Tasa de Paro	0
Numero de Jornaleros	No se conoce cifra

ÁMBITO DESCRIPCIÓN

COMERCIOS/SERVICIOS	
Panaderías	2
Carnicerías	1
Ultramarinos	Ninguno
Supermercados	Ninguno
Cooperativas	1 cooperativa, venta de artesanías.
Granjas de venta directa	Venta de café y frutas en las fincas
Alquiler de carros	Ninguna
Gasolineras	Ninguna
Taxis	Gremio de taxistas de Pluma Hidalgo (base), Recorridos colectivos de Pluma Hidalgo a Santa María Huatulco.
Autobuses	No llegan a Pluma Hidalgo.
Alquiler/ mantenimiento de bicicletas	Dentro de las fincas para recorridos internos.
Alquiler/ mantenimiento de equipos de deporte	Dentro de las fincas para recorridos internos.
Oficinas de correo	1
Servicios Bancarios	Ninguno
Médicos/ dentistas	2 unidades médicas/ personal médico (2)
Guarderías	Ninguna
Casas de la juventud	1
Otros comercios y Servicios	*Mercado municipal ubicado cerca del palacio municipal, alimentos de primera necesidad, artesanías y ropa. *Expendios de café Pluma, Se vende el café directamente de las fincas, esos expendios están ubicados en el centro.

ÁMBITO	DESCRIPCIÓN
RED DE CARRETERAS	
Enlaces con ejes principales	Carretera México 200, con dirección a Puerto Escondido.
Red de carreteras locales	Carretera Salina Cruz- Pinotepa Nacional.
RED FERROVIARIA	
Enlaces con ejes principales	No
TRANSPORTES PÚBLICOS LOCALES	

Paradas	En La Crucecita Huatulco, Santa María Huatulco
Trayectos	40 minutos.
Horarios	Cada que se llenan los taxis colectivos aproximadamente cada 15 minutos.
Tarifas	\$25.00 desde Santa María Huatulco, \$250.00 desde La Crucecita.
PISTAS PARA BICICLETAS	
CENTROS PEATONALES	
<ul style="list-style-type: none"> • zonas prohibidas a los automovilistas • zonas peatonales 	Los mismos caminos por los que transitan los automóviles son usados por la población, falta de aceras para uso de los peatones y señalamientos.
TRÁFICO REGULADO	
Itinerarios con aglomeraciones	No, la afluencia de turistas es constante pero no provoca aglomeraciones.
Itinerarios	El gremio de taxistas cuenta con sus itinerarios y horarios de salida.
Estado de las carreteras / calles	
SEÑALIZACIÓN	
Señalización de lugares públicos	Escasa, apenas la necesaria.
paneles / hitos kilométricos	Pocos, sólo en avenidas transitadas.
planos de ciudad	Ninguno, sólo los disponibles en internet.
mapa turístico	No existe aún.

CÉDULA 2. LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO DE LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL

La cedula anterior permitió la identificación no solo de los principales aspectos demográficos de la población, sino que también los económicos, la información recabada contribuyo a determinar cuál es la infraestructura existente en el lugar y las condiciones de la misma, lo anterior debido a que el estado de las carreteras, accesos y servicios son suma importancia para el proyecto que este documento.

CEDULA No.3. LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO DE LA OFERTA TURISTICA LOCAL.

La cedula siguiente recupera información referente a la cultura del lugar, aspectos históricos y patrimoniales los cuales hubo que identificar y caracterizar para considerar su integración como recursos potenciales de la comunidad para el desarrollo del circuito agro turístico.

Cultura, Animación Cultural.

ÁMBITO	DESCRIPCIÓN
HISTORIA	
Fecha de fundación	01/12/1880
Escudos	Escudo del municipio de Puma Hidalgo.
Acontecimientos históricos especiales	Ninguno
Personajes célebres	Ninguno
VÍNCULOS CON EL EXTRANJERO	
Vínculos históricos	Ninguno
Vínculos Concretos.	Ninguno
RELIGION. (%)	Católica (78%)
ARQUITECTURA, URBANISMO, EDIFICACIONES	
Trabajo(s) de embellecimiento	Actualmente se están llevando a cabo trabajos de modernización en todo el municipio con el fin de mejorar la imagen del lugar y atraer mayor cantidad de turistas: Mercado, Boulevard de Pluma Hidalgo, Palacio municipal.
Participación	Gobierno estatal, Municipal y Gremios del municipio.
Vistas, integración de los edificios en el paisaje	Las fincas corresponden al paisaje de un pueblo cafetalero.
Edificaciones	Iglesia, Mercado municipal, Palacio municipal, Fincas.
Espacios verdes	Abundantes espacios verdes como consecuencia de la geografía del lugar.
Tejido arquitectónico	No Aplica.
PROGRAMA DE "RENOVACIÓN DEL PUEBLO"	
importe de la ayuda	
CARACTERÍSTICAS CULTURALES ESPECÍFICAS	
Especialidades gastronómicas regionales	Café Pluma, chocolate oaxaqueño, tamales de mole en hoja de plátano, plato oaxaqueño, pan de muerto.
Costumbres, folklore	

Fiestas	Fiesta de Nuestra Señora de Guadalupe,
Mercados	Fiesta de todos los Santos, Navidad.
Productos regionales	Mercado Municipal.
Acontecimientos especiales	Café, cacao, chocolate, plátano,
Personalidades locales	artesanías textiles.
Leyendas, refranes, cuentos	
ÀMBITO	DESCRIPCIÓN
ENTRETENIMIENTOS	
Cine	No
Teatro	No
Opera	No
Ballet	No
Música	Música de La Costa.
Bibliotecas	No
Verbenas	No
Discotecas	No
Proyecciones	No
Veladas Nocturnas	Lunadas, fogatas, actividades nocturnas en fincas.
Reuniones Locales	Día de la plaza cada semana, fiestas patrias.
Otros	Concurso de Fotografía, Feria del café Pluma.
PATRIMONIO CULTURAL, CURIOSIDADES	
Iglesias	Iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe.
Abadías	No
Fortalezas	No
Castillos	No
Ruinas	Algunas Fincas.
Edificios Históricos	Palacio Municipal.
Lugares históricos	Fincas Cafetaleras
Monumentos	No
MUSEOS /EXPOSICIONES	
Nombre	Museo del Café
Exposición	Historia y proceso del café Pluma en la Finca Don Gabriel.
Superficie del área de exposición	68 metros cuadrados
Horario	8:00 am. A 6:00 pm.
Visitas Con guía	Disponibles con guía o con el guía propio de los grupos que llegan a la finca.
Afluencia	25-35 personas por día.
VISITAS ORGANIZADAS / ATRACCIONES ESPECÍFICAS	

<i>¿Dónde?</i>	Fincas o En el palacio municipal.
<i>¿Cuándo?</i>	Aniversarios de las fincas, pesca del café, temporadas específicas del año.
<i>¿Con quién?</i>	Personal de agencias turísticas, fincas o con la secretaria de turismo del municipio.
<i>Duración</i>	Varía
<i>Tarifa</i>	Varía

CÉDULA 3. LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO DE LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL

La información colectada con la cedula anterior enlista aquellos elementos que conforman el patrimonio histórico y cultural de Pluma Hidalgo, los lugares que pudieran ser de interés para los turistas y las actividades culturales más relevantes del lugar. Se identificaron fincas, el café Pluma como especialidad gastronómica de la región, el Palacio Municipal, un museo y también una afluencia de 25 a 35 personas por día en estos espacios.

CÉDULA No. 4 LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO PARA LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL.

En esta cedula se enumeran los espacios y las actividades susceptibles de aprovechamiento turístico, se dividen en zonas de baño, deportes ecuestres y excursiones pedestres/ciclismo.

Ocio/ Deportes.

<i>ZONAS DE BAÑO</i>	ÀMBITO		DESCRIPCIÓN	
	Numero	superficie	No. Visitantes	No. Empleados
<i>Piscinas al aire libre climatizadas</i>	0	N/A	N/A	0
<i>Piscinas al aire libre</i>	2	74 m2	18-35	6
<i>Centros acuáticos</i>	0	N/A	N/A	0
<i>piscinas termales</i>	0	N/A	N/A	0
<i>DEPORTES ECUESTRES</i>		Existentes	Previstos	No existentes
<i>Picaderos cubiertos</i>				X
<i>Picaderos al aire libre</i>				X
<i>Acaballaderos</i>		X		
<i>Alquiler de plazas en cuadras para los caballos de los visitantes</i>				X
<i>Cursos de equitación</i>		X		
<i>Senderos para paseos a caballo</i>		X		

<i>Alquiler de caballos</i>	X		
EXCURSIONES PEDESTRES / CICLISMO	Existentes	Previstos	No existentes
<i>Longitud (km) de los senderos de las excursiones pedestres en el territorio municipal</i>	X		
<i>Número de km balizados</i>		X	
<i>Mapas de senderismo</i>			X
<i>Excursiones con guía</i>	X		
<i>Parkings para excursionistas</i> • número • número de plazas para coches – • Precio del estacionamiento por coche	X		
<i>Refugios para excursionistas</i>	X		
<i>Recorridos de salud</i>			X
<i>Número Longitud (km)</i>			
<i>Recorridos informativos</i> Número Longitud (km)	X 4 De 1 a 3 km.		
<i>Longitud (km) de las pistas para ciclo turistas en el territorio municipal</i>			X
<i>Número de Km balizados Mapas de ciclo turismo</i>			X

CÉDULA 4. LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO DE LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL.

La cedula anterior es de gran relevancia pues es más bien un inventario de actividades potenciales a integrar el circuito agroturístico, la caracterización no es solo de la infraestructura sino también de las actividades que conforman la actividad turística actual del municipio y permitirá identificar las carencias de la misma y llevar a cabo ajustes antes de integrarlas al proyecto.

CÉDULA No. 5 LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO DE LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL.

Esta cedula recupera datos referentes a la infraestructura hotelera del municipio, se clasifica de acuerdo al tamaño, tipo de establecimiento y numero existente y la capacidad tanto de establecimientos de alojamiento como de alimentos y bebidas.

Alojamiento/ Restauración.

ÀMBITO		DESCRIPCIÓN
ALOJAMIENTO		
Capacidad total		
número de establecimientos		6
número de camas		80
<i>Clasificados según el tamaño</i>		Número de Establecimientos
De 5 a 9 camas		1
De 10 a 19 camas		3
De 20 a 29 camas		1
<i>Distribución según el tipo de alojamiento</i>		Número de Establecimientos
Hoteles		4
Albergues		1
Pensiones		1
Hoteles sin restaurante		2
Vacaciones en granjas		2
Camping, Caravaning		1
ÀMBITO	DESCRIPCIÓN	
RESTAURACIÓN	Número de establecimientos Número de plazas sentadas	
Restaurantes de especialidades	1	30
Restaurantes y cafés con jardín	3	20-25 cada uno
Restaurantes con platos regionales	10	No disponible
Cafés	3	15-25 cada uno

CÉDULA 5. LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO DE LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL

Con los datos de la cedula anterior se determinó que la cantidad de establecimientos de alojamiento es adecuada para el tipo de proyecto que se plantea, se identifican diversas opciones de alojamiento que pudieran llegar a satisfacer a distintos tipos de turistas, desde los que buscan un alojamiento básico y de precio accesible hasta los que prefieren un lugar más sofisticado y de mayor precio.

Respecto a los establecimientos de alimentos y bebidas, la cedula muestra que la mayoría de los restaurantes sirven platillos propios de la gastronomía local, los precios son accesibles y cuentan con una capacidad promedio de 25 comensales.

3.2.2 Análisis del sector turístico

En la actualidad se ha incrementado considerablemente la demanda de los turistas por experiencias que lo ponen en contacto directo con la naturaleza y las culturas autóctonas de los destinos que visitan. Estos elementos se han convertido en nuevos motivadores de viajes, el turista busca la realización de viajes éticos a destinos sostenibles, buscando la realización de actividades solidarias que contrarresten, aunque sea sólo moralmente, el impacto negativo del turismo al medio ambiente y a la cultura del lugar que visitan.

Estos cambios, han contribuido al surgimiento de ofertas más creativas y dinámicas de turismo, este es el caso del turismo agroalimentario. Este tipo de turismo se basa en los alimentos locales como eje de la oferta turística en busca del desarrollo territorial a través de iniciativas turísticas éticas. Actualmente el alimento es visto como parte del patrimonio de los pueblos y al integrarse como un recurso turístico se lleva a cabo una revalorización no sólo del alimento, sino también de todos y cada uno de los elementos, actores y etapas de la cadena de producción.

Para el caso del turismo agroalimentario, la principal motivación del turista para desplazarse es el disfrute de los alimentos en su lugar de origen, conocer el proceso de producción e incluso llegar a participar en algún punto de la cadena productiva. La naturaleza de estos viajes tiene que ver con la búsqueda de satisfactores personales del turista y se encuentran íntimamente ligados a aspectos psicológicos, sociales y a la necesidad de experimentar un escape de la rutina de la vida diaria, a través de la exploración, el descanso y la interacción social. El turista interesado en el turismo alimentario es sofisticado y con motivaciones hedonistas en búsqueda de experiencias significativas de las cuales puedan obtener algún logro, sensación de satisfacción o un aprendizaje.

La experiencia del turismo alimentario tiene que darse en un destino que ha establecido una reputación de poseer producciones locales diferenciadas por sus características, calidad, carga cultural, entre otros, y que además sea un espacio capaz de proveer de una experiencia de características únicas para el turista. Por lo anterior, la configuración de rutas agroalimentarias parece ser la forma más adecuada de garantizar no sólo el disfrute del alimento que buscan los turistas, sino que también, el de los atractivos naturales y culturales del lugar de producción.

En un proyecto de turismo agroalimentario es de suma importancia la configuración de una oferta variada, además de los atractivos naturales y culturales, la realización de festivales, eventos y otro tipo de atracciones representan ventajas competitivas para las rutas agroalimentarias, debido a que atienden al mismo tiempo las necesidades de ocio, recreación, descanso y entretenimiento. Estos proyectos turísticos tienen un alto impacto en la economía de los lugares en los que se llevan a cabo, pues genera la activación de la población local que no está inserta directamente en la producción de los alimentos, la misma naturaleza de este turismo requiere de la participación activa de sectores poblacionales vulnerables como lo son los niños, mujeres y personas de la tercera edad.

3.2.3 FODA

A continuación, se presenta en análisis FODA del territorio de Pluma Hidalgo, este análisis se basa en la situación actual del territorio y se realiza con el objetivo de determinar cuál es la situación actual del mismo ante el planteamiento del proyecto del circuito agroturístico del café Pluma.

FORTALEZAS.	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Mezcla de atributos, naturales y culturales ubicados a corta distancia.	Interés de las autoridades federales, estatales, municipales y de la población por la creación y consolidación del producto circuito agroalimentario del café Pluma.	Escasa conectividad entre atractivos y rutas improvisadas por finqueros.	Plaga de la roya como amenaza latente para los cafetales y la producción de café.

Recursos naturales de características únicas y con vocación turística.	Integración de un producto turístico de calidad.	Migración de la población en busca de mejores ingresos.	Sustitución de cultivos de café por cultivos más rentables.
Recursos culturales de gran valor: Gastronomía, Artesanías, entre otros.	Creciente interés por la revalorización de los aspectos culturales.	Falta de servicios locales de apoyo.	Desaprovechamiento del potencial productivo, turístico y de desarrollo del circuito.
Eventos como la feria del café pluma útiles en la promoción del circuito.	Reconocimiento del café Pluma a nivel Mundial y creciente reconocimiento a nivel nacional.	Poca integración de la comunidad al nuevo modelo de desarrollo adoptado en la zona: escasa certificación de establecimientos y prestadores de servicios.	Desarrollo de rutas del café en otros lugares del país.
Mercado potencial real y extranjero.	Exploración de nuevos mercados y aprovechamiento de las economías a escala.	Falta de organización y sinergia entre los distintos comités que se pretende incluir en el producto.	Desconocimiento del lugar y del producto a nivel nacional.
El circuito agroalimentario del café Pluma como un producto cultural competitivo, sostenible y diferenciado a nivel nacional e internacional.	Construcción de un circuito que aproveche los recursos de la zona incentivando la integración de las comunidades a la actividad turística promoviendo el cuidado de los recursos de la zona.	Grandes distancias entre los sitios de interés fuera del centro del municipio.	
Infraestructura y supra estructura en construcción.		Falta de personal capacitado en la gestión del proyecto turístico	

TABLA 1. ANÁLISIS FODA. ESTE ANÁLISIS MUESTRA UN ANÁLISIS DE LAS DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS Y AMENAZAS DEL TERRITORIO DE PLUMA HIDALGO.

3.3.1 Fortalezas.

El turismo agroalimentario es un fenómeno emergente y como tal, la oferta y la demanda son elementos que se encuentran en proceso de formación. El turismo alimentario en sí, requiere de un conjunto de elementos interrelacionados a través de un alimento, para el caso de Pluma Hidalgo, el café Pluma debido a su tradición, reconocimiento nacional e internacional y a que representa parte importante en la cosmovisión de la población del municipio, se configura como un elemento a partir del cual se puede generar un producto cultural competitivo, sostenible y diferenciado a nivel nacional e internacional.

Lo anterior se concluye después de haber realizado un inventario de recursos naturales, culturales, e históricos, entre los cuales resaltan algunos de gran valor, características únicas y con vocación turística. La ubicación de los recursos es otra de las fortalezas del municipio pues, los cuales se encuentran ubicados a corta distancia y la infra y supra estructura que se encuentra en construcción actualmente facilitarán no sólo el acceso si no que conectarán todos estos atractivos mejorando así el flujo de turistas en el municipio y sus alrededores. Del estudio de mercado realizado previamente se determinó la viabilidad del proyecto, lo anterior como consecuencia de la existencia de un mercado real y también de un potencial a nivel nacional e internacional. En consecuencia, la organización de eventos como la feria del café Pluma o el concurso anual de fotografía de Pluma Hidalgo se convierten en estrategias útiles para la difusión de los recursos y atractivos del lugar.

3.3.2 Oportunidades.

Actualmente, la oferta de turismo alimentario en nuestro país es poco estructurada y limitada, existen iniciativas por parte de la SECTUR e iniciativas de productores que configuran la oferta de turismo agroalimentario en nuestro país, a pesar de que el número de empresas en el sector ha ido creciendo en los últimos años, la oferta

sigue siendo insuficiente y poco variada. El municipio de Pluma Hidalgo encuentra en estas condiciones una buena oportunidad para insertarse en el sector turístico agroalimentario, lo anterior, a través de la integración de un producto turístico de calidad que no sólo aproveche los recursos de la zona incentivando la integración de las comunidades a la actividad turística promoviendo el cuidado de los recursos de la zona, sino que también a través de la creación de este circuito se logre la revalorización de los aspectos naturales y culturales del lugar.

Otro punto a favor es el interés mostrado por las autoridades federales, estatales, municipales y de la población para la creación y consolidación del producto circuito agroalimentaria del café Pluma, lo anterior con el objetivo central de extender el reconocimiento del café Pluma a nivel Mundial y consolidar su reconocimiento a nivel nacional, acciones a través de las cuales se llevará a cabo la exploración de nuevos mercados y el aprovechamiento de las economías a escala.

3.3.3 Debilidades.

Como resultado de la elaboración del inventario y el trabajo de campo, se detectaron también debilidades que habría que atender durante la gestión y diseño del proyecto, uno de ellos fue que la población del municipio presenta altos índices de migración. Esta migración en búsqueda de mejores ingresos ha sido la causa de una disminución significativa de la población, problemática que año con año se agrava y pudiera llegar a incidir directamente en el capital humano disponible para el proyecto del circuito turístico, al menos al comienzo.

Otra debilidad detectada es la falta de políticas institucionales encaminadas a la protección del patrimonio natural del lugar debido a que es uno de los factores de deterioro del mismo, además de la explotación desmedida de los recursos mismos, ha traído como consecuencia modificaciones significativas en el clima y el relieve lo cual tiene directas repercusiones sobre la economía y el desarrollo de la comunidad. Problemáticas como la deforestación, la plaga de la roya, la contaminación de los ríos, la falta de infraestructura para el tratamiento de los desechos son los principales problemas que afectan a la comunidad. Si a esto agregamos la inexistencia de una cultura de conservación y uso responsable y sustentable de los

recursos por parte de la población tenemos que el grado de deterioro se acelera y pudiera llegar a ser irreversible comprometiendo no sólo el proyecto turístico sino, en definitiva, a toda la comunidad.

Otra problemática de importancia fue la que representa la poca integración de la comunidad al nuevo modelo de desarrollo que se ha adoptado en la zona, esto ha provocado la escasa o inexistente conectividad entre los atractivos turísticos, las rutas improvisadas por los cafetaleros y el proyecto turístico que gestionan las autoridades, en su mayoría personal no capacitado de las instituciones estatales y municipales, en consecuencia, existe una falta de organización y sinergia entre los distintos comités que se pretende incluir en el proyecto.

Respecto a las iniciativas improvisadas, algunas de las fincas cuentan con infraestructura, pero en la mayoría de los casos se requiere una amplia inversión para la remodelación y adaptación de las mismas, lo que permitiría a muchos productores incrementar sus ingresos y generar fuentes de empleo para la población. También dentro de esta problemática se identifica la escasa certificación de establecimientos y prestadores de servicios, lo anterior como consecuencia también de la falta de educación turística en la zona, la cual requeriría de capacitación y educación tanto de la población como del turista que se pretende captar.

3.3.4 Amenazas.

La principal problemática para la comunidad de Pluma Hidalgo es la plaga de la roya como amenaza latente para los cafetales y la producción de café. Esta problemática proviene de la modificación del clima del lugar, incrementándolo dos grados centígrados lo que permitió la entrada de la plaga a los cafetales, la falta de experiencia de los cafeticultores de Pluma en el manejo de la plaga, trajo consigo la pérdida de hasta el 80% de las plantaciones de café de la zona. Ante esta situación se han puesto en marcha acciones estratégicas que han permitido subsanar levemente la situación, pero si no se tiene el control total de la plaga, esta representará siempre una amenaza latente.

Aunado a la problemática de la plaga está la sustitución de cultivos de café por otros que resultan más rentables, reduciendo la extensión de los cultivos de café a la mitad de su tamaño original. Cultivos como cacao, guanábana y cítricos han sido recientemente introducidos en la zona, con esto se ha modificado el paisaje y se ha desplazado al café en cuanto a la superficie cultivada.

El desconocimiento del lugar y del producto a nivel nacional representa otra problemática importante debido a que este café está posicionado a nivel internacional (Europa) pero a nivel nacional su consumo es incipiente y eso lo pone en desventaja contra los demás cafés mexicanos que cuentan con un proyecto de turismo basado en el cultivo del café, los cuales, además, representan en sí, otra amenaza para el café Pluma y su circuito agroturístico pues podrían capturar, en mayor parte, el mercado debido a que son rutas consolidadas, más antiguas y previstas de infraestructura diseñada específicamente para el mercado al que se dirigen.

De acuerdo con los resultados del análisis FODA realizado al territorio de Pluma Hidalgo, Oaxaca, se concluye que su ubicación y recursos naturales y culturales representan su mayor fortaleza por lo cual esta iniciativa debería centrarse en el aprovechamiento estratégico y sustentable de los mismos a través de una planeación de un proyecto que logre captar la demanda incipiente de turistas en búsqueda de experiencias de turismo rural y que al mismo tiempo aproveche su cercanía con los centros turísticos de Huatulco y Puerto Escondido. El diseño de la propuesta del circuito debe considerar la Falta de personal capacitado en la gestión del proyecto turístico de Pluma, Hidalgo y la ausencia de sinergia como debilidades a las que se tendrá que enfrentar a lo largo de su desarrollo además de la incertidumbre de la situación del producto eje debido a las problemáticas de las plagas, lo anterior confluye en un desaprovechamiento del potencial productivo, turístico y de desarrollo del circuito, lo cual representa la mayor amenaza para el proyecto debido a que se centra en elementos clave para el desarrollo del mismo, factores como la participación de la población, recursos naturales y políticas de

desarrollo adecuadas son ejes básicos en la gestión de los proyectos de desarrollo turístico.

CAPITULO IV. Propuesta De Plan De Negocios

4.1 Descripción de la idea de negocio.

4.1.1 Idea de negocio.

El circuito agroalimentario café Pluma es un proyecto de agroturismo que tiene como eje la comercialización turística del proceso de producción y transformación del grano desde la recolección de la cereza hasta que llega a la taza. Esta idea de negocio se genera en respuesta a la creciente demanda de actividades de turismo rural para aquellos turistas interesados en el conocimiento profundo de las producciones agroalimentarias partiendo de un producto emblemático reconocido a nivel nacional e internacional y ligado a un territorio de características excepcionales contenedor de atractivos naturales y culturales únicos.

4.1.2 Misión.

Promover la realización de actividades turísticas con base en el modelo de turismo responsable en el municipio de Pluma Hidalgo en torno al recurso del café a fin de asegurar experiencias memorables para el visitante y mejorar la calidad de vida de la comunidad local protegiendo el patrimonio natural y cultural.

4.1.3 Visión.

Consolidar el circuito agroturístico del café Pluma como un producto agroturístico de gran afluencia y de reconocida participación en el mercado turístico nacional e internacional promoviendo el consumo de productos turísticos responsables mediante la oferta de servicios y productos con calidad diferenciada.

4.1.4 Objetivos.

- Diseñar un proyecto adecuado a la zona y a sus recursos integrando a la población a través de la formación de figuras de acción colectiva que se involucren en las actividades del proyecto y su desarrollo.
- Consolidar el circuito como un producto exitoso y rentable que satisfaga las necesidades del turista nacional y extranjero y que al mismo tiempo mejore los ingresos de la población de Pluma Hidalgo, contribuyendo, así como a la mejora de su calidad de vida.

- Expandir el circuito agroturístico a un proyecto de turismo rural que incluya a los 7 municipios de la zona productora de café de la sierra sur del estado de Oaxaca en un periodo de 5 años.

4.1.5 Descripción del Servicio.

El circuito agroturístico del café Pluma busca ofertar un servicio diferenciado, personalizado e innovador que provea servicios de ocio y recreación, relacionados con el conocimiento y disfrute de los procesos de producción, transformación y consumo del café in situ, a través de itinerarios de calidad que contemplen la integración de la canasta local de bienes y servicios.

4.1.6 Funciones.

Al turista:

Proveer una oferta de turismo patrimonial de calidad y experiencias únicas que favorezcan la generación de opciones para el uso y disfrute del tiempo libre contribuyendo a generar actividades recreativas que fomenten el conocimiento del patrimonio agroalimentario y, en consecuencia, crear conciencia de su valor y su conservación a través del consumo de actividades de turismo responsable.

A la comunidad:

Contribuir a la diversificación de la oferta turista local, para promover el desarrollo económico de la comunidad, a través de una estrategia de integración y fomento para promover el desarrollo regional, aprovechar los recursos locales, incrementar oportunidades de empleo y, sobre todo, para que las organizaciones económicas rurales integradas, no trabajen aisladas y se diluyan ante la creciente competencia y la complejidad de los mercados. Además de lo anterior, se busca reafirmar la identidad local a través de la puesta en valor de un producto emblemático contribuyendo así a la conservación del patrimonio agroalimentario local.

4.1.7 Necesidades que atiende

1. La necesidad de ofertas de ocio turístico diferenciado en segmentos emergentes.
2. La demanda de formas de turismo responsable.

3. Provee bienes de consumo cultural relacionados con el patrimonio agroalimentario
4. Genera empleos directos e indirectos contribuyendo a la disminución de la migración de los habitantes de la comunidad.
5. Contribuye a la valorización del patrimonio local.
6. Responde a la necesidad de proyectos de desarrollo incluyentes de sectores vulnerables de la población (mujeres, jóvenes, adultos mayores).
7. Diversifica las formas de generación de ingresos económicos para la población local incidiendo directamente en la mejora de su calidad de vida.
8. Se cumple con una importante parte del control de impactos ambientales del turismo

4.1.8 Aplicación Comercial

Atiende un segmento de turismo claramente diferenciado que se interesa por el conocimiento de los alimentos desde su producción hasta la mesa, a través de la experiencia multisensorial, relacionada con los procesos de producción, transformación y consumo de un producto emblemático, anclado al territorio.

4.1.9 Ventaja competitiva

Este circuito agroalimentario se basa en un producto de características organolépticas únicas y de alta calidad reconocido internacionalmente y cuyo entorno presenta atributos naturales y culturales únicos que lo privilegian para el desarrollo de la actividad turística.

Además de lo anterior las características del proyecto permiten personalizar el producto de acuerdo a las necesidades del turista y también otorga la capacidad de la vinculación estrecha del turista y el productor lo que dota de autenticidad a la experiencia del turista en el circuito.

4.2 Análisis FODA.

A continuación, se presenta un análisis FODA realizado como estrategia de diagnóstico con el objetivo de determinar los factores principales involucrados en la planeación del proyecto del circuito agroturístico del café Pluma como un negocio. En este análisis se puntualizan las fortalezas y oportunidades que la idea de negocio

tiene y las debilidades y amenazas que el proyecto tendría que contemplar dentro del desarrollo del plan estratégico del mismo, lo anterior con el objetivo de tener un negocio viable y adecuado a los recursos y el contexto actual del mismo.



ILUSTRACIÓN 14. ANÁLISIS FODA DE LA IDEA DE NEGOCIO. ELABORACIÓN PROPIA.

Con los datos obtenidos después de haber realizado el análisis FODA a la idea de negocio del circuito de turismo agroturístico del café Pluma se concluye que sus mayores fortalezas radican en la actividad cafetalera consolidada en la zona y a la combinación de atributos naturales y culturales que posee. Las mayores amenazas para el proyecto provienen de la situación política y social del país cuyo mayor problema es la inseguridad que afecta ya también a las zonas turísticas y que incide directamente en el flujo de turistas con destino hacia la sierra sur y a zona de la costa de Oaxaca. Lo anterior es de suma importancia debido a que parte de la

estrategia de captación de turistas a el circuito agroturístico del café Pluma contempla a los turistas de Huatulco y de Puerto Escondido, por lo anterior una disminución en la afluencia de los turistas a la costa del estado de Oaxaca repercutiría directamente en los turistas potenciales para el proyecto.

Es necesaria la planeación estratégica en manos de personas capacitadas en proyectos similares pues con este análisis se pudo observar que dentro de las debilidades del proyecto la falta de capacitación y el desconocimiento del territorio son variables presentes y que habría que atender de manera prioritaria con el objetivo de gestionar un proyecto benéfico para la población y que contribuya al desarrollo de la localidad a largo plazo.

4.3 CANVAS.

El modelo CANVAS se aplicó a la idea de negocio como una estrategia para agregar valor al proyecto, a través de la identificación de los actores y elementos involucrados en el proyecto se pudo determinar la importancia y cuál será la función que cada uno desempeñará dentro del desarrollo del mismo. La aplicación de esta herramienta facilitó la generación del modelo de negocio y los elementos para sustentar la propuesta de valor del servicio que se ofrecerá a los clientes, además permite identificar áreas de oportunidad para la innovación constante dentro de la organización y el proyecto, un punto clave para permanecer en el mercado.

Los resultados de la aplicación de esta metodología nos permitieron detectar que el Comité Pro-Pueblo y los distintos gremios de servicios de Pluma Hidalgo son indispensables en el proyecto, además se detectaron las actividades básicas necesarias para el desarrollo del circuito y cuáles son los recursos que se emplearán para el mismo. Se determinó también cuál es el mercado al que se dirigirá la iniciativa, qué tipo de relación y a través de qué canales se hará llegar el producto al cliente, se planteó la propuesta de valor y la parte financiera, cuáles serán los costos y de dónde se generarán los ingresos para el funcionamiento del circuito. A continuación, se explica cada una de las partes del modelo de forma más detallada.

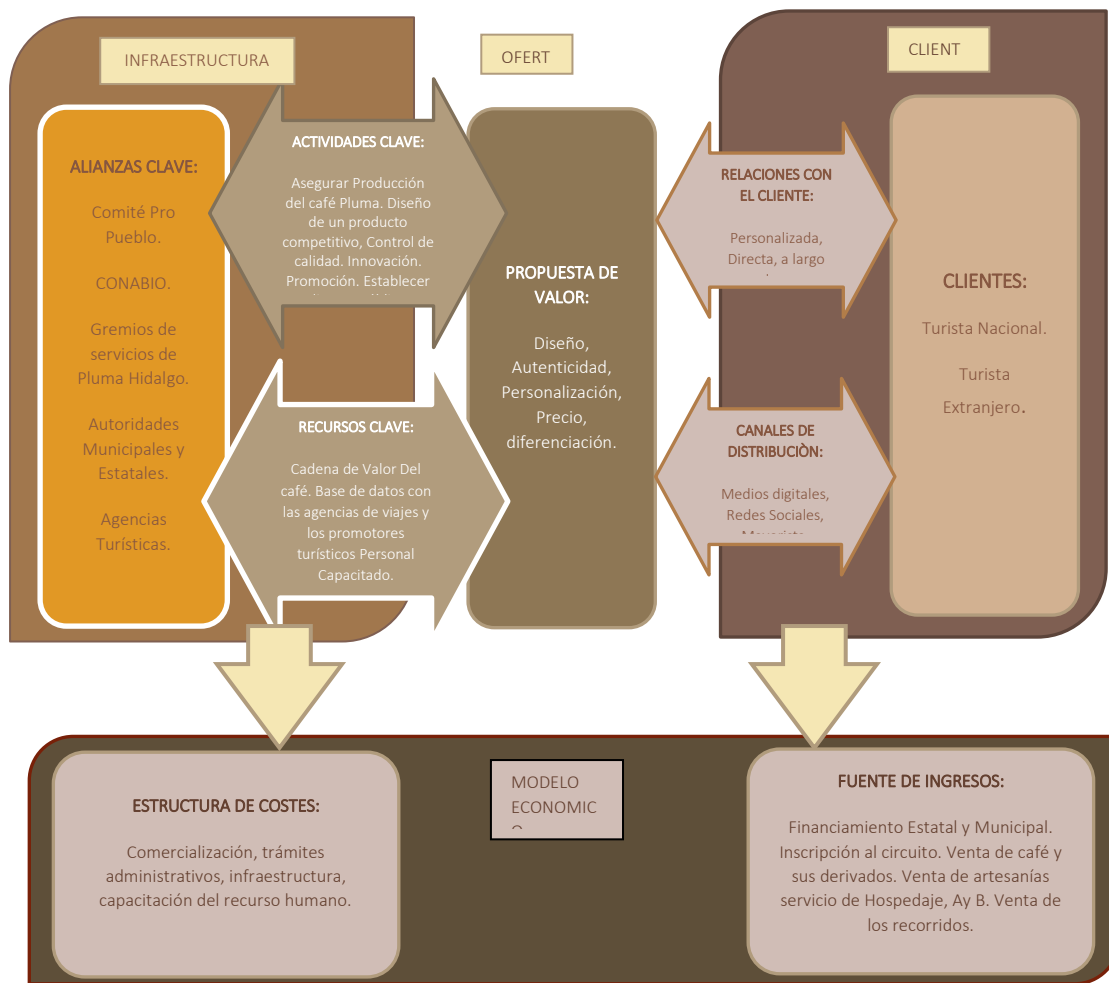


ILUSTRACIÓN 15. MODELO DE NEGOCIO CANVAS. ELABORACIÓN PROPIA

4.3.1 Alianzas clave.

Las alianzas que se consideran clave para la realización de este proyecto contemplan al Comité Pro-Pueblo en primer lugar y los distintos Gremios que se ubican al interior del municipio de Pluma Hidalgo: Hoteleros, Fincas, Comerciantes y Transportistas. Al exterior es importante establecer asociaciones con las agencias turísticas que promueven y comercializan la ruta del café, con CONABIO y con las secretarías estatales y federales de turismo con el fin de que este proyecto se integre a los planes de desarrollo y se generen apoyos que permitan la consolidación del proyecto y su continuidad.

4.3.2 Recursos clave.

Materiales:

El proyecto del circuito agroturístico del café Pluma se basa en el café, su cultivo y transformación, por lo tanto, la participación de las fincas y sus cultivos se vuelve clave para la realización de este proyecto. Al ser un proyecto bajo el modelo del turismo rural aspectos como transporte adecuado y suficiente, servicios de hospedaje, una oferta gastronómica adecuada y recorridos estratégicamente planeados son elementos determinantes para que el producto sea atractivo al turista.

Se requiere de información provista por una base de datos de las agencias de viajes y los promotores turísticos que actualmente están involucrados con la actividad turística en el municipio de Pluma Hidalgo y la ruta del café de Pluma y la zona de Miahuatlán.

Humanos:

Personal capacitado en proyectos de este tipo que aporte ideas al proyecto y brinde capacitación a la población local interesada en participar, otro recurso clave es la población de la comunidad de Pluma que quiera integrarse a este proyecto a través de la generación de iniciativas que sumen al proyecto o en el área de prestación de servicios.

Se debe contemplar también personal capacitado en cuestiones de calidad en proyectos de carácter turístico, lo anterior con el objetivo de mantener la calidad del circuito a lo largo del desarrollo del proyecto. Contar con recursos humanos formados en las áreas ambientales, administrativas y jurídicas también será necesario debido al tipo de organización que se desea crear, lo anterior con el objetivo de lograr una gestión adecuada en este proyecto.

Financieros:

Recursos económicos provenientes de la inscripción al circuito, los generados a través de la comercialización de los productos (café y sus derivados) y recursos que otorga el gobierno estatal dirigidos a el desarrollo de programas turísticos en los distintos municipios del estado de Oaxaca.

4.3.3 Segmento de mercado.

Turista internacional

Turista diferenciado que busca conocer la cultura, la historia e interactuar con la forma de vida de la localidad para vivir nuevas experiencias.

Turista Nacional

Turista que acostumbra a ahorrar para poder efectuar sus vacaciones, sensible al precio busca servicios de calidad, interesados en la cultura y experiencias significativas.

4.3.4 Relación con los clientes.

- Personalizada: Los clientes serán atendidos de manera directa por el personal previamente capacitado de la empresa, lo anterior con el objetivo de atender a las necesidades, gustos y preferencias específicas de cada uno de los clientes lo cual nos permitirá hacerlo sentir valorado e importante.
- Directa: El cliente recibirá atención directamente del personal de la empresa, sin la necesidad de tratar con intermediarios durante el proceso de solicitar información o realizar alguna compra. Lo anterior con el objetivo de transmitir la información correcta sobre el producto y la empresa y reducir así, la brecha entre nuestra empresa y el consumidor.
- A largo plazo: El trato directo y personalizado nos permitirá establecer con el turista vínculos más allá de la sola transacción de compra- venta de un producto. El turismo agroalimentario permite una interacción directa entre turistas y población local, por lo anterior se generan vínculos que se pudieran fortalecer si el turista decide regresar, por lo anterior es importante el trato respetuoso, pero también amistoso y cálido a la vez.

4.3.5 Iniciativas estratégicas.

- Concursos: El municipio de Pluma Hidalgo organiza un concurso de fotografía anualmente como estrategia para captar turistas en temporada

baja. Aquellos participantes obtienen descuentos especiales en Hospedaje o alimentos durante su estancia en Pluma Hidalgo.

4.3.6 Canales de comunicación y distribución.

- Canales digitales (Redes sociales, Sitio web): La comunicación y distribución de la información del proyecto se hará a través de los canales digitales debido al alcance y al fácil acceso de la población a los mismos. Estos espacios serán administrados por personal de la asociación misma, el cual estará a cargo de la actualización periódica de estos espacios, así como de responder las preguntas y comentarios del público en general.
- Canales de Distribución: Canal Directo y Canal Mayorista. Se utilizarán ambos canales, el directo por que se pretende ofrecer una atención personalizada y se contara con personal de la organización (departamento de ventas) que establezca una comunicación directa con el cliente a través de las redes sociales y el sitio web. El canal mayorista se utilizará con las operadoras turísticas y agencias de viajes que ofertarán el circuito y contribuirán a su promoción y difusión.

4.3.7 Propuesta de valor.

- Personalización: De acuerdo a los intereses del turista se le ofertarán las actividades del circuito que más se adapten a sus gustos y necesidades, siempre en búsqueda de ofrecer una experiencia única que cumpla e incluso que sobrepase las expectativas del turista.
- Diseño: Este circuito estará diseñado no sólo como un proyecto de turismo rural, sino que se hace énfasis en ofertar un producto de turismo agroalimentario de calidad en el cual converjan actividades que además de la apreciación y disfrute del espacio natural también contribuyan a la difusión y valorización del patrimonio cultural de la comunidad.
- Autenticidad: El circuito agroturístico del café pluma tiene como eje un producto de un saber hacer consolidado fuertemente ligado al territorio, por lo tanto, las actividades que se ofertan reflejan la realidad de la producción, transformación y consumo del grano. Además, las actividades de turismo

alternativo complementarias tienen lugar en los espacios naturales de la región y al integrar a la población al proyecto se favorece la interacción de los turistas con los habitantes de la región.

- Precio: Para mejorar la inserción del circuito al mercado y teniendo en cuenta los precios de la competencia el proyecto ofertará el producto a un precio competitivo pero que de igual forma dé rentabilidad al negocio pero que también resulte más atractivo para el turista que las otras rutas ofertadas actualmente.
- Diferenciación: El ofrecer a los turistas una experiencia de turismo agroalimentario en la cual no sólo puedan conocer el proceso del café como en las otras rutas, sino que también se involucren en los procesos y el contacto directo con la población local y el entorno serán aspectos que diferenciarán a este proyecto no sólo de los demás productos de turismo rural sino también de las otras rutas cafetaleras ofertadas en el mercado actualmente.

4.3.8 Actividades clave.

- Asegurar la producción del café Pluma.
- Diseño de un producto turístico competitivo que asegure que la oferta del circuito agroturístico es una oferta diferenciada y completa, de calidad y que cumple con las expectativas de la demanda.
- Realizar una comercialización sostenible del circuito.
- Implementar un sistema de control de calidad dentro del circuito.
- Llevar a cabo innovaciones periódicas dentro del circuito con el fin de asegurar su continuidad.
- Establecer alianzas Público-Privada-Comunitarias como estrategias para la generación de beneficios mutuos y oportunidades de negocio.

4.3.9 Estructura de costos.

- Publicidad y promoción: Son un aspecto básico para el posicionamiento del circuito, en consecuencia, se tiene que llevar a cabo la contratación de

personal capacitado para esto y además pagar servicios que permitan difundir el producto.

- Infraestructura: Se tiene que proveer a la organización de los recursos necesarios para el desempeño de las actividades propias del circuito.
- Trámites administrativos: Es necesario hacer el pago por acciones como la constitución legal de la empresa y el otorgamiento de las licencias y permisos necesarios para el funcionamiento del proyecto dentro de las directrices marcadas por la ley, debido a lo anterior parte de los recursos serán destinados a la realización de estos trámites.
- Certificaciones de calidad: Siendo la calidad uno de los aspectos diferenciadores del circuito, las certificaciones de calidad se convierten en una inversión necesaria debido a que sirven a dos propósitos, el primero como una herramienta para el eficiente funcionamiento de los procesos, y el segundo como un elemento que favorece la imagen del producto a ojos de los consumidores y por lo tanto incrementa la competitividad del circuito.
- Capacitación de RH: Al ser un proyecto incluyente de la población local la capacitación es una actividad fundamental para el éxito del proyecto, es necesario que el personal involucrado en el proyecto desempeñe sus funciones correspondientes de manera eficaz y eficiente en orden de satisfacer las expectativas del cliente.

4.3.10 Fuente de ingresos.

- Pago de inscripción de los prestadores de servicios por pertenecer al circuito: Para pertenecer al circuito agroturístico del café Pluma será necesario realizar un pago por parte de la persona interesada en pertenecer a la organización, el dinero proveniente de las inscripciones de los miembros del circuito estará destinado al monitoreo y certificación de la calidad y a acciones en pro de la mejora general del proyecto. Esta membresía se renovará cada año al principio del proyecto y después cada dos, siempre y cuando el agremiado cumpla con los lineamientos que la organización establezca y realice el pago puntual requerido.

- Venta de productos artesanales, servicio de hospedaje, alimentos y bebidas: Además de los ingresos generados por el pago por los servicios de hospedaje y alimentos y bebidas, en diferentes puntos del circuito se pondrán a la venta artículos temáticos y producidos en la localidad.
- Venta de recorridos por fincas cafetaleras, avistamiento de fauna, senderismo, etc.
- Venta de café Pluma y productos derivados: Además de la venta de café, también se tendrán a la venta productos como esencias, jabones, licores, cremas y demás productos elaborados a base de café en las fincas inscritas al circuito.

4.4 Estudio de mercado.

4.4.1 Análisis de la demanda.

En la actualidad las rutas alimentarias constituyen estrategias de desarrollo local incipientes, en general, son proyectos que se benefician del flujo de turistas que acuden a destinos turísticos ya consolidados. El turismo alternativo, en específico el turismo agroalimentario es una actividad en desarrollo en nuestro país, aun no existen cifras específicas sobre el consumo y los aspectos económicos de turismo alternativo y en menor medida de turismo agroalimentario.

En México, el mercado del turismo agroalimentario se encuentra en formación y por lo tanto las características de la demanda se encuentran en su mayoría indefinidas, en general este mercado busca productos de calidad que le brinden experiencias únicas, asociadas al entorno natural y al patrimonio cultural, en este caso productos alimentarios fuertemente vinculados al territorio.

Hablando específicamente de este estudio se considera como demanda la cifra de turistas que practican turismo rural y alternativo en la zona de la sierra Sur de Oaxaca, de donde se desprende el número máximo de turistas que se pueden captar por día. De acuerdo con el Compendio Estadístico del Turismo en México 2015 (SECTUR, 2016), el 91% (2,951,922) de los visitantes en el estado de Oaxaca son de origen nacional y únicamente el 9% (131,344) provienen del extranjero. Las tres principales razones que motivan la visita a la región son: la cultura del destino,

el ambiente natural, la belleza del paisaje, el sol y el contacto con el agua. La estancia promedio de los turistas es de 1.6 noches y el gasto promedio de la misma asciende a \$1,523. El turista que visita Oaxaca es sensible al costo que paga por su viaje, busca servicios de calidad acorde con sus posibilidades y/o preferencias- al mejor precio.

Del total del estado de Oaxaca, los turistas que visitaron la ciudad de Oaxaca durante el año 2013 generaron una derrama de 3,225 MDP que significa el 28.3% del total de recursos obtenidos por actividad turística en el estado, esta cifra solo es superada por Huatulco quien aporta el 47% (432,630 turistas) al total, esto se debe a que la estadía y el gasto promedio del turista es mayor en Huatulco que en Oaxaca de Juárez (Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico, 2014). Del total de turistas que visitan Huatulco, el 23.7% visita destinos de turismo rural o alternativo en la zona de la Sierra Sur del estado de Oaxaca, ubicada a 40 minutos de la costa, el gasto promedio en esta zona es de \$800.00 incluyendo hospedaje, alimentos, transporte y compra de algún producto del lugar de origen (café, artesanías, souvenirs).

<i>Turistas de Huatulco que realizan turismo rural y alternativo en la sierra sur de Oaxaca. (23.7%)</i>	102,533
<i>Gasto por turista.</i>	\$800.00
<i>Consumo aparente anual</i>	\$82,026,400.00
<i>Consumo Aparente mensual</i>	\$6,835,533.33
<i>Consumo aparente semanal</i>	\$1,708,000.00

TABLA 2. TURISTAS DE HUATULCO QUE REALIZAN TURISMO RURAL Y ALTERNATIVO EN LA SIERRA SUR DE OAXACA.

La estimación anterior se realiza tomando en cuenta que la principal demanda proviene de turistas cuyo destino principal es Huatulco, y se determinan las cantidades aparentes del ingreso generado por el consumo de estos turistas de actividades de turismo rural en la costa sur del estado de Oaxaca.

Aun así, hace falta la recolección de datos que permita conocer si, en efecto, la oferta de agroturismo en esta zona es capaz de generar un desplazamiento por parte del turista específicamente para el disfrute de actividades agroturísticas en lugares como Pluma Hidalgo o si la zona sur de la sierra sur de Oaxaca sólo se beneficia del flujo de turistas de la zona de Huatulco y del resto de la zona costera del estado que buscan una alternativa a la realización y el disfrute de actividades propias del turismo de sol y playa.

Perfil de la demanda de turismo de café.

En la actualidad el consumo de café en nuestro país se ha incrementado considerablemente hasta alcanzar un consumo per cápita de 1.85 kg (Flores, 2015), lo que indica un incremento por el gusto y la cultura del café nacional. Ante lo anterior las comunidades productoras de café en el país se encuentran frente a una ventana de oportunidades como consecuencia del crecimiento del consumo de café. Esta ventana de oportunidades se basa en la modificación de la percepción del café como un producto común y trabajar en ofertarlo como un producto gastronómico importante y elemento cultural diferenciador a partir del cual se pueden generar estrategias que permitan difundir no sólo las características y particularidades del café producido en las diferentes zonas del país sino que también de los espacios que albergan dichos cultivos, y de toda la carga cultural e histórica que estas producciones poseen. Tal es el caso de Coatepec en Veracruz, y el área del Soconusco en Chiapas en nuestro país, y Costa Rica, Colombia y Perú a nivel internacional, las producciones se encuentran fuertemente arraigadas a la identidad de la población y han sido elementos a partir de los cuales se han generado productos turísticos que han contribuido no solo a la difusión de su café sino a mejorar su posicionamiento en el mercado y a la mejora de las condiciones de vida de las comunidades productoras. Estas iniciativas turísticas se han centrado en captar un mercado de turistas no tradicionales en la búsqueda de experiencias y vivencias en una comunidad cafetalera, dispuesto a pagar por destinar parte de su tiempo libre a actividades vinculadas con el cultivo y procesamiento de la cereza del café, y presenciar costumbres que en el medio urbano o en algún otro lugar sería

imposible experimentar. Este consumidor está en búsqueda de experiencias relacionadas con las poblaciones, el origen y el consumo de los productos cosechados o elaborados en comunidades productoras de café, y su consumo in situ no como una bebida, sino como un producto cultural que condensa el territorio, la cultura, la historia y el trabajo de los productores en una taza de café.

En la actualidad, como consecuencia del boom del consumo de café, zonas como Pluma Hidalgo están comenzando a ser reconocidas como espacios productores de café de alta calidad y características diferenciadas, lo cual ha ocasionado modificaciones en los hábitos de consumo de los turistas de las zonas aledañas quienes se desvían temporalmente de sus destinos principales como es el caso de Huatulco, con el objetivo de visitar las zonas productoras de café y conocer e incluso participar en algún punto del proceso de producción del café.

A pesar de que la infraestructura es limitada y desarticulada, debido a lo incipiente del desarrollo del turismo en esa zona, su ubicación y características fitogeográficas la dotan de elementos que resultan atractivos para el turista y que, en combinación con la actividad cafetalera de la zona, lo configuran como un lugar con gran potencial para el desarrollo de la actividad agroturística.

Con base en todo lo anterior se detectan dos segmentos de turistas importantes captados actualmente por la oferta agroturística basada en el café del municipio de Pluma Hidalgo y el resto de la zona de la Sierra Sur de Oaxaca:

- Turista internacional:

Turista entre 30 y 60 años de edad, profesionista, sin distinción de una disciplina específica, con nivel alto de ingresos, busca la naturaleza, requiere una mezcla de turismo convencional y turismo alternativo, es un viajero diferenciado que busca conocer la cultura, la historia e interactuar con la forma de vida de la localidad con el objetivo de obtener nuevas experiencias.

- Turista Nacional:

Turista entre los 20 y los 55 años con un nivel educativo indistinto, busca actividades alternativas al turismo de sol y playa en la zona de la costa de

Oaxaca. Es un turista de nivel socioeconómico C+ (AMAI, 2016), que acostumbra a ahorrar para poder efectuar sus vacaciones, sensible al precio que paga por su viaje, busca servicios de calidad acorde a sus posibilidades y/o preferencias al mejor precio principalmente pensionados, matrimonios y jóvenes sin hijos interesados en la cultura y experiencias significativas.

Las características de la zona y sus atributos como espacio productor de un café diferenciado altamente apreciado en el mercado nacional e internacional le permiten captar parte del flujo de turistas que visitan las bahías de Huatulco. Con base en la estimación de turistas que desarrollan actividades de turismo rural en la zona de la Sierra Sur del estado de Oaxaca y el perfil del turista nacional e internacional se realiza una hipótesis acerca de lo que representaría la captación del 1%, 3% y 5% del total del mercado, lo anterior con el objetivo de determinar la cantidad de ingresos que un proyecto de agroturismo generaría para la población local.

Para lo anterior se retoman datos de la tabla 1 sobre los turistas de Huatulco que realizan turismo rural y alternativo en la sierra sur de Oaxaca.

TURISTAS QUE LLEGAN A HUATULCO (2015)		432,630			
Turistas que realizan turismo rural y alternativo en la sierra sur de Oaxaca. (23.7%)		102,533			
<i>Gasto por turista.</i>		\$800.00			
Captación del 1%		Captación del 3%		Captación del 5%	
Número de Turistas	1,025.33	Número de Turistas	3,705.99	Número de Turistas	5,126.65
Ingresos (\$)	\$820,264	Ingresos (\$)	\$2,460,792	Ingresos (\$)	\$4,101,320

TABLA 3. HIPÓTESIS DE CAPTACIÓN DEL MERCADO DE TURISMO RURAL Y ALTERNATIVO EN LA SIERRA SUR DE OAXACA. ELABORACIÓN PROPIA.

En el municipio de Pluma Hidalgo, aproximadamente el 80% de la población se dedica a la producción del café. Desde la fundación del municipio se instalaron grandes fincas cafetaleras y ranchos, pero desde hace aproximadamente 25 años se presentó una migración de productores a raíz de la baja de los precios y en consecuencia ha mermado el número de productores. Esto ha provocado también, que aproximadamente un 40% de las familias que se dedicaban a la producción abandonaran la actividad, lo cual tuvo un fuerte impacto en la producción del café pluma en el 2014 y 2015, desde que la plaga de la broca empezó a hacer crisis en el 2013, el impacto más fuerte ha sido durante el año 2015 como consecuencia de la plaga de la roya, año en el cual las pérdidas llegaron a ser hasta del 80% de la producción.

En años anteriores al 2010, se tenía un referente de arriba de 10 mil sacos que se producían en Pluma Hidalgo, pero la caída de la producción ha impactado la economía. En el año 2013 se tenía un referente de producción de 5 mil quintales, posteriormente en 2015 hubo una baja significativa debido a las plagas y caída del precio, llegando a cosecharse solo 2 mil sacos. Para finales del 2016 se espera un repunte con alrededor de 5 mil sacos como consecuencia del combate a las plagas y la renovación de plantíos.

Esta problemática se encuentra presente no sólo en el municipio de Pluma Hidalgo sino en toda la franja cafetalera de la zona de la Sierra Sur del estado de Oaxaca, la producción ha disminuido considerablemente al punto de reportar el menor nivel de productividad siendo 710 kg por hectárea. Lo anterior se traduce en lo siguiente:

<i>Producción anual de Café cereza en la Sierra Sur de Oaxaca (2015)</i>	<i>Productividad 710kg/ hectárea</i>	<i>1 kg. de café cereza equivale a 0.1841 Kg. de café verde.</i>
Cultivo	Producción (Toneladas)	Valor (miles de pesos)
Café Cereza	127,781.19	\$ 497,767.15

**TABLA 4. PRODUCCIÓN ANUAL DE CAFÉ CEREZA EN LA SIERRA SUR DE OAXACA (2015).
ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DEL SIAP.**

Los ingresos provenientes de la producción y comercialización del café en esta zona representan para la población hasta el 90% de los ingresos familiares de las comunidades cafeticultoras de la sierra sur de Oaxaca. El marcado aumento en los niveles de pobreza en las zonas cafetaleras de la región puede, adjudicársele a la progresiva erosión importante en la rentabilidad de la cafeticultura.

A pesar de lo desalentador del escenario existen oportunidades para mejorar la economía cafetalera. Haciendo una comparación de los ingresos obtenidos por la venta de café y los de los ingresos hipotéticos de la tabla 2 provenientes de la captación de turistas (1%,3% y 5%) se puede apreciar que la generación de alternativas como el turismo pueden llegar a contribuir a compensar la disminución de ingresos percibidos por las comunidades cafetaleras por la producción y comercialización del café pues el valor de la producción anual de café es de apenas \$497,767.15 mientras que la captación del 1% de los turistas que realizan turismo alternativo en la zona de la sierra sur de Oaxaca generaría ingresos por la cantidad de \$820,264, con esto se observa la importancia de la actividad turística como una estrategia para la mejora significativa de los ingresos de la población. Lo anterior permitirá a la población local no sólo asegurar un ingreso alternativo a la producción de café y reducir la incertidumbre de su situación económica y vulnerabilidad, sino que la consolidación de un proyecto turístico adecuado a futuro les permitirá captar un mayor número de turistas e incrementar sus ingresos, lo cual incidiría directamente en la mejora de la calidad de vida de la población.

4.4.3 Análisis de la competencia

En México existen infinidad de alimentos emblemáticos a lo largo de todo el territorio, estos alimentos llevan consigo una carga cultural y social, producto de un proceso histórico, el café es uno de estos productos. En nuestro país, el café se cultiva en 13 estados, y a pesar de que no todas las producciones son de la misma magnitud, todas son de excelente calidad y cada una de ellas cuenta con aspectos únicos que las diferencian unas de otras.

En los estados de mayor producción cafetalera como Veracruz, Chiapas, Puebla y Oaxaca la cafeticultura es una actividad de gran importancia para las comunidades

indígenas, no solo debido a que históricamente les ha permitido generar ingresos para subsistir, sino también porque forma parte del patrimonio de las comunidades, pues a partir del cultivo de café se generan formas de vida, organización, empleo, alimentación e incluso la configuración del paisaje y la biodiversidad.

Las zonas en las que se desarrolla la actividad cafetalera en nuestro país se reconocen como espacios con una gran riqueza paisajística, lo anterior debido a que además de localizarse en espacios remotos a alturas entre los 600 y los 1200 m.s.n.m. también son áreas con amplia cobertura forestal que sirven de hábitat para una gran cantidad de especies animales y vegetales.

En síntesis, las zonas cafetaleras en nuestro país cuentan con innumerables atractivos que han permitido el desarrollo y posicionamiento de productos turísticos diferenciados, generados a partir de su actividad productiva. En los estados de Veracruz, Chiapas y recientemente en Colima se han configurado rutas turísticas agroalimentarias en busca de satisfacer la emergente demanda del mercado por productos de turismo agroalimentario. Estas iniciativas turísticas son estrategias de desarrollo cuya finalidad es complementar a las actividades agrícolas a través de la generación de ingresos para las comunidades, estas iniciativas se dan a partir de dos vertientes, por una parte estos proyectos son financiados parcial o totalmente por el gobierno, a través de programas que buscan incrementar y fortalecer la oferta turística del país, por otro lado están las iniciativas auto gestionadas y financiadas por las organizaciones colectivas o empresarios privados, encaminados a la generación de ingresos que les permitan mejorar su calidad de vida y el mejor posicionamiento de su producto en el mercado.

Para el diseño de un circuito agroturístico, a partir del cultivo del café Pluma del municipio de Pluma Hidalgo, Oaxaca, se llevó a cabo una evaluación de los productos de turismo agroalimentario que representan una competencia directa debido a que están basados en producciones diferenciadas de café en el país, se identificaron cuatro rutas: la ruta de las fincas cafetaleras del Soconusco en Chiapas, la ruta del café Cómala en Colima, la ruta del café y la vainilla y la ruta aventura del café, ambas en el estado de Veracruz.

Para este estudio se realizó el análisis de las rutas correspondientes a los estados de Chiapas y Veracruz, lo anterior debido a su ubicación y cercanía con el estado de Oaxaca y a que ambas son producciones con sellos de calidad y las de mayor tamaño del país.

Ruta de las fincas cafetaleras del Soconusco.

Esta ruta se ubica en el estado de Chiapas en la región de las faldas del volcán Tacaná, esta región debido a sus condiciones climatológicas y características de suelos ofrece el espacio idóneo para el cultivo del café. Las Fincas que se establecen aquí son consecuencia de la colonización por parte de inmigrantes europeos (alemanes) en el siglo XIX, durante el periodo de declive de estas fincas y como una estrategia para su rescate y que permitiera la subsistencia de cerca de tres mil habitantes que dependían del cultivo y la comercialización del café chiapaneco, se pone en marcha el proyecto “La Ruta del Café” tras dos años de planeación.

Esta ruta es de iniciativa gubernamental y busca apoyar el desarrollo de las comunidades cafetaleras de la zona, a través del aprovechamiento de la denominación de origen del café chiapaneco como una ventaja competitiva para el desarrollo de este proyecto. La inversión fue hecha por el gobierno de estado de Chiapas y actualmente apoya con campañas de promoción a nivel nacional e internacional y la creación de infraestructura que permita el crecimiento del proyecto.

Este proyecto agroturístico se centra en la difusión de los procesos de producción de café, comprende un recorrido por las principales fincas: Hamburgo, Argovia, Irlanda y La Chiripa, todas adaptadas y equipadas para proveer de alimentos y hospedaje a los visitantes y ofrecen, además, actividades de turismo de aventura como el rafting, bicicleta de montaña, senderismo y observación de flora, entre otras. Para el posicionamiento de esta ruta el gobierno realiza campañas intensivas dirigidas al mercado nacional e internacional, a través de los sitios web estatales y de las redes sociales, participación en ferias, creación de eventos especiales y

festivales en las fincas, además, se incluyen en el catálogo nacional de las rutas alimentarias realizado por SECTUR.

La finca Hamburgo es la más visitada de las fincas y representa un elemento que aporta otra ventaja competitiva a la ruta pues, se cataloga como un hotel boutique de 4.5 estrellas capaz de atender a una demanda más sofisticada, con un precio por noche promedio de \$2,247.00, se ofertan recorridos que incluyen el transporte a las regiones circundantes, la entrada al museo del café, la entrada al beneficio de café y un bono por \$150.00 para la compra de productos de la ruta a un precio de \$650.00. Ofrece además transporte al aeropuerto, y una variada oferta gastronómica lo cual complementa su oferta y lo posiciona como la finca más visitada de la ruta.

Ruta del café y la vainilla.

Esta ruta se ubica en el estado de Veracruz en los municipios de Veracruz, Xico, Xalapa, Zempoala, Antigua, Papantla y Poza Rica. Es un proyecto gubernamental a cargo de la SECTUR, la Secretaría de Turismo de Veracruz y el Gobierno municipal, se encuentra inserto en el programa turístico de rutas alimentarias mexicanas. Esta ruta está encaminada a la promoción de los atractivos naturales del estado de Veracruz y de las producciones locales del café y la vainilla las cuales son poseedoras de una denominación de origen.

Cuenta con infraestructura desarrollada específicamente para este proyecto, además de que se promociona a través de un folleto disponible en las páginas estatales y nacionales de turismo el cual resulta una herramienta de gran ayuda para su promoción debido a que contiene un mapa con la ruta trazada, los puntos de interés en cada uno de los municipios que forman parte de la ruta, las actividades y los sitios de interés, las actividades y recursos gastronómicos de la región y además cuenta con un catálogo de productos y servicios que han sido certificados para la ruta, que incluye hoteles, museos y restaurantes además de los operadores autorizados y certificados para comercializar la ruta.

Esta ruta se promociona en redes sociales, páginas web de las Secretarías nacional y estatal de turismo, ferias turísticas, y en las páginas y redes sociales de los operadores turísticos certificados.

Ruta Aventura del café.

Esta ruta es también de iniciativa gubernamental y se suma a cinco ofertas más de su tipo que ofrece el estado para los visitantes, las cuales son: *Sabores al Natural*, *Aventura del Café*; *Salsa, Sones y Danzones*; *la Sierra del Café*; *Encanto Olmeca* y *Playas con aroma a vainilla*. Tiene lugar en los municipios de Huatusco, Coatepec, Córdoba, Emiliano Zapata, Fortín de flores, Totutla, Xico y Xalapa. Esta ruta ofrece conocer y ser parte del proceso de la recolección y el procesamiento del café y posteriormente realizar una cata guiada y degustar y comprar varios productos elaborados a base de café en las propias fincas (dulces, artesanías, jabones, cremas, galletas, entre otros). Este recorrido contempla también la visita a áreas de riqueza natural y cultural, además de las fincas cafetaleras y también la realización de actividades de turismo de aventura y de naturaleza. Los puntos más importantes de la ruta son el Pico de Orizaba, Córdoba, Amatlán de los Reyes y los viveros Fortín de las flores además se suman el arte popular y la gastronomía veracruzana la cual es de mucha tradición y riqueza, haciendo énfasis en los productos típicos de cada lugar.

La ruta se promociona a través de las redes sociales del estado de Veracruz y los sitios web de la SECTUR, y de la Secretaría de Turismo del Estado de Veracruz. El proyecto se suma a los esfuerzos de las autoridades gubernamentales por consolidar al estado de Veracruz como un destino de turismo diversificado, principalmente ante los ojos del turista nacional de la zona centro del país. Debido a lo anterior se han realizado alianzas estratégicas con la Secretaría de Turismo del Distrito Federal, con el objetivo de facilitar y fomentar el consumo de la ruta por parte de los habitantes de la ciudad de México, a través de convenios con líneas de autobuses y operadores que manejen viajes cortos desde el Distrito Federal hasta el estado de Veracruz para el consumo de la ruta.

Pluma Hidalgo, Oaxaca.

Al realizar un análisis comparativo podemos apreciar las similitudes presentes entre los proyectos de rutas cafetaleras: infraestructura, recursos, logística, capital social y político. Con base en lo anterior también podemos identificar las similitudes y diferencias con el proyecto de circuito agroalimentario del café Pluma: por una parte, la ubicación y las características del territorio dan como resultado un lugar de riqueza natural contenedor de gran biodiversidad y riqueza paisajística, cuenta con montañas, cascadas y diversas plantas endémicas. Además, en Pluma Hidalgo un elemento que agrega valor es el trabajo de la CONABIO para la generación de recorridos que permiten avistar especies endémicas de la región, lo que permite añadir actividades como avistamiento de aves a la oferta de actividades a realizar dentro del circuito.

Respecto a la actividad cafetalera, a pesar de no contar con una denominación de origen aún, el café Pluma ostenta certificaciones de calidad internacionales, como la orgánica, bird friendly, fair trade y producto gourmet, lo que ha permitido la colocación y reconocimiento del café Pluma a nivel internacional y recientemente a nivel nacional. Esta actividad cafetalera también ha generado una forma de vida específica para la población local, es una actividad con la que han crecido y en la que han estado involucrados toda la vida, lo anterior ha traído como consecuencia que el cultivo del café Pluma se convierta en un rasgo de la identidad para los habitantes de Pluma Hidalgo y por ende de la cultura del lugar.

Las fincas se ubican alrededor de la zona centro del poblado a una distancia no máxima de 20 minutos y son zonas de fácil acceso, se suman otros sitios de interés como el jardín botánico y mariposario, un invernadero de hierbas medicinales y un orquideario improvisado por una familia local.

La variedad de recursos con los que cuenta esta comunidad le brindan la oportunidad de generar una oferta diversa de actividades de turismo rural, lo cual resulta positivo pues se encuentra rodeado de destinos turísticos ya consolidados con una infraestructura ya desarrollada como Puerto Escondido y Huatulco, que reciben turismo de sol y playa y San José del Pacífico que recibe turismo de

aventura y de naturaleza, además de poblaciones semi urbanizadas, capaces de proveer de transporte, alimentos y todo tipo de insumos y requerimientos que la población local requiere para el desarrollo de la actividad turística.

Sumado a lo anterior otra ventaja es el interés de la población por participar en la actividad turística como un medio para mejorar su calidad de vida, a través de la obtención de mejores ingresos y para lograr el reconocimiento y la continuidad de la actividad cafetalera, a través de la difusión de la tradición que distingue al lugar. Este interés ha provocado iniciativas individuales por parte de finqueros quienes, con capital propio o con el apoyo de inversionistas privados han hecho de sus fincas, proyectos agro turísticos improvisados, algunos más sofisticados que otros que han logrado captar turistas paulatinamente y colocar a Pluma Hidalgo como un destino de turismo rural. Esta autogeneración de proyectos a nivel individual, ha generado también la creación de una oferta diversa capaz de captar turistas con diferentes presupuestos e intereses, lo cual representa una ventaja a la hora de hacer un recuento de las ventajas del proyecto del circuito agroturístico del café Pluma ante las otras rutas que configuran la competencia.

4.4.2 Análisis de la Oferta

CÉDULA NO. 6 LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO PARA LA OFERTA TURISTICA LOCAL.

Fincas cafetaleras.

N o.	Finca	Datos de identificación.	Descripción	Productos y servicios	Precios	Tiempo recibiendo turismo.
1	Finca Don Gabriel	Domicilio conocido, Col. San José Palo grande, 70901 Pluma Hidalgo, Oaxaca, México. www.fincadongabriel.com	Micro empresa con un proyecto ecoturístico basado en el cultivo de	Eco cabañas	De \$200.00 a \$800.00	8 años
				Proceso del café Pluma	\$80.00	

		Facebook: Finca Don Gabriel. Tel: +52 958 1070894	café, el territorio y la cultura del municipio de Pluma Hidalgo	Museo del café	Gratis	
				Restaurante (gastronomía mexicana tradicional)	Consumo promedio \$120.00	
				Recorrido por la Finca y los cafetales.	gratis	
				Áreas recreativas	Gratis	
				SPA	N/A	
				Venta de Café	\$140.00 Kg	
				Tirolesa	\$50.00	
2	Finca el Pacífico	Km. 204 Carretera Federal No. 175 Oaxaca- Puerto Ángel, Pluma Hidalgo, Oaxaca. México. www.fincaelpacifico.com Facebook: Finca El Pacifico. Tel: 958 1004025 958 1072053	Empresa familiar de gran tradición dedicada al cultivo de café Pluma Orgánico a través de métodos tradicionales.	Recorrido por la finca. (Reserva ecológica).	\$266.00	25 años
				Proceso del café Pluma	Incluido en el recorrido	
				Venta de café	\$160.00 Kg	
				Cafetería	Consumo promedio \$170.00	

3	Finca Margarita (Glamping)	Km. 47 Carretera a Pluma Hidalgo, 70960 Pluma Hidalgo, Oaxaca México. Facebook: Glamping Finca Margaritas Tel: 01951 204 5085	Luxury Camping	Campamento de lujo	No disponible	*** Próxima Inauguración
				Cursos de Bioconstrucción	\$2,900.00	
4	Finca El Chelín	Domicilio conocido, Candelaria, Loxicha, Oaxaca. Productor: Enrique López Aguilar	Empresa Familiar, 4° generación, café de excelencia "Loxicha"	Venta de café	205.00 kg	4 años
				Recorrido por la finca	\$85.00	
5	Eco Hotel Finca cafetalera El Refugio	Km. 19 Carretera costera federal libre 200 tramo Santa María Huatulco- Pluma Hidalgo 70960, Pluma Hidalgo, Oaxaca México. Facebook: Eco Hotel El Refugio Tel: 044 958 585 9069	Empresa de ecoturismo alternativo al café.	Hospedaje	De \$300.00 a \$600.00	18 años
				Senderismo	gratis	
				Observación de fauna y flora	gratis	
				Lunadas	\$80.00	
				Venta de Café	\$140.00 kg	
				Áreas recreativas	gratis	
				Restaurante (Gastronomía)	De \$55.00 a	

				oaxaqueña auténtica)	\$300.00	
6	Finca San Lucas	Francisco Javier Mina 70960 Pluma Hidalgo, Oaxaca, México. Facebook: Finca San Lucas Tel: 01951 271 7883	Empresa familiar, negocio heredado dedicado al cultivo del café pergamino y turismo alternativo, la finca cierra debido a los altos costos del café y la imposibilidad de mantener la finca abierta.	Venta de Café	\$89.00 kg	Solo abrió del 2006 al año 2008
				Procedimiento del café	\$35.00	
				Senderismo	Gratis.	
7	Finca la Gloria	Llano grande, Santa María Xadani, Pluma Hidalgo, Oaxaca, México. Facebook: Finca La Gloria Oaxaca. www.fincalagloriahuatulco.com 01 958 587 0697		Venta de Café	\$135.00	6 años
				Cascadas Rio Grande	\$25.00	
				Proceso del café	\$85.00	
				Mariposario Dan Buguid	incluido	

				Jardín de plantas medicinales.	incluido	
				Cabañas	\$250.00	
				Comedor	De \$35.00 a \$280.00	

CÉDULA 6. LISTA DE CONTROL PARA EL INVENTARIO PARA LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL.

4.4.4 Contratación de la oferta y la demanda

En la actualidad las rutas alimentarias constituyen estrategias de desarrollo local incipientes, en general, son proyectos que se benefician del flujo de turistas que acuden a destinos turísticos ya consolidados. El turismo alternativo, en específico el turismo agroalimentario es una actividad naciente en nuestro país, aun no existen cifras específicas sobre el consumo y los aspectos económicos de turismo alternativo y en menor medida de turismo alimentario.

En nuestro país, el mercado del turismo alimentario se encuentra en formación y por lo tanto las características de la demanda se encuentran en su mayoría indefinidas, en general este mercado busca productos de calidad que le brinden experiencias únicas asociadas a el entorno natural y patrimonio cultural, en este caso principalmente alimentos y productos alimentarios fuertemente vinculados al territorio. Actualmente la oferta de turismo alimentario en nuestro país es poco estructurada y limitada, existen iniciativas por parte de la SECTUR e iniciativas de productores que configuran la oferta de turismo alimentario en nuestro país, a pesar de que el número de empresas en el sector ha ido creciendo en los últimos años, la oferta sigue siendo insuficiente y poco variada.

Hablando específicamente de este proyecto se considera como demanda la cifra de turistas que practican turismo rural y alternativo en la zona e la sierra Sur de Oaxaca y el número máximo de turistas que se pueden captar por día.

NOMBRE DEL RECORRIDO DEL CIRCUITO AGROTURISTICO DE CAFÉ PLUMA	CAPCIDAD (NO.PAX)	TIEMPO	PERSONAS REQUERIDAS (personal)	RECORRIDOS POSIBLES POR DIA
Recorrido del café pluma 1	10	4 horas	2	3
Recorrido del café pluma 2	20	5.5 horas	2	3
Recorrido del café pluma 3	38	6 horas	3	1
TOTAL	128	N/A	7	7

TABLA 5. RECORRIDOS DEL CIRCUITO AGROTURÍSTICO DEL CAFÉ PLUMA. ELABORACIÓN PROPIA

Turistas que llegan a Huatulco	432,630
Turistas que realizan turismo rural y alternativo en la sierra sur de Oaxaca. (23.7%)	102,533
Turistas diarios que puede captar el circuito	128
Turistas semanales que puede captar el circuito	768
Turistas mensuales que puede captar el circuito	3072
Turistas anuales que puede captar el circuito	36,864
	35.9%

Basados en la actual oferta y en la capacidad de personas que se puede captar con los recorridos, se determinó que nuestra oferta puede captar 47, 808 turistas al año, lo que representa el 35.9% de la demanda actual.




TABLA 6. CONTRASTACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE TURISMO RURAL Y ALTERNATIVO. ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE SECRETARIA DE TURISMO DEL ESTADO DE OAXACA.

4.4.5 Proyección de ventas

La estacionalidad turística en Oaxaca está muy marcada, las fechas para la temporada alta en turismo se concentran en cuatro periodos: Dos semanas de semana Santa (marzo- abril), las dos semanas en las que se lleva a cabo la Guelaguetza (julio) que se acompaña de diversas exposiciones y ferias como la del mezcal y el quesillo y la última temporada que abarca diciembre y principios de enero.

Para el segmento de turistas nacionales las temporadas altas son Semana Santa y diciembre y para el segmento de turistas internacionales la temporada alta se considera el mes de junio, diciembre y principios de enero.

Meses	Consumo
Enero	\$6,835,533.33
Febrero	\$2,119,015.33
Marzo	\$6,835,533.33
Abril	\$6,835,533.33
Mayo	\$2,119,015.33
Junio	\$3,212,700.00
Julio	\$6,835,533.33
Agosto	\$3,212,700.00
Septiembre	\$2,119,015.33
Octubre	\$2,119,015.33
Noviembre	\$3,212,700.00
Diciembre	\$6,835,533.33

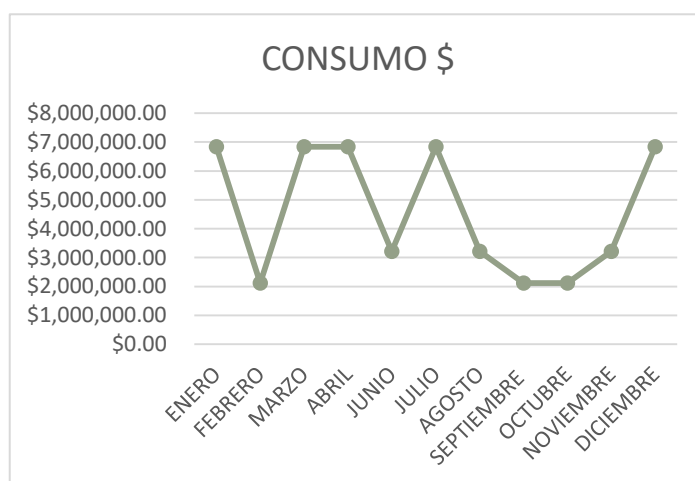
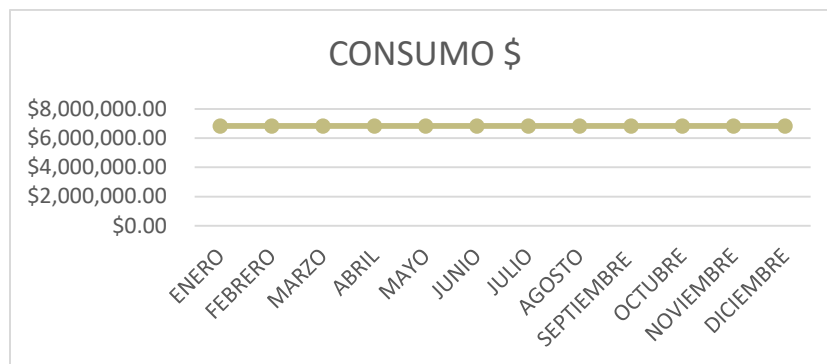


TABLA 7, GRAFICA 1. INGRESOS OBTENIDOS EN EL CONSUMO APARENTE ANUAL DE TURISTAS QUE REALIZAN ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL Y ALTERNATIVO EN LA ZONA DE LA SIERRA SUR DE OAXACA. ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS DE SECRETARIA DE TURISMO DEL ESTADO DE OAXACA.

Escenario Optimista:

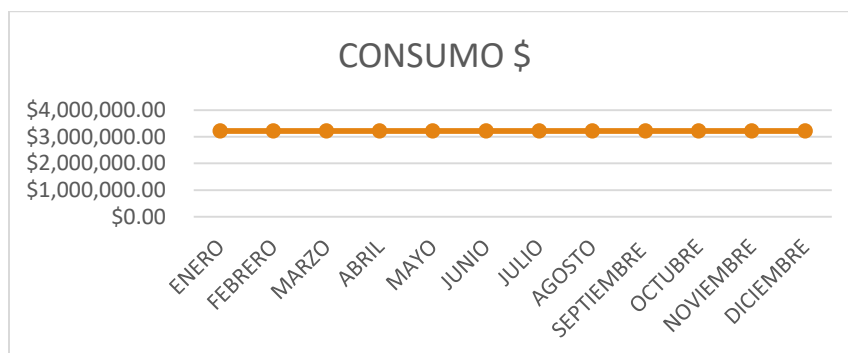
Para el escenario optimista se consideran las temporadas altas de actividad turística, tanto la que contempla al mercado nacional como la del mercado internacional, se considera la cifra total de ingresos obtenida en el consumo aparente anual de turistas que realizan actividades de turismo rural y alternativo en la zona de la sierra sur de Oaxaca y que son el mercado al cual se desea captar.



GRÁFICA 2. PROYECCIÓN DE VENTAS: ESCENARIO OPTIMISTA. ELABORACIÓN PROPIA.

Escenario Conservador:

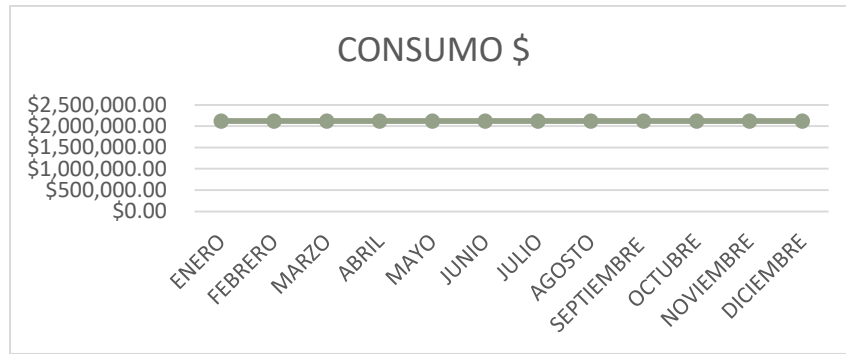
Para el escenario conservador se consideran las temporadas medias bajas de actividad turística, tanto la que contempla al mercado nacional como la del mercado internacional, se contempla la ocupación promedio en temporada baja que es de acuerdo con SECTUR (2016) 32% de la cifra total de ingresos obtenida en el consumo aparente anual de turistas que realizan actividades de turismo rural y alternativo en la zona de la sierra sur de Oaxaca y que son el mercado al cual se dirige el proyecto de circuito agroturístico del café Pluma.



GRÁFICA 3. PROYECCIÓN DE VENTAS: ESCENARIO CONSERVADOR. ELABORACIÓN PROPIA

Escenario Pesimista:

Para el escenario Pesimista se consideran las temporadas bajas de actividad turística, tanto la que incluye al mercado nacional como la del mercado internacional, se contempla la ocupación promedio en temporada baja que es de acuerdo con SECTUR 21% de la cifra total de ingresos obtenida en el consumo aparente anual de turistas que realizan actividades de turismo rural y alternativo en la zona de la sierra sur de Oaxaca.



GRÁFICA 4. PROYECCIÓN DE VENTAS: ESCENARIO CONSERVADOR. ELABORACIÓN PROPIA

4.4.6 Plan de Mercadotecnia



ILUSTRACIÓN 16. PLAN DE MERCADOTECNIA. ELABORACIÓN PROPIA.

Producto:

El circuito agroturístico del café Pluma es un proyecto de agroturismo que tiene como eje el proceso de producción transformación del grano desde la recolección de la cereza hasta que llega a la taza. El turista recorre caminos entre la sierra de

Oaxaca al encuentro de las 7 fincas con instalaciones para la atención de los visitantes. En ellas y sus alrededores pueden practicarse senderismo, observación e identificación de flora y fauna, bicicleta de montaña, paseos a caballo, identificación de los procesos de producción de café y de la floricultura, entre otras actividades. Dependiendo de los intereses del turista y el tamaño del grupo el circuito se compone de tres tipos de recorridos que buscan adaptarse a las necesidades específicas del mercado, estos recorridos parten del mismo sitio y coinciden en algunos puntos, los que se consideran representativos.

Cada recorrido tiene una propuesta distinta en función de los intereses del segmento y el número de turistas que se desea captar, la decisión de que se planteen como recorridos de un circuito y no una ruta en sí, es debido a que carecen de la fuerza temática y organizativa para plantear la misma. En un futuro se buscaría concretar un proyecto de ruta turística siempre y cuando las condiciones de la organización y la respuesta del mercado permitan la generación de una propuesta de mayor valor.

A continuación, se presentan los itinerarios de los recorridos del circuito agroturístico del café Pluma y su correspondiente costeo, para obtener el costo de los recorridos se plantea en los primeros dos recorridos, la renta de las vans para transportar a los grupos de turistas, estas camionetas pertenecerán al gremio de transportistas del mismo municipio de Pluma Hidalgo.

Para el tercer recorrido se plantea el uso del autobús mismo en el que llegan los turistas para el recorrido, lo anterior se pactara desde un comienzo con la operadora misma que viene con el grupo de turistas y debido al tamaño del grupo el recorrido tendrá lugar en una de las fincas más grandes y dentro de la cual se pueden realizar varias actividades propias del circuito.

Recorrido 1.

DURACIÓN	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES	TIEMPO
4 horas	Visita centro de Pluma Hidalgo	En el centro del municipio se ubica la iglesia, el mercado, expendios de café y dos restaurantes en los cuales se pueden	Recorrido, compra de café y artesanías.	25 minutos

		consumir café y chocolate de la región		
	Visita al Orquídeario	Casa de “Lady Orquídea”, cuenta con una colección de orquídeas y plantas exóticas en su hogar.	Apreciación de flora exótica. Toma de Fotografías Apreciación de proceso de polinización.	40 minutos
	Visita cascada Arcoíris	Cascada de más de 70 metros de altura, ubicada camino a la Agencia de Magdalena.	Breve explicación sobre la cascada. Toma de fotografías.	40 minutos
	Visita Finca El Pacifico	Finca más famosa de Pluma Hidalgo, extensos cultivos de café, café de reconocimiento mundial y área natural protegida.	Recorrido por los cafetales. Plantación de un cafetal. Explicación del proceso de recolección, fermentado, secado y tostado del café. Degustación del café Finca EL Pacifico.	2 horas
	Regreso al centro del pueblo.		Agradecimiento y despedida. Final del recorrido.	15 minutos

TABLA 8. RECORRIDO 1. CIRCUITO AGROTURÍSTICO DEL CAFÉ PLUMA 1. ELABORACIÓN PROPIA.

	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
			10 pax
Renta de la camioneta	1	\$600	\$600
Guía turístico folletos	2	\$93.75	\$187.5
	1	0	0
Recorrido por la finca	1	\$12	\$120
Degustación	1 menú	\$60	\$600
Total			1,508

TABLA 9. COSTEO RECORRIDO 1 DEL CIRCUITO AGROTURÍSTICO DEL CAFÉ PLUMA.

Para el costeo del primer recorrido se consideró la renta de las camionetas, pero solo el uso del combustible debido a que las camionetas forman parte de las estrategias de apoyo de las autoridades municipales al gremio de transportistas, el costo del recorrido por la finca se usara para cubrir el costo de las plántulas de café que serán trasplantadas por los turistas como parte de las actividades del recorrido, se contemplan los sueldos de los guías y el costo de la degustación.

Recorrido 2.

DURACIÓN	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES	TIEMPO
5.5 horas	Visita centro de Pluma Hidalgo	En el centro del municipio se ubica la iglesia, el mercado, expendios de café y dos restaurantes en los cuales se pueden consumir café y chocolate de la región	Recorrido, compra de café y artesanías.	25 minutos
	Visita al Orquídeario	Casa de “Lady Orquídea”, cuenta con una colección de orquídeas y plantas exóticas en su hogar.	Apreciación de flora exótica. Toma de Fotografías Apreciación de proceso de polinización.	40 minutos
	Visita cascada Arcoíris	Cascada de más de 70 metros de altura, ubicada camino a la Agencia de Magdalena.	Breve explicación sobre la cascada. Toma de fotografías.	20 minutos
	Caminata a miradores	Miradores Querétaro y el Venado. Ubicados en lo alto del cerro de la pluma, otorgan una vista panorámica de la sierra sur de Oaxaca.	Caminata corta. Toma de fotografías.	1 hora 40 minutos.
	Visita Finca Don Gabriel	Finca Hotel en excelente estado de conservación, construcción sustentable a base de bambú, cuenta con un restaurante de comida mexicana, un museo y un pequeño mirador.	Visita a museo del café. Recorrido por las instalaciones de la hacienda Comida (Plato Oaxaqueño, agua de fruta de temporada, café Pluma/Chocolate oaxaqueño)	2 horas

	Regreso al centro del pueblo.		Agradecimiento y despedida. Final del recorrido	15 minutos
--	-------------------------------	--	--	------------

TABLA 10. RECORRIDO 2. RUTA DEL CAFÉ PLUMA 2. ELABORACIÓN PROPIA.

	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
			20 pax
<i>Renta de la camioneta</i>	1	\$600	\$600
<i>guía turístico</i>	2	\$93.5	\$187
<i>Folletos</i>	1	0	0
<i>Recorrido finca Don Gabriel</i>	1	0	0
<i>Comida</i>	1 menú	\$75	\$1,500
<i>Total</i>			\$2,287

TABLA 11. COSTEO RECORRIDO 2 DEL CIRCUITO AGROTURÍSTICO DEL CAFÉ PLUMA.

Para el costeo del recorrido número dos se consideró la renta de las camionetas, pero solo el uso del combustible al igual que en el primer recorrido y se contemplan los sueldos de los guías y el costo de la comida.

Recorrido 3.

DURACIÓN	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES	TIEMPO
6 horas	Visita centro de Pluma Hidalgo	En el centro del municipio se ubica la iglesia, el mercado, expendios de café y dos restaurantes en los cuales se pueden consumir café y chocolate de la región	Recorrido, compra de café y artesanías.	25 minutos
	Visita al Orquídeario	Casa de "Lady Orquídea", cuenta con una colección de orquídeas y plantas exóticas en su hogar.	Apreciación de flora exótica. Toma de Fotografías Apreciación de proceso de polinización.	40 minutos
	Visita cascada Arcoíris	Cascada de más de 70 metros de altura, ubicada camino a la Agencia de Magdalena.	Breve explicación sobre la cascada. Toma de fotografías.	20 minutos

	Visita Finca La Gloria	Finca poseedora de una gran extensión, cuenta con cultivos de café, cacao, guanábana, un mariposario, un jardín de plantas medicinales, una cascada y un restaurante de comida oaxaqueña.	Recorrido por la finca visitando el mariposario y el jardín botánico. Visita a la cascada (nadar) Comida: (sopa, tlayudas, mole coloradito, agua de fruta de temporada, café Pluma.	4 horas
	Regreso al centro del pueblo.		Agradecimiento y despedida. Final del recorrido	15 minutos

TABLA 12. RECORRIDO 3. RUTA DEL CAFÉ PLUMA 3. ELABORACIÓN PROPIA.

	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
			38 pax
<i>Autobús turístico</i>	0	38	0
<i>Guía turístico</i>	3	\$187	\$561
<i>Folletos</i>	40	0	0
<i>Recorrido por finca La Gloria</i>	1	0	0
<i>Comida</i>	1 menú	\$98	\$3,724
<i>Total</i>			\$4,285

TABLA 13. COSTEO RECORRIDO 2 DEL CIRCUITO AGROTURÍSTICO DEL CAFÉ PLUMA.

Para el costeo del recorrido número tres se considera el uso del autobús en el que llegan los turistas, previo acuerdo con la operadora turística que los lleva Pluma Hidalgo, se contemplan los sueldos de los guías y el costo de la comida.

Posteriormente se realiza un estimado de los costos operativos de los recorridos, se realiza a partir de los recorridos considerados en la planeación de la prestación de servicios, se considera el total de recorridos anual y el costo del segundo recorrido que es el más alto de los tres (descontando el salario de los guías), lo anterior con el objetivo de tener un margen más real de los gastos. Posteriormente se determina el promedio de recorridos mensual y el costo promedio de los mismos, así como el costo operativo de los recorridos a tres meses.

<i>Total, de recorridos anual</i>	607
<i>Promedio de recorridos mensual</i>	50.58
<i>Costo promedio por recorrido</i>	\$442.50
<i>Costo operativo mensual de recorridos</i>	\$22,383.125
<i>Costo operativo de recorridos a 3 meses</i>	\$67,149.375

TABLA 14. ESTIMADO DE LOS COSTOS OPERATIVOS DE LOS RECORRIDOS MENSUAL Y A TRES MESES.

Este cálculo servirá más adelante para calcular la inversión inicial del proyecto y obtener la cifra real de utilidades de la operación del circuito agroturístico del café Pluma.

Estrategia de Posicionamiento:

La diferenciación, la calidad y el precio competitivo serán las estrategias de las que hará uso la empresa para asegurar una entrada exitosa al mercado de las rutas alimentarias del café en el área del sureste del país.

Plaza:

La comercialización del producto se llevará a cabo en Huatulco y Puerto Escondido a través de las agencias de viajes de la zona, lo anterior debido a que uno de los objetivos del proyecto es captar parte de la afluencia de turistas que se dirige hacia Huatulco y Puerto Escondido. En el resto del país y de manera internacional el producto se hará llegar a los clientes a través de las redes sociales de la empresa y agencias turísticas especializadas.

Promoción:

Para promocionar el producto la herramienta principal serán las redes sociales, una página de Facebook y un perfil de Twitter como las más importantes debido al alcance de estas redes. En segundo plano las agencias de viajes de turismo del estado de Oaxaca y en específico las de Huatulco y Puerto Escondido ya que son los destinos con cercanos y que cuentan con una alta captación de turistas tanto nacionales como internacionales.

Con el objetivo de mejorar la promoción y posicionamiento del circuito se llevará a cabo la creación de convenios con algunos de los hoteles all inclusive ubicados en Bahías de Huatulco en los cuales se permitirá la venta a los huéspedes los recorridos a Pluma Hidalgo. Para la creación de estos convenios se consideran los hoteles con mayor afluencia en la zona y que ya se encuentran ofertando tours fuera de la zona hotelera y que además reciban turismo nacional e internacional que se ajuste al mercado al que el circuito se dirige. Los hoteles que se proponen para la venta de los recorridos del circuito agroturístico del café Pluma son los siguientes:

HOTEL	UBICACIÓN
Dreams Huatulco Resort & Spa	Blvd. Benito Juárez 4, Bahía de Tangolunda, 70989 Bahías de Huatulco, Oax.
Hotel Las Brisas Huatulco	Blvd. Tangolunda, Lote 1, Bahía de Tangolunda, 70989 Bahías de Huatulco, Oax.
Hotel Barceló Huatulco	Paseo Benito Juárez, s/n, Bahía de Tangolunda, 70989 Huatulco, Oax
Secrets Huatulco Resort & Spa	Blvd. Benito Juárez #4 Lt. 8, Bahía de Conejos, 70989 Bahías de Huatulco, Oax.
Camino Real Zaashila Huatulco	Boulevard Benito Juárez 5, Bahía de Tangolunda, 70989 Bahías de Huatulco, Oax.

TABLA 15. HOTELES QUE SE PROPONEN PARA LA VENTA DE LOS RECORRIDOS DEL CIRCUITO AGROTURÍSTICO DEL CAFÉ PLUMA

Al ser una iniciativa encaminada a el desarrollo de la comunidad y habiendo establecido un precio que permite cubrir la logística y los gastos operativos del circuito, el convenio con los hoteles se establecería respetando el precio del producto en su totalidad y permitir a ellos incrementar el precio el turista hasta en un 30% con el fin de que les resulte atractivo a ellos como empresa y al mismo tiempo al turista.

Estrategias de Promoción:

- Campaña a través de redes sociales: Apertura de un perfil en Facebook, Instagram y Twitter con el objetivo de mantener actualizada la información del circuito para los usuarios, además de esta manera

los usuarios tendrán disponible la información para consultarla y compartirla, lo cual resulta en publicidad indirecta para el proyecto.

- Participación en ferias turísticas de la Secretaria de Turismo: Para promover el circuito se plantea la participación en ferias organizadas por la Secretaria de Turismo con el objetivo de mejorar el alcance e incrementar la exposición del proyecto no sólo a los turistas sino también a las empresas del entorno turístico como agencias de viajes, proveedores, promotoras turísticas, asociaciones del ramo turístico entre otras.

Precio:

El precio se establece de manera tentativa con base en los precios de los productos similares, en este caso las rutas en Chiapas y Veracruz y como una estrategia de entrada al mercado a través de la oferta de nuestro producto a un precio competitivo, lo anterior con el objetivo de captar el mercado sensible al precio que visita Huatulco y Puerto Escondido y que busca una alternativa a las actividades de sol y playa

El precio ideal para la entrada al mercado se determinó en \$820.00, por cada uno de los recorridos descritos anteriormente, este precio que permite a la empresa costear la producción del servicio y obtener una ganancia que permita al negocio ser rentable y al mismo tiempo adecuado para el sector de mercado al que se dirige nuestro negocio.

Políticas de Precios:

- Planes de crédito: Cuando se realiza una venta y el cliente tiene la opción de pagar con tarjeta de crédito a meses sin intereses.
- Programa de recompensas: cuando el cliente realiza una compra por segunda vez se le ofrece una recompensa, desde alguna actividad extra sin costo o si ya es recurrente hasta noches de hospedaje gratis.

Servicio:

Además de la personalización y la autenticidad ya descritas anteriormente se propone integrar el Tourism Destination Management al producto como un servicio a través del cual se cumple con una importante parte del control de impactos

ambientales del turismo. A través de este servicio se oferta al consumidor un producto sustentable y con directas implicaciones en la conservación y cuidado de los recursos naturales y culturales del lugar que visita.

Marca:

Se propone retomar el logo de la secretaria de turismo de pluma hidalgo, con el objetivo de incorporar sus esfuerzos y avances al proyecto. Este logotipo estará presente en folletos, carteles, imágenes, uniformes y en todos los artículos relacionados con el circuito agroturístico de Pluma Hidalgo.

Se pondrán a consideración los dos logos existentes actualmente, el primero corresponde al logo que anteriormente se utilizó para el planteamiento de la ruta del café únicamente en el municipio de Pluma Hidalgo y el segundo es el que actualmente se utiliza para la promoción y comercialización de la Ruta del café Pluma: Aromas de la sierra Sur que actualmente incluye 8 municipios de la zona, entre los cuales se encuentra Pluma Hidalgo.



ILUSTRACIÓN 17. LOGOTIPOS DE TURISMO PLUMA HIDALGO. ELABORACIÓN DEL MUNICIPIO DE PLUMA HIDALGO.

4.5 Estudio técnico

4.5.1 Descripción del proceso de prestación del servicio.

Proceso con las empresas dentro de la asociación de circuito agroturístico del café Pluma.

En este apartado se muestra cual tendrá que ser el proceso que se tendría que seguir cuando los interesados en pertenecer a la asociación soliciten la membresía.

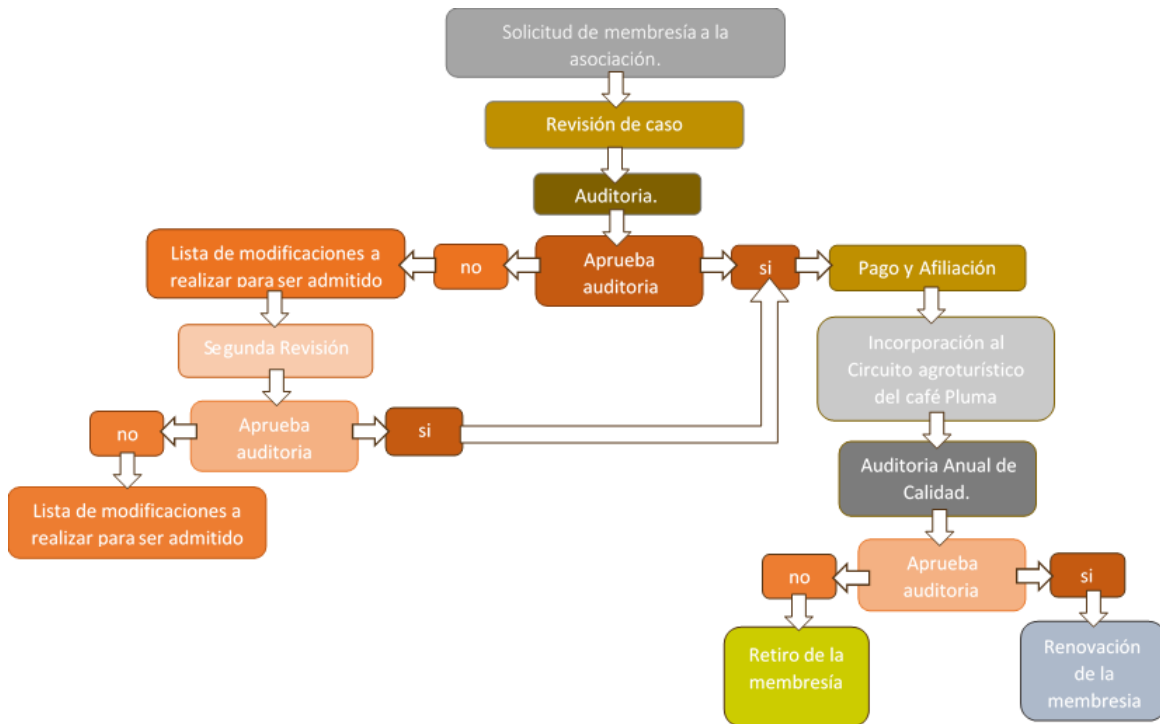


DIAGRAMA DE FLUJO 1. PROCESO CON LAS EMPRESAS DE LA ASOCIACIÓN. ELABORACIÓN PROPIA.

Durante los primeros años la membresía tendrá que renovarse cada año y posteriormente cada dos, lo anterior como medida para la continuidad de la calidad en los establecimientos asociados al circuito.

2. Proceso de Atención al cliente.

A continuación, se presenta el proceso de atención al cliente, será atendido por el encargado de ventas dentro de la asociación y como ya se había mencionado anteriormente será atención personalizada, cálida y con la intención de establecer una relación a largo plazo con el cliente.

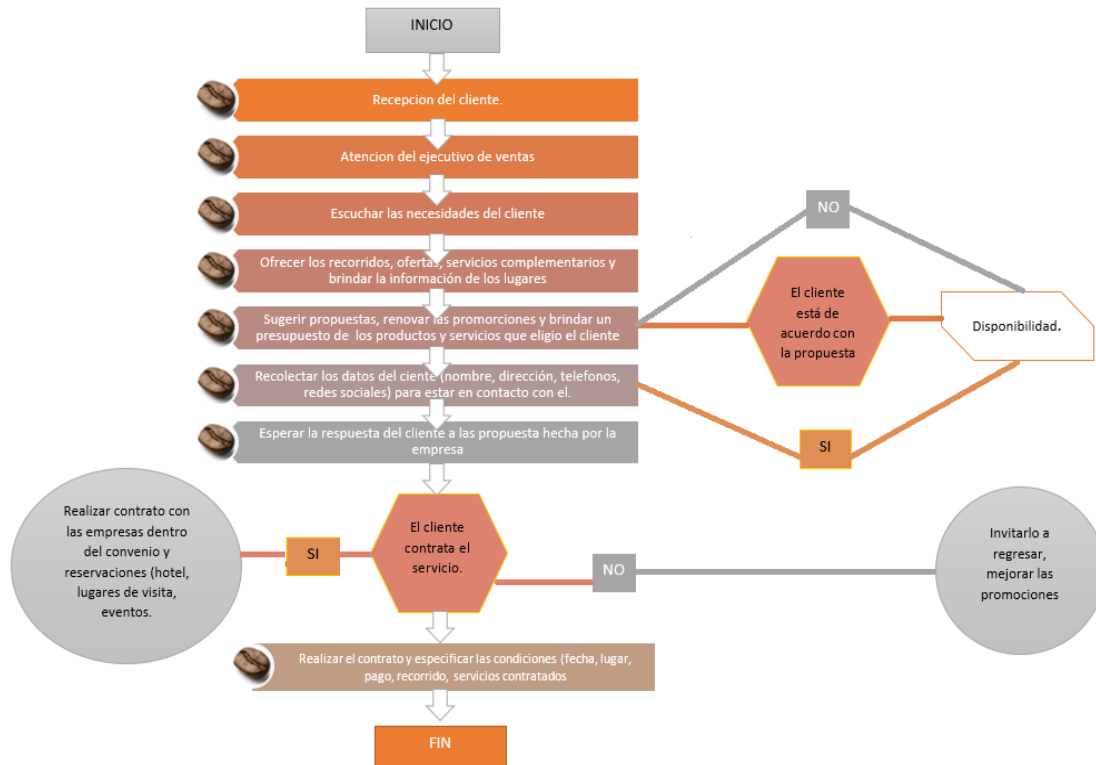


DIAGRAMA DE FLUJO 2. SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. ELABORACIÓN PROPIA.

2. Proceso de atención durante el circuito.

Este diagrama representa cual será el proceso de atención al cliente, comprende la preparación previa a la llegada del cliente que tomará cualquiera de las rutas, el servicio durante el recorrido y el trabajo posterior a la partida del cliente con la entrega de reportes.

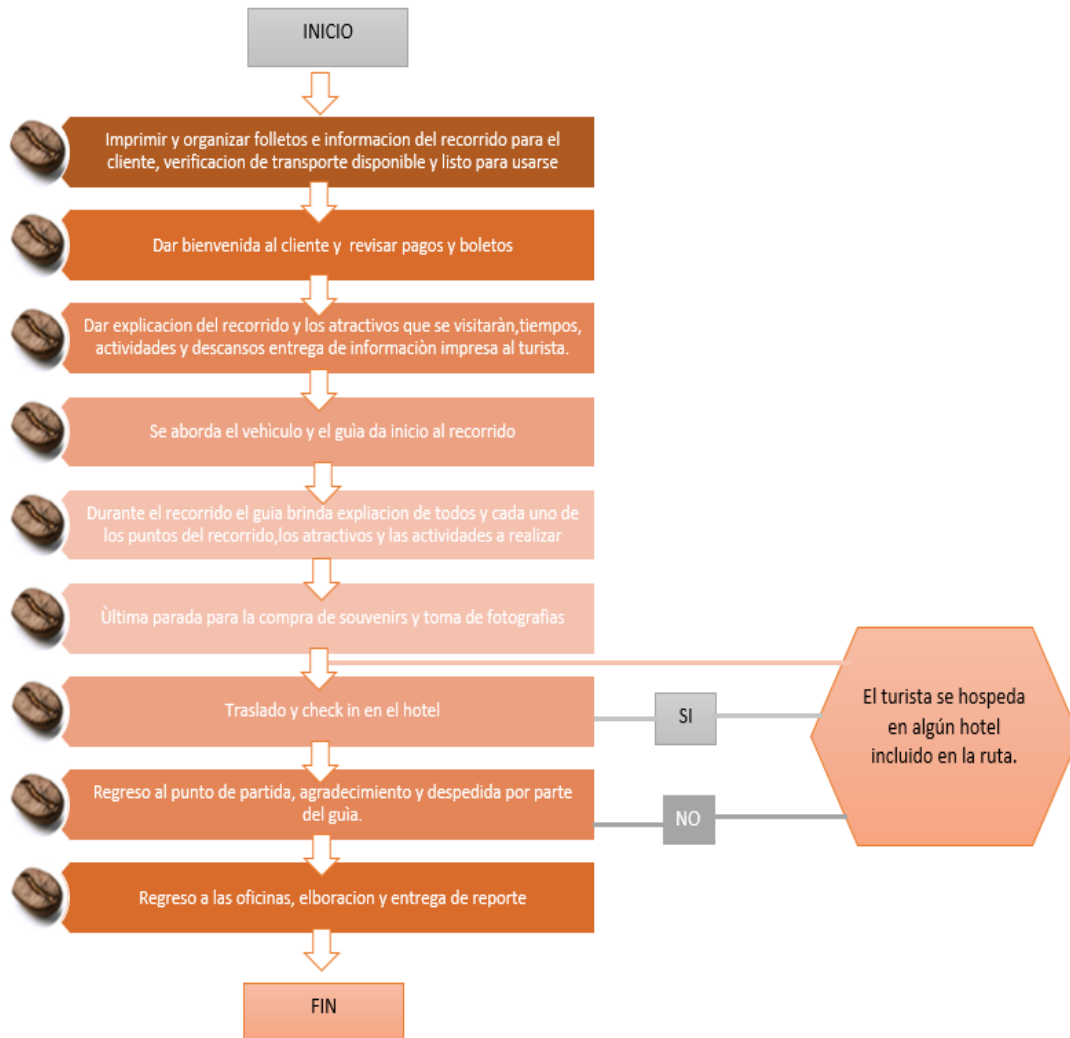


DIAGRAMA DE FLUJO 3. PROCESO DE ATENCIÓN DURANTE LAS RUTAS. ELABORACIÓN PROPIA.

4.5.2 Determinación de la capacidad de producción.

RECORRIDO DEL CIRCUITO	Ruta café pluma 1	Ruta café pluma 2	Ruta café pluma 3	TOTAL
CAPACIDAD	10 personas	20 personas	38 personas	128 personas
PERSONAL REQUERIDO	2	2	3	7
RECORRIDOS POR DIA	3	3	1	7

TABLA 16. DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN. ELABORACIÓN PROPIA.

Retomando datos de la tabla 5 y de acuerdo con las condiciones de las instalaciones y los espacios en los que se llevarán a cabo las actividades del circuito, se determina que la capacidad máxima de la empresa es de atender un total de 128 turistas por día, y la realización de 7 recorridos diarios operados por un total de 7 personas.

4.5.3 Descripción de la infraestructura y equipamiento

Debido a la naturaleza del proyecto la asociación desempeñará el papel de una integradora turística la cual, a través de la formación de figuras de acción colectiva dirigirá los esfuerzos y las actividades de las empresas y pequeños productores en el ámbito turístico a la creación de un proyecto de agroturismo competitivo generado a partir de una planeación estratégica.

La asociación brindará servicios profesionales de asistencia, capacitación, certificación, promoción y comercialización del circuito a sus integrados y a sus empresas afiliadas para que las organizaciones económicas rurales integradas y/o afiliadas, no trabajen aisladas y se diluyan ante la creciente competencia y la complejidad de los mercados.

Para desempeñar las funciones nombradas anteriormente, la asociación requerirá de montar una oficina en la cual llevará a cabo las actividades correspondientes a una integradora, esta oficina deberá contar con el equipo y los insumos necesarios para el correcto desarrollo de sus funciones, los requerimientos se enlistan a continuación:

Concepto	Descripción	Proveedor	Cantidad	Periodicidad	Costo
<i>Oficina</i>	De una planta construida en cemento y tabicón, piso de loseta y ubicada en el centro del municipio, tres oficinas y una pequeña sala para recibir a los turistas.	El espacio designado a la oficina se rentará al dueño de la cafetería la “Bóveda del café” debido a que él cuenta con un local libre a un costado de su cafetería.	1	Mensual	\$4,000

TABLA 17. DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO: OFICINAS.

Instalación	Proveedor	Periodicidad	Costo
Agua y drenaje	Ayuntamiento de Pluma Hidalgo.	Anual	\$772.00
Electricidad	Comisión Federal de Electricidad, Ayuntamiento Pluma Hidalgo	Bimestral	\$623.50
Servicio de telefonía e internet	TELMEX	Mensual	\$450.00

TABLA 18. DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO: INSTALACIONES.

Concepto	Descripción	Proveedor	Cantidad	Precio unitario	Total
<i>Equipo de computo</i>	All-in-One 20-c019la.	HP	1	7,999.00	15,998.00
<i>Impresora</i>	Impresora Todo en Uno HP OfficeJet Pro 8710	HP	1	3,100.00	3,100.00
<i>Terminal punto de venta</i>	Instalación y equipo	Banco azteca	1	800.00	
<i>Muebles de oficina</i>	Paquete: 3 escritorios y sala de recepción.	Muebles para oficina SA. de CV.	1	6,500.00	6,500.00

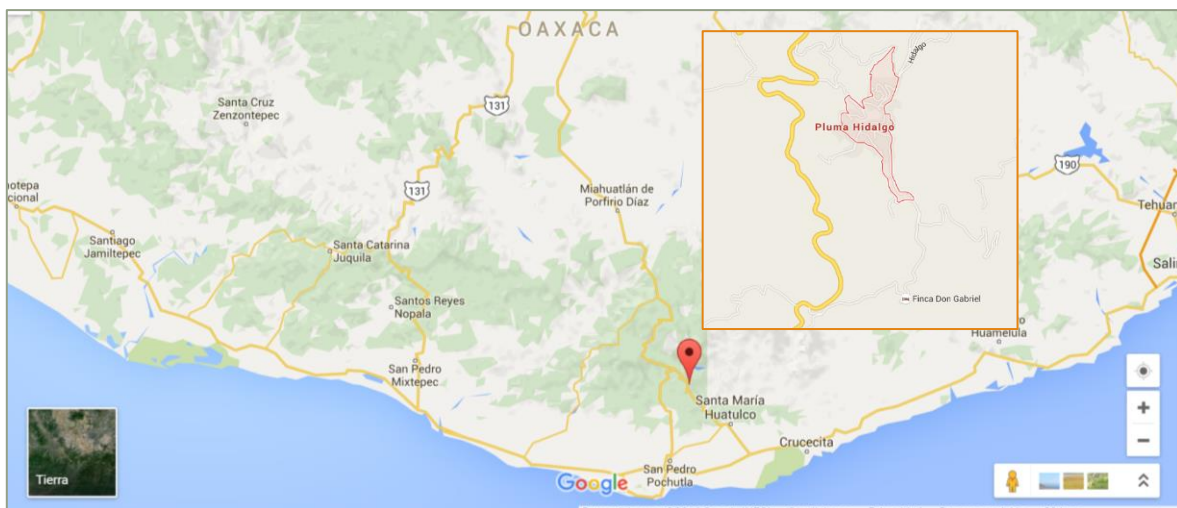
TABLA 19. DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO: MAQUINARIA Y EQUIPO

Concepto	Descripción	Proveedor	Cantidad	Periodicidad	Costo
Papelería y artículos de lapiceros, grapas, oficina	Hojas de papel. Grapas, bolígrafos, cartuchos para impresora,	Papelería local.	paquetes de hojas (100). Dos paquetes de bolígrafos (10 pzas.) 1 paquete de lápices (12pzas. 1 paquete de cartuchos.	Mensual	1,250.00
Artículos e insumos de limpieza	Desinfectante, escobas, Limpia pisos cubetas, jergas.	Expendio local.	1 desinfectante, 1 limpia pisos, una jerga, una cubeta.	Mensual	200.00
Material de promoción	Trípticos, guías, itinerarios, folletos y posters	Secretaria de Turismo de Pluma Hidalgo		Mensual	N/A
Combustible Y Gastos de transporte	gasolina	Gasolinera local (PEMEX)	100 litros	Mensual	1750.00

ILUSTRACIÓN 18. DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO: INSUMOS

4.5.4 Diseño, distribución y ubicación de las oficinas.

Las oficinas se ubican en el centro del municipio de Pluma Hidalgo en el Estado de Oaxaca:



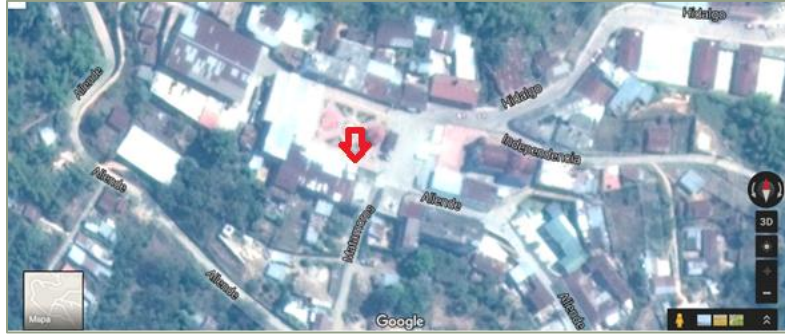


ILUSTRACIÓN 19. UBICACIÓN DE LAS OFICINAS DEL PROYECTO. GOOGLE MAPS.

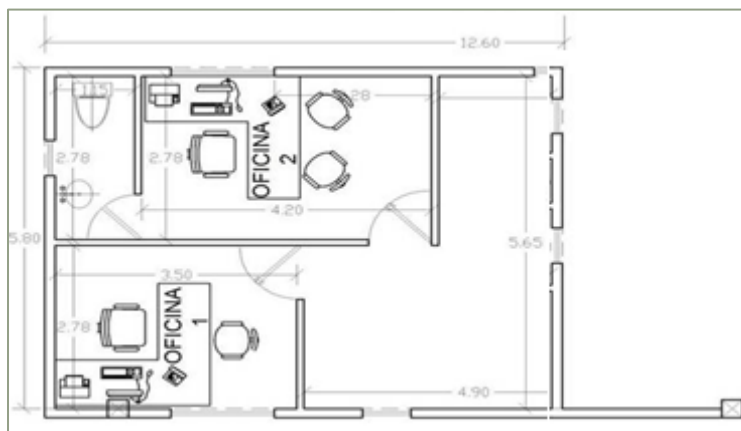


ILUSTRACIÓN 20. LAY OUT OFICINAS. ELABORACIÓN PROPIA.

Las oficinas se encuentran en el centro del municipio de la comunidad con dirección Plaza principal S/N Pluma Hidalgo, Oaxaca.

4.5.6 Diseño del circuito.

El circuito agroturístico del café Pluma se conforma de tres recorridos, los tres cubren al principio paradas en los puntos representativos del municipio de Pluma Hidalgo (centro del pueblo, orquideario y cascada), a partir de la cascada cada uno de los recorridos se dirige a las tres haciendas principales integradas al proyecto: Finca El Pacífico, Finca Don Gabriel y Finca la Gloria, en las cuales se realizan actividades dirigidas a satisfacer diversos gustos y expectativas de los turistas.



ILUSTRACIÓN 21. DISEÑO DEL CIRCUITO: RUTA 1. ELABORACIÓN PROPIA



ILUSTRACIÓN 22. DISEÑO DEL CIRCUITO: RUTA 2. ELABORACIÓN PROPIA.



ILUSTRACIÓN 23. DISEÑO DEL CIRCUITO: RUTA 3. ELABORACIÓN PROPIA



TABLA 20. MAPA DE ATRACTIVOS DEL CIRCUITO AGROTURÍSTICO DEL CAFÉ PLUMA (ELABORADO CON BASE EN EL MAPA DE RECURSOS TURÍSTICOS DE LA RUTA DEL CAFÉ PLUMA: AROMAS DE LA SIERRA SUR).

4.5.7 Programa de prestación de servicios

A partir del escenario conservador realizado en la proyección de ventas se llevó a cabo un programa de prestación de servicios para los tres recorridos del circuito durante la etapa de promoción y colocación del proyecto en el mercado.

	<i>Recorrido 1</i>	<i>Recorrido 2</i>	<i>Recorrido 1</i>
<i>Enero</i>	30	36	12
<i>Febrero</i>	9	12	4
<i>Marzo</i>	30	36	12
<i>Abril</i>	30	36	12
<i>Mayo</i>	9	12	4
<i>Junio</i>	15	18	6
<i>Julio</i>	30	36	12
<i>Agosto</i>	15	18	6
<i>Septiembre</i>	9	12	4
<i>Octubre</i>	9	12	4
<i>Noviembre</i>	15	18	6
<i>Diciembre</i>	30	36	12

TABLA 21. PROYECCIÓN DE VENTAS EN NÚMERO DE RECORRIDOS, ELABORACIÓN PROPIA.

A continuación, se presenta una gráfica en la cual se puede apreciar mejor las altas y bajas del programa de prestación de servicios, se observa un menor consumo del recorrido numero 3 debido a la magnitud y características del mismo, mientras que los recorridos uno y dos son los de mayor venta debido a que ocupan menos tiempo y se pueden realizar varios por día.

Otro elemento que se puede apreciar es el incremento y la disminución de la afluencia en las temporadas altas y bajas, ante las ultimas habría que plantear estrategias que contribuyan a mantener un flujo constante de turistas con el objetivo de mantener a flote el proyecto del circuito.



GRAFICA 5. PROGRAMA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS. ELABORACIÓN PROPIA.

4.6 Estudio administrativo

4.6.1 Estructura Organizacional.

4.6.1.1 Áreas funcionales.

En la siguiente tabla se muestran las áreas funcionales contempladas para la asociación, se describen sus actividades, periodicidad el tiempo, se consideraron solo las necesarias con el objetivo de no generar costos extras para la organización y para el proyecto.

AREA	ACTIVIDADES	PERIODICIDAD Y TIEMPO
Gerencia	Monitoreo de todas las áreas de la empresa Supervisión de procesos Contacto con socios y autoridades	Diario Diario
Administración	Selección y contratación del personal Control de ingresos y egresos de la empresa (contador externo) Establecimiento de salarios, prestaciones y concesiones a los empleados Cronograma de actividades de la empresa Tramites de la empresa.	Cuando es necesario Diario Cada renovación de contratos Cada mes Cuando es necesario
Ventas	<ul style="list-style-type: none">• Comercialización de los servicios de la integradora• Atención al cliente• Actualización y monitoreo de las redes sociales• Generación de estrategias de ventas• Publicidad de la empresa• Establecimiento de convenios con otras empresas de servicios complementarios al nuestro	Diario
Departamento de operaciones	<ul style="list-style-type: none">• Encargados del transporte durante los tours• Guías en los recorridos• Preparan material e información que se entregara al turista.	Diario
Contador (externo)	Se encuentra a cargo de la contabilidad y las finanzas de la empresa	Diario

<p>Agente de Viajes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planea y elabora itinerarios • Hace reservaciones en hoteles y eventos para los clientes. • Aconseja al cliente • Conoce horarios de funcionamiento de los establecimientos y el transporte, fechas de eventos especiales • Venta de servicios de viajes 	<p>Cuando es Necesario</p>
--------------------------------	--	----------------------------

TABLA 22. ÁREAS FUNCIONALES DEL NEGOCIO. ELABORACIÓN PROPIA

4.6.1.2 Organigrama

A continuación, se muestra la representación gráfica de los puestos y jerarquías del personal de las áreas funcionales descritas anteriormente y que será necesario para el funcionamiento de la asociación.

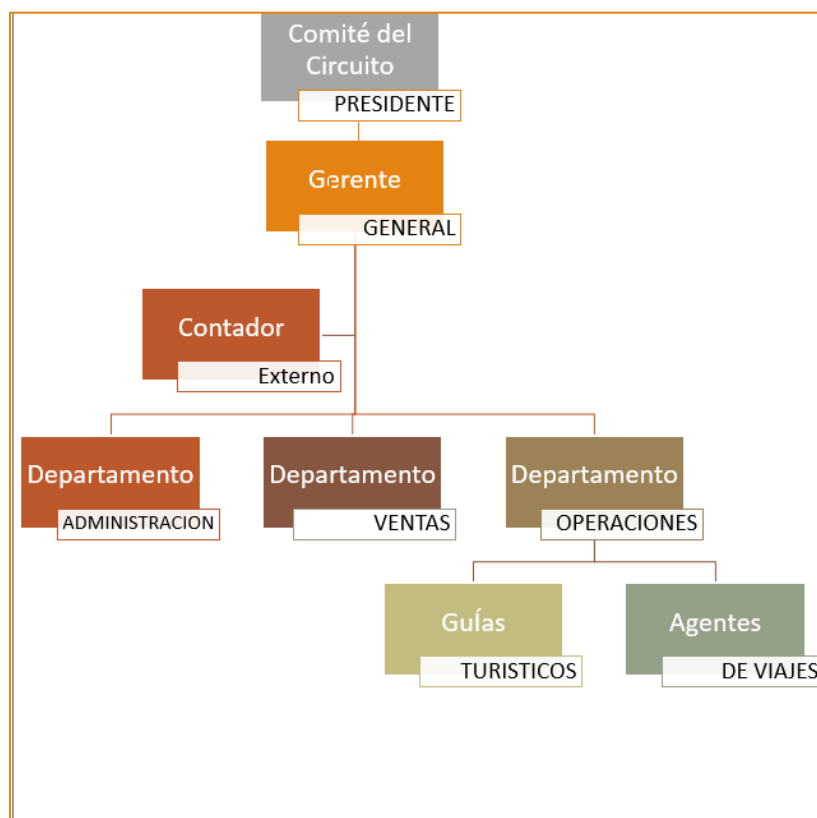


ILUSTRACIÓN 24. ORGANIGRAMA DE LA ASOCIACIÓN DEL CIRCUITO AGROTURÍSTICO DEL CAFÉ PLUMA. ELABORACIÓN PROPIA

La asociación funcionará como un elemento a través del cual se llevarán a cabo las actividades de integración, afiliación, certificación, comercialización y monitoreo del circuito agroturístico del café Pluma. Esta asociación dependerá de un comité integrado por personal de la Secretaría de Turismo y por el comité Pro-Pueblo del municipio de Pluma Hidalgo el cual a su vez se integra por representantes de cada uno de los gremios involucrados en la actividad turística en la comunidad (finqueros, taxistas, hoteleros, restauranteros, entre otros).

Este comité estará presente en la asociación a través de un presidente que será elegido a través de una votación y será el encargado de mantener el flujo de información entre la asociación y los miembros del comité, lo anterior para garantizar el manejo adecuado de la marca y la transparencia en los procesos de operación de la organización.

4.6.1.3 Perfil y Descripción de Puestos.

GERENTE.

1. Formación Requerida: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas/ Master en Agencia de Viajes, alto nivel de inglés, francés y alemán/italiano, paquete Office, cursos relacionados.
2. Experiencia requerida: Mínimo 2 años en puesto similar.
3. Jerarquía: Líder.
4. Puestos a su cargo: 5
5. Funciones:
 - Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales tanto en el ámbito administrativo, financiero y tributario.
 - Control administrativo y económico de la agencia
 - Planificar, organizar, administrar y promocionar la empresa
 - Investigar el mercado hotelero y gastronómico local y nacional.
 - Asesorar empresas asociadas en general.
6. Sueldo mensual: \$15,000

CONTADOR (Externo).

1. Formación Requerida: Formación profesional en contabilidad y finanzas, Programa informático, paquete Office.
2. Experiencia Requerida: 1 año en puesto similar.
3. Jerarquía: N/A
4. Puestos a cargo: N/A
5. Funciones:
 - Llevar de forma ordenada y organizada la contabilidad de la agencia.
 - Planificar las actividades de la unidad de contabilidad
 - Dirigir y controla la aplicación y ejecución del sistema general de contabilidad
 - Supervisa y controla el proceso contable de las unidades bajo su responsabilidad.
 - Presentar informe ante el Director de Administración para hacer observaciones y sugerencias sobre la marcha de las actividades contables.
 - Verifica los comprobantes de ingreso y órdenes de pago.
 - Mantiene la contabilidad al día, de acuerdo con las normas generales que al efecto le sean impartidas por el supervisor inmediato.
6. Sueldo mensual: \$7,000 mensuales

ADMINISTRADOR.

1. Formación Requerida: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, alto nivel de inglés, y francés, paquete Office, cursos relacionados.
2. Experiencia Requerida: 1 año en puesto similar.
3. Jerarquía: Líder de departamento.
4. Puestos a Cargo: N/A
5. Funciones:
 - Supervisión y manejo de personal.
 - Especialización en el área dirección.

- Desarrollar la estrategia de Mercadeo Integrado que mejor cubra los objetivos de negocio de Ventas Turísticas Internacionales y Nacionales.
- Manejar y Controlar las Partidas Presupuestarias.
- Planificación y liderazgo.
- Elaborar minutas, reportes y propuesta estratégicos.
- Desarrollar y Controlar Nuevos Proyectos.
- Funciones específicas.

6. Sueldo: \$13,000 mensuales

GERENTE DE VENTAS.

1. Formación Requerida: Formación profesional en mercadotecnia, técnico en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos/ Diplomado en Turismo, nivel alto de inglés, conocimientos de francés y alemán, paquete Office, cursos relacionados. Vocación de servicio.
2. Experiencia Requerida: 2 años en puesto similar.
3. Jerarquía: N/A
4. Puestos a cargo: N/A
5. Funciones:
 - Aplicar, ejecutar, adaptar estrategias de Mercadeo acorde con los Objetivos de Negocios de la empresa.
 - Comunicarse con los niveles ejecutivos y nuevos clientes, para asesorar y gestionar reservaciones.
 - Liderar los proyectos propuestos por el Gerente.
 - Manejar las relaciones con los clientes
 - Contribuir al mantenimiento constante de la satisfacción de nuestros clientes.
6. Sueldo Mensual: \$9,000 mensuales

AGENTE DE VIAJES.

1. Formación Requerida: Formación profesional en turismo, Técnico en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos/ Diplomado en Turismo, nivel alto

de inglés, conocimientos de francés y alemán, paquete Office, cursos relacionados. Vocación de servicio.

2. Experiencia Requerida: 2 años en puesto similar.
3. Jerarquía: N/A
4. Puestos a cargo: 1
5. Funciones:
 - Gestionar unidades de información y distribución turísticas.
 - Consiste en informar y asesorar al viajero sobre la mayor cantidad de características de los destinos, los servicios, los proveedores y los viajes disponibles.
 - Planear y elaborar itinerarios individualmente, viajes individuales y viajes en grupo.
 - Gestionar reservaciones necesarias en hoteles, moteles, alojamiento en zonas de veraneo, comidas, alquiler de coches, visitas turísticas, traslado de pasajero y equipajes de las terminales a los hoteles y entradas a espectáculos especiales, como festivales de música y teatro.
 - Tener conocimiento sobre los horarios de conexiones entre los medios de transporte, precios de hoteles, su calidad, características, si los precios incluyen impuestos y descuentos locales.
6. Sueldo Mensual: \$7,000 mensuales

GUÍA DE TURISTAS.

1. Formación Requerida: Formación profesional en turismo, nivel alto de inglés, conocimientos de francés y alemán, paquete Office, cursos relacionados. Vocación de servicio.
2. Experiencia Requerida: 1 año en puesto similar.
3. Jerarquía: N/A
4. Puestos a cargo: N/A
5. Funciones:

- Conducir la visita turística.
- Ayudar al turista en todo lo que sea posible como por ejemplo ayudarlo a comunicarse con el camarero de un restaurante, ayudarlo a realizar una operación de cambio de moneda, prestarle los primeros auxilios en caso sea necesario, etc.
- Orientar y asesorar al turista, por ejemplo, sugerirle sitios de compra, lugares donde comer, otros lugares turísticos, advertirle sobre zonas inseguras, informarle sobre costumbres locales, etc.
- Conocimiento teórico y empírico del espacio físico y de las características del entorno en el que se desarrolla la visita o recorrido turístico.
- Observación e interpretación de los lugares de forma clara
- Observación y análisis del grupo de turistas
- Análisis de mapas, fotos y demás instrumentos de campo
- Manejo de cuestionarios de origen y destino y demás instrumentos de estudio del mercadeo turístico.
- Manejo de la normativo legal.

6. Sueldo Mensual: \$4,500 mensuales

4.6.2 Marco legal organizacional.

4.6.2.1 Régimen Fiscal

Debido a la naturaleza del proyecto la organización se constituirá como una Asociación Civil, lo anterior debido a que se busca crear una entidad privada cuyo fin es la integración de los esfuerzos individuales existentes en el municipio de Pluma Hidalgo, para lograr detonar a través de un esfuerzo común el desarrollo de la localidad, la adopción de este régimen fiscal permitirá contar con una personalidad jurídica plena para la realización de actividades sin fines de lucro en beneficio de la comunidad. Los pasos a seguir para constituir una Asociación Civil son los siguientes:

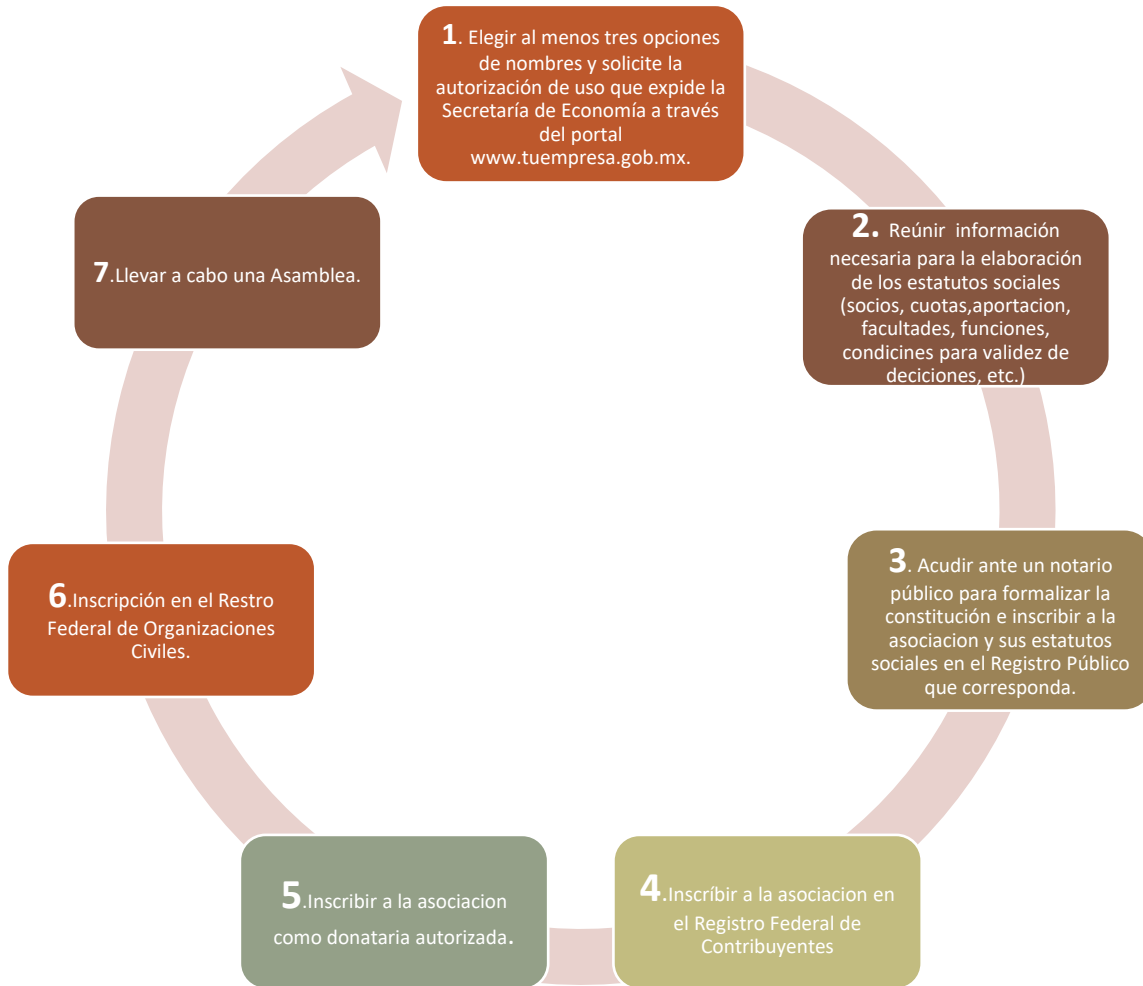


ILUSTRACIÓN 25. PASOS PARA CONSTITUIR UNA ASOCIACIÓN CIVIL. ELABORACIÓN PROPIA.

Esta figura jurídica se encuentra regulada por el Código Civil a nivel Federal, y por los Códigos Civiles vigentes en cada Estado de la República a nivel local, y cuenta beneficios fiscales ya que no son contribuyentes para el cobro de ISR y además la Clave Única de Inscripción al Registro Federal de Organizaciones de la Sociedad Civil (CLUNI) les permite participar por recursos que ofrece el gobierno federal y en el diseño de políticas públicas.

4.7 Estudio financiero

A continuación, se presenta la rentabilidad del negocio, en materia financiera. Describiendo la inversión inicial, la fuente de financiamiento, estados financieros proforma y el punto de equilibrio, para proporcionar una información más certera sobre el aspecto financiero de la empresa y su crecimiento.

4.7.1 Inversión inicial.

La inversión inicial se compone de los gastos destinados a mobiliario y equipo, gastos de constitución y el capital de trabajo equivalente a 3 meses de gastos fijos y sueldos.

	CONCEPTO	#	P.U.	IMPORTE	
PAGOS PRE OPERATIVOS					
<i>Tangibles</i>					
	EQUIPO Y MAQUINARIA	Equipo de computo	1	7,999.00	15,998.00
		<i>Impresora</i>	1	3,100.00	3,100.00
		<i>Terminal punto de venta</i>	1	800	800
		<i>Muebles de oficina</i>	1	6,500.00	6,500.00
		TOTAL			26,398.00
<i>Intangibles</i>					
	TRAMITES Y PERMISOS	Acta constitutiva	1	5,643	5,643
		<i>Honorarios Notario</i>	1	8,000	8,000
		<i>Inscripción al registro nacional de turismo</i>	1	1,284	1,284
		<i>Permiso de transportadora turística terrestre</i>	1	1,730	1,730
		<i>Designación de industria de viajes</i>	1	9,187	9,187
		<i>inscripción al régimen nacional fiscal</i>	1	0	0
		<i>Alta patronal IMSS</i>	1	0	0
		TOTAL			25,844
	INSTALACIONES	<i>Agua y Drenaje</i>	1	772	\$772.00
		<i>Electricidad</i>	1	623.5	\$623.50
	<i>Teléfono e Internet.</i>	1	450	\$450.00	

	TOTAL				\$1,845.50
CAPITAL DE TRABAJO (3 meses)					
	SUELDOS	Gerente	1	15,000	45000
		<i>Contador</i>	1	7,000	21000
		<i>Administrador</i>	1	13,000	39000
		<i>Gerente de ventas</i>	1	9,000	27000
		<i>Agente de viajes</i>	1	7,000	21000
		<i>Guía de turistas</i>	6	4,500	13500
	TOTAL			55,500	166500
	RENTA DE OFICINAS	<i>Pago de renta</i>	1	4,000	12000
	INSUMOS	<i>Papelería y artículos de oficina</i>	1	1,250	3750
		<i>Artículos e insumos de limpieza</i>	1	200	600
		<i>Combustible y gastos de transporte</i>	1	1,750	5250
	TOTAL			3,200	9600
	COSTO OPERATIVO DE RECORRIDOS			22,383.13	67,149.375
	SERVICIOS	<i>Agua y drenaje</i>	1	\$772.00	\$772.00
		<i>Electricidad</i>	1	\$623.50	935.25
		<i>Servicio de telefonía e internet</i>	1	\$450.00	1350
	TOTAL				\$3,057.25
	GASTOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD	<i>Promoción y publicidad</i>		0	0
		TOTAL, INVERSION INICIAL			\$275,322.13

TABLA 23. INVERSIÓN INICIAL

4.7.2 Fuentes de financiamiento.

La inversión necesaria para este proyecto cubre los gastos preoperativos y los operativos de los tres primeros meses, lo anterior con un monto de \$275,322.13. El dinero para el financiamiento del proyecto se pretende obtener de dos fuentes: la

primera parte proviene de la cuota de inscripción que paguen los productores y microempresarios por afiliarse al circuito agroturístico del café Pluma, en un principio se contempla 20 socios y este dinero se emplearía para cubrir los gastos del inicio del proyecto y posteriormente estará destinado al mantenimiento de la ruta. Para la segunda parte del financiamiento para el arranque del circuito se tiene contemplado recibir un apoyo del gobierno municipal a través de la Secretaria de Turismo como a poyo a la iniciativa turística en el municipio, actualmente las pequeñas empresas ya reciben apoyos del municipio, por lo cual, al formalizar y constituir la figura de la sociedad cooperativa integrada por los diversos gremios del municipio, el financiamiento municipal representa una opción viable para el proyecto.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	FUENTE	APORTACION
<i>APORTACION DE SOCIOS</i>	Pago de membresía: 20 socios	12,000 x 20
		2400,000
<i>APOYO MUNICIPAL</i>	Secretaria de Turismo	35,322.13
<i>Total</i>		\$275,322.13

TABLA 24. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

4.7.3 Estados financieros de proforma

El proyecto desarrollo Estados Financieros proforma o proyectados a tres años a partir del inicio de operaciones, esta información se determinó en base a la estimación de ingresos por ventas, pago de costos de producción y gastos de operación, así como la pérdida de valor del activo fijo (depreciación).

Los Estados proforma que se presentan son: Flujo de efectivo, Balance general, Estado de resultados.

Flujo de efectivo proyectado.

En la siguiente tabla se presenta el flujo de efectivo proyectado a cinco años, para los primeros tres años se consideraron ventas por 6,347,980.80 pesos, esta cifra representa la captación del 21% de la cifra total de turistas que puede llegar a captar el circuito por año de acuerdo a su capacidad de producción y para los últimos años

se contemplan ventas por 9,673,113.60 pesos que representan el 32% de la misma cifra nombrada anteriormente. Para el rubro de otros gastos, a partir del segundo año se contempla una cifra destinada al pago de certificaciones y capacitaciones para los involucrados en el circuito, esta cifra aumentara cada año como lo muestra la tabla.

Concepto	2017	2018	2019	2020	2021
SALDO INICIAL	208,172.75	5,470,555.55	8,125,425.85	9,780,296.15	13,760,299.25
ENTRADAS					
Ventas Efectivo	6,347,980.80	6,347,980.80	6,347,980.80	9,673,113.60	9,673,113.60
Cobranzas Ventas	0	0	0	0	0
Otros Ingresos (membresías)	0	300,000	300,000	300,000	300,000
Total, Entradas	6,347,980.80	6,647,980.80	6,647,980.80	9,973,113.60	9,973,113.60
SALIDAS					
Compras contado	64,798.00	0	0	0	0
Pago Proveedores	9913	9913	9913	9913	9913
Gastos de Operación	983,198	983,198	983,198	983,198	983,198
Otras salidas	27,689.50	3,000,000	4,000,000	5,000,000	6,000,000
Total, Salidas	1,085,598.00	3,993,111	4,993,111	5,993,111	6,993,111
REMANENTE O DEFICIT	5,470,555.55	8,125,425.85	9,780,296.15	13,760,299.25	16,440,302.35
SALDO FINAL	5,470,555.55	8,125,425.85	9,780,296.15	13,760,299.25	16,440,302.35

TABLA 25. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO A CINCO AÑOS.

Balance general.

ACTIVO	PASIVO	
Circulante		A corto Plazo
Caja		
Bancos	\$248,924	
Fijo		A largo plazo

Mobiliario y Equipo de oficina	\$7,300.00	Créditos	0
Equipo de transporte	0		
Equipo de computo	\$19,098	Capital social	\$275,322.13
TOTAL, ACTIVO	\$275,322.13	PASIVO MAS CAPITAL	\$275,322.13

TABLA 26. BALANCE GENERAL.

Estados de resultados proyectado.

	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	6,347,980.8 0	6,347,980.8 0	6,347,980.8 0	9,673,113.6 0	9,673,114
Costo de Ventas	9,913	9,913	11,103	13,100	15,230
Utilidad Bruta	6,338,068	6,338,068	6,336,878	9,660,014	9,657,884
Gastos Administrativos	768,087	714,000	774,000	798,200	820,108
Gastos de Venta	306,998	306,998	353,008	353,008	412,200
Utilidad Operativa	5,262,983	5,317,070	5,209,870	8,508,806	8,425,576
Utilidad Antes de impuestos	5,262,983	5,317,070	5,209,870	8,508,806	8,425,576
ISR (30%)	1,578,894.9 9	1,595,121.0 9	1,562,961.0 7	2,552,641.6	2,527,672. 6
Utilidad Neta	3,684,088	3,721,949	3,646,909	5,956,164	5,897,903
FLUJO NETO DE EFECTIVO	3,684,088	3,721,949	3,646,909	5,956,164	5,897,903

TABLA 27. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.

El estado de resultados muestra que desde el primer año de operaciones se tiene una utilidad neta del \$3,684,088 y aunque el costo de ventas y los gastos son proporcionales a las ventas, se sigue obteniendo una ganancia, los gastos se incrementan por que se espera un crecimiento del circuito y parte de los ingresos se destinan a la creación de infraestructura y capacitación de los agremiados además del fortalecimiento de las pequeñas iniciativas.

Las ganancias se dividen en dos partes, una parte (se propone el 45%) se destinará a un fondo comunal administrado por el comité del circuito, este fondo tendrá por objetivo apoyar a la comunidad en caso de algún desastre o una emergencia (plaga), o en su defecto usarse para la creación de espacios en beneficio de la población de Pluma Hidalgo (hospitales, escuelas, áreas recreativas, entre otros). La segunda parte representa ganancias libres que se repartirán equitativamente entre los agremiados, estas ganancias se espera, se incrementen año con año e incidan directamente en la mejora de la calidad de vida no solo de los agremiados sino de toda la población del municipio.

4.7.4 Razones financieras

Razones de Rentabilidad.

Margen bruto: 99% de la utilidad bruta equivale al 99% de las ventas.

Margen neto: 60%, La utilidad neta equivale al 60% de las ventas.

Rendimiento sobre el capital contable: El capital de la empresa tiene un rendimiento del 1469%.

Rendimiento sobre la Inversión: El activo de esta empresa tiene un rendimiento del 14.6%

Razones de Endeudamiento.

La empresa se encuentra totalmente financiada por los socios, por lo tanto, no cuenta con endeudamiento.

Utilización de Activos.

Rotación de activos totales: 14.6, La empresa renueva sus activos 14.6 veces al año

4.7.5 Indicadores financieros

El tiempo de recuperación:

La inversión se recupera en 18 días aproximadamente, se consideró la utilidad obtenida por día (15,196) y doce días de operaciones.

4.7.6 Punto de equilibrio

PRODUCTO	UNIDADES	PRECIO DE VENTA	FINANCIERO
Ruta del café Pluma 1	111.919565	\$820.00	\$91,774.04
Ruta del café Pluma 2	111.919565	\$820.00	\$91,774.04
Ruta del café Pluma 3	111.919565	\$820.00	\$91,774.04
TOTAL			275,322.13

TABLA 28. PUNTO DE EQUILIBRIO.

4.8 Impactos.

4.8.1 Impacto Económico y Social.

El proyecto del circuito agroturístico del café Pluma es un proyecto que busca contribuir a la consolidación del municipio de Pluma Hidalgo como un destino turístico rural bien estructurado, sostenible y con altos niveles de competitividad a la activación y diversificación de la economía en la comunidad con el fin de que contribuya a la mejora de la calidad de vida de la población a través de la generación de empleos y la mejora de ingresos de la población.

La estrategia se ha centrado en mejorar la estructura y calidad de los servicios y los productos existentes en el destino integrándolos dentro de un circuito como medio para incrementar la competitividad de las pequeñas empresas e incrementar su participación en el mercado turístico con el objetivo de mejorar los ingresos de la población y contribuir al desarrollo territorial en la comunidad de Pluma Hidalgo, Oaxaca.

El proyecto del tendrá la iniciativa de mejorar las competencias de las pequeñas empresas turísticas en el municipio a través de su integración en proyectos como el circuito agroturístico del café Pluma, los cuales se estructuran basados en una planeación estratégica y en el conocimiento profundo del territorio. Lo anterior representa no solo ventajas competitivas del producto final y de la asociación misma, sino que también asegura el desarrollo de una actividad turística responsable e incluyente pues contempla la integración de la población local, principalmente aquella con cierto grado de vulnerabilidad conformada por mujeres,

personas de la tercera edad y jóvenes con el objetivo de brindarles una oportunidad para su desarrollo personal y económico.

4.8.2 Impacto Ambiental.

En la actualidad, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes en nuestro país, lo anterior debido al alcance de los beneficios que la actividad turística genera en los lugares en los que se desarrolla. Beneficios como la generación de empleo, revaloración de espacios y patrimonio cultural, quedan opacados por a la generación de basura y el deterioro del medio ambiente, consecuencia también de los proyectos turísticos.

Debido a lo anterior el proyecto del circuito agroturístico del café Pluma centra su actividad en la integración de las pequeñas empresas en un proyecto de agroturismo cuyo eje de desarrollo es la sustentabilidad y el manejo ético de los recursos, lo anterior con el objetivo de generar el mínimo impacto negativo en el medio ambiente.

La organización contribuirá en la conservación del patrimonio natural y cultural debido a que representan activos invaluable fundamentales para el desarrollo de la actividad turística, lo anterior manteniendo procesos ecológicos y llevando a cabo campañas de conservación de recursos y diversidad biológica, reciclaje y participación en campañas en beneficio del medio ambiente.

4.8.3 Impacto Cultural y Educativo.

El impacto cultural del proyecto del circuito agroturístico del café Pluma radica en los procesos de revalorización del paisaje rural y el patrimonio cultural y natural de la comunidad de Pluma Hidalgo, Oaxaca. Lo anterior a través de la reivindicación de su relevancia cultural, ambiental y económica, primeramente, ante los ojos de la población misma y posteriormente ante los turistas.

La difusión de la actividad cafetalera en el municipio y del producto a través del circuito representa un elemento de reconocimiento de la labor de los cafeticultores oaxaqueños y valida su labor, como parte de un legado histórico que le brinda identidad a la población. Además, se contempla como una estrategia que contribuya

a la disminución del abandono del cultivo y que, con lo anterior, se conserven las formas de vida y costumbres y tradiciones de la comunidad cafetalera.

CAPITULO V. Discusión y Conclusiones.

Actualmente el sector cafetalero en nuestro país atraviesa por momentos críticos debido a varios factores que no solo han impedido la recuperación del sector desde la crisis de 1990 sino que también la han agravado considerablemente. El calentamiento global, las plagas, los bajos precios que está teniendo el grano en el mercado internacional y la falta de política sectorial que permitan al sector mantener sus tasas de crecimiento promedio anual, han contribuido a la disminución de la actividad cafetalera y al mismo tiempo al encarecimiento de la calidad de vida las comunidades cafetaleras las cuales ya de por sí vivían en pobreza extrema.

Al presente la problemática del café adquiere relevancia debido a la gran cantidad de comunidades en nuestro país que dependen de este cultivo para subsistir, durante los últimos años la falta de producción se está sustituyendo rápidamente por mayores importaciones de café de menor precio y calidad principalmente de variedad robusta. Lo anterior, golpea directamente a los productores mexicanos de café, en especial a los de variedades de mejor calidad quienes ante esta situación recurren a la sustitución del café por otros cultivos más rentables, a la migración o en definitiva al abandono del campo, todo lo anterior en busca de obtener ingresos que les permitan subsistir.

Aunado a lo anterior la pérdida de los cultivos de café a lo largo de nuestro país ha tenido un directo impacto en el medio ambiente de las zonas en las que se cultivaba pues los cafetales contribuyen a la conservación de la biodiversidad y además proveen de trascendentales servicios ambientales a la sociedad, con su desaparición los suelos se erosionan y las plantas y animales que habitan en estos cultivos migra o desaparece modificando en consecuencia, el paisaje de manera sustancial.

Debido a lo anterior la creación de estrategias para la conservación y protección de las comunidades cafetaleras se vuelve un elemento prioritario de cara a los procesos globalizantes actuales. Estas estrategias deben perseguir no solo la conservación del cultivo como tal, sino que también deben generar dinámicas que

permitan el rescate y conservación de los aspectos culturales e históricos ligados al cultivo de café en nuestro país. Toda estrategia encaminada a subsanar la problemática del sector cafetalero, requiere necesariamente diseñar acciones de apoyo claramente diferenciadas para logra insertar elementos de sostenibilidad en la cadena productiva del café.

Para el caso del municipio de Pluma Hidalgo, territorio en el cual se cultiva el café Pluma la difícil situación orillo a los cafeticultores a emprender acciones para contrarrestar los efectos de la crisis cafetalera, las iniciativas de carácter turístico aparentemente resultaron alternativas viables que, aunque pobremente planeadas, han contribuido a diversificar las actividades económicas de la comunidad disminuyendo así, la dependencia económica de la población a los cultivos de café, permitiendo a la población obtener ingresos que les permiten cubrir sus necesidades.

El turismo en las zonas cafetaleras ha traído consigo, por un lado, el surgimiento de actividades económicas alternativas a la producción de café las cuales han contribuido a la valorización del patrimonio natural y cultural, pero por otro lado la falta de planeación y conocimiento del territorio han generado daños al ecosistema. Debido a lo anterior es importante que el turismo en zonas como Pluma Hidalgo responda a modelos de turismo sustentable como lo es el turismo rural, este tipo de turismo se basa en un fuerte enfoque territorial a partir del cual planea estrategias a través del impulso de actividades rurales no agrícolas complementarias a la cadena agrícola.

El turismo rural en su modalidad de agroturismo representa una alternativa viable para el desarrollo del turismo en el municipio de Pluma Hidalgo, lo anterior debido a que en los cafetales del municipio la variedad de café criolla Pluma Hidalgo que se cultiva como variedad principal en gran parte de los cafetales, está catalogada entre las tres mejores del mundo. La calidad del café de la zona se corrobora por el hecho de que el 90% de la producción de café oro producido en la región es de calidad de exportación. Por lo tanto, cuenta con un producto diferenciado

fuertemente anclado al territorio y que puede llegar a ser el eje de un proyecto de agroturismo en la región que contribuya no solo a la valorización y el rescate del cultivo de café, sino que también dinamice procesos de desarrollo económico del municipio reduciendo significativamente los índices de pobreza y marginación en el municipio.

El diagnóstico realizado en la zona de estudio arrojó una serie de datos que, en definitiva, dan cuenta del potencial turístico del municipio de Pluma Hidalgo, además se pudieron identificar elementos de los cuales el proyecto pudiera echar mano con el objetivo de generar un proyecto sustentable y competitivo que resulte atractivo al mercado de turistas con interés por buscar alternativas y dejar a un lado el turismo convencional de sol y playa y que, además contribuya al desarrollo del municipio.

Para el diagnóstico se realizó un inventario de los recursos con los que cuenta la comunidad y que pudieran ser susceptibles de ser aprovechados de manera responsable dentro del circuito turístico, se determinó que en el municipio existe una oferta considerable de recursos naturales y socioculturales con vocación turística y de valor y características únicas en el segmento de las zonas cafetaleras, lo que le otorga un gran potencial para el desarrollo de proyectos turísticos en la región. Se identificaron los recursos naturales de la zona: cultivos diversificados, fauna endémica, cuencas, ríos, manantiales, y miradores naturales, así como la agroindustria del café pluma y su procesamiento artesanal, se detectaron también museos, construcciones de valor arquitectónico, y manifestaciones del Folklore y la Cultura como la medicina indígena y el festival anual del café Pluma.

El diagnóstico también atendió aspectos poblacionales y económicos de la localidad. Con ayuda de fuentes de información oficiales como el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) y la realización de trabajo de campo se identificó el número de habitantes, y cuál es la población activa en cada sector de la economía del lugar, los comercios activos en la actualidad y la infraestructura en carreteras y accesos. Se prestó especial atención a los lugares que pudieran ser de interés para los turistas y las actividades culturales más relevantes del lugar. Se identificaron las

fincas activas, el café Pluma como especialidad gastronómica de la región, el Palacio Municipal, y también una afluencia de 25 a 35 personas por día en estos espacios. Se realizó un inventario de actividades potenciales a integrar el circuito agroturístico, la caracterización no es solo de la infraestructura sino también de las actividades que conforman la actividad turística actual y cuál es la infraestructura turística actual y las condiciones de la misma.

Además de la identificación de las debilidades y fortalezas del territorio, la elaboración del diagnóstico permitió definir la posición estratégica a partir de la cual se abordaría el proyecto y cuáles serían las acciones a llevar a cabo en las distintas áreas involucradas en el circuito agroturístico. Posteriormente con base en la información recabada se desarrolló una propuesta de un plan de negocios para una Asociación Civil cuyo objetivo es integrar en una organización los esfuerzos e iniciativas turísticas individuales identificadas en el municipio de Pluma Hidalgo, este proyecto se planteó en base al contexto y a las características del lugar y de los objetivos que se pretende alcanzar.

Para la elaboración de la propuesta del plan de negocios del circuito agroturístico del café Pluma se examinaron tendencias de consumo, oferta, demanda y modelos de negocio, posteriormente se realizaron estudios técnico y financiero y se analizaron los impactos del proyecto en la comunidad.

Del estudio de mercado se determinó la viabilidad del proyecto, lo anterior como consecuencia de la existencia de un mercado real y también de un potencial a nivel nacional e internacional. Esta idea de negocio se genera en respuesta a la creciente demanda de actividades de turismo rural, el municipio de Pluma Hidalgo encuentra en el emergente mercado del turismo agroalimentario una buena oportunidad para insertarse en el mercado, lo anterior, a través de un producto turístico de calidad que aproveche los recursos de la zona, promueva el cuidado de los recursos de la zona y a través de la creación de este circuito logre llevar a cabo una revalorización de los aspectos naturales y culturales del lugar. Este proyecto atiende un segmento de turismo claramente diferenciado que se interesa por el conocimiento de los

alimentos desde su producción hasta la mesa, a través de la experiencia multisensorial, relacionada con los procesos de producción, transformación y consumo de un producto emblemático, anclado al territorio.

El estudio técnico realizado indica que debido a las características de una iniciativa como esta (una Asociación Civil) los requerimientos para el establecimiento y el funcionamiento de la organización son mínimos, lo anterior debido a que se busca en un principio integrar a las iniciativas ya existentes a un proyecto que favorecerá su correcto desarrollo y les permitirá mantenerse en el mercado.

Posterior al estudio técnico, el estudio financiero muestra la rentabilidad del negocio, en materia financiera describiendo la inversión inicial, la fuente de financiamiento, estados financieros proforma y el punto de equilibrio, para proporcionar una información más certera sobre el aspecto financiero de la empresa y su crecimiento. De la realización del estudio financiero y su posterior análisis, se concluye que el proyecto es totalmente rentable debido a la baja inversión inicial que requiere y a la estructura de sus procesos que le permiten una recuperación de la inversión en un tiempo relativamente corto y genera ganancias considerables para los involucrados.

Al ser un proyecto de carácter social, las ganancias que se llegaran a obtener del circuito agroturístico se dividirían en tres partes, una parte sería destinada a un fondo comunal administrado que tendrá por objetivo apoyar a la comunidad en caso de algún desastre o para la creación de espacios en beneficio de la población de Pluma Hidalgo. La segunda parte corresponderá a cubrir los gastos en los que inciden las fincas para prestar el servicio del circuito y por último, la tercera parte representan ganancias libres que se repartirán equitativamente entre los agremiados, estas ganancias se espera, se incrementen año con año e incidan directamente en la mejora de la calidad de vida no solo de los agremiados sino de toda la población del municipio convirtiéndose así en una estrategia que contribuya a la disminución de la marginación, del abandono del cultivo y que, con lo anterior, se conserven las formas de vida y costumbres y tradiciones de la comunidad cafetalera.

Las limitaciones de la investigación fueron principalmente de tiempo y de disponibilidad de información, debido a la ubicación y a la poca información existente sobre el municipio, la producción de café y la población en sí, no se tuvo la oportunidad de hablar con toda la población que se hubiera deseado considerar para este proyecto, se tomó la decisión de trabajar solo con los finqueros activos y los que producían mayor cantidad de café. Se trabajó con los gremios existentes en la comunidad, pero por cuestión de tiempo no se pudo trabajar con aquellas personas que realizaban esfuerzos individuales fuera de estos gremios.

Debido a la problemática de la roya varios eventos culturales se cancelaron debido a que fue prioritario atender el problema de la plaga en los cafetales y por lo tanto no se pudo evaluar aspectos como la afluencia de turistas y la población local a estos eventos culturales, ni tampoco identificar cual era la oferta de productos y servicios del municipio en los mismos.

Queda pendiente por investigar que tan efectivos son los esfuerzos institucionales ante la problemática del café y la pobreza en el municipio de Pluma Hidalgo, a través de la integración del municipio a la “Ruta del café Pluma: Aromas de la Sierra Sur” y como responde la población ante estas iniciativas turísticas. Es importante trabajar también en los aspectos colaterales de la actividad turística y analizar cómo lograr que estas iniciativas realmente se desarrollen de acuerdo con lo planteado, como proyectos comprometidos y con cultura ecológica y sostenible, sin caer en prácticas como el comercio ilegal de flora y fauna silvestre, el inadecuado manejo de desechos y daños premeditados a los recursos naturales, que a corto y mediano plazo disminuyen el interés en los turistas y esto se refleja en menores visitas e ingresos, además del daño irreversible al medio ambiente.

Otro aspecto importante son las necesidades de las iniciativas turísticas autogestionadas que existen actualmente y cuáles son las herramientas que un proyecto de este tipo pudiera proveerles para asegurar su desarrollo y que llegaran a convertirse en empresas competitivas y exitosas no solo a nivel económico sino

también en la parte de la sustentabilidad de sus iniciativas y en cuanto a la contribución que hacen al desarrollo local de su comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Aceves Mejía, Salvador. Patrimonio cultural y turismo. CONACULTA. Primer Seminario sobre Patrimonio Cultural y Turismo. México. 2002.

Aparicio, Guerrero, A. E. (2004). El turismo rural: una de las alternativas al desarrollo rural en la Serranía de Cuenca. Cuadernos de Turismo, junio, 73-89. Consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801304>

Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA), (2013), "Café de México: hacia los mercados de calidad", Claridades agropecuarias, no. 103, México.

Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y de Opinión Pública (AMAI), (2016.) Recuperada en marzo, 2016, del sitio Web: <http://nse.amai.org/nseamai2/>

Ayala Ortiz, Dante Ariel; (2011). La multifuncionalidad y la eco condicionalidad como alternativa para el desarrollo rural sustentable. Economía y Sociedad, Julio-diciembre, 51-62.

Barrera E. (1999). Las rutas gastronómicas, una estrategia de desarrollo rural integrado. 3 marzo 2016., de IV Seminario Internacional del Cono Sur, Santiago de Chile. 1 al 3 de septiembre 1999. Sitio web: www.sagpyamecon.gov.ar/index/raices/rutasgastronomicas.pdf

Bartra, A. (2006). Virtudes económicas, sociales y ambientales del café certificado. El caso de la coordinadora estatal de productores de café de Oaxaca. En B. Canabal, G. Contreras, & A. León, Estrategias Económicas y Procesos Culturales (pág. 436). México DF: Plaza y Valdés.

Berdegué, J.A. & Schejtman, A. (2008). La desigualdad y la pobreza como desafíos para el desarrollo territorial. Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros, 218, 99-121

Bertrand. (1987). "Juazeiro-Petronia; un pble maricher au coer du Sertao". en Helene Riviere d'Arc (mrd.), Portaits de Bahia, Eds. de la Maison des Sciences de l'Homme, París, citado en Lara (1996).

Bocanegra, C. y M. A. Vázquez (2006) Desarrollo regional y local: tendencias, retos y estrategias. Universidad de Sonora. Hermosillo, México.

Boullón, Roberto C. (1993) Planificación del Espacio Turístico. Editorial Trillas. México.

Consejo Mexicano del Café, A.C., "Información general y estadísticas básicas del café", www.sagar.gob.mx, 06/2002.

De Oliveira Santos, Eurico; SPINDLER, Magda Micheline; de Souza VALENTINI, Andiara; Thomé-Ortiz, Humberto; SCHERER, Lisiane; (2014). El papel del turismo en el espacio rural de São José dos Ausentes, BRASIL. El Periplo Sustentable, Julio-diciembre,

Echeverri, R. Y M. P. Rivero (2003). Nueva ruralidad: visión del territorio en América Latina y el Caribe, Editorial Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Flores Vichi Felipe (2015). La producción de café en México: ventana de oportunidad para el sector agrícola de Chiapas. Innovación más Desarrollo, Vol. IV, No. 7, febrero, Nuevo León, México.

García Bartolomé, J. M. (1996), "Los procesos rurales en el ámbito de la Unión Europea". en De Teresa, A. y C. Cortez (coords.: 1996). "La nueva relación campo-ciudad y la pobreza rural", vol. II carton H. y H. Tejera (coords.; 1996). La sociedad mexicana frente al nuevo milenio, cuatro vols., INAH, UAM y Plaza y Valdés, México, pp. 35-67.

Gómez Echenique, Sergio (2001), "¿Nueva ruralidad? Un aporte al debate", Estudios Sociedade e Agricultura, núm. 17, octubre, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Río de Janeiro, IICA (2000), El desarrollo rural sostenible en el marco de una nueva rural

Graciano da Silva, J.; Gómez, S. & Castañeda, R. (2008). Boom agrícola y persistencia de la pobreza rural en América Latina. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 218, 17-44.

H. Ayuntamiento de Pluma Hidalgo, (2014). Plan de Desarrollo Municipal. Oaxaca, México

Instituto Nacional de Ecología INE, (2000) Ordenamiento Ecológico General del Territorio. Memoria Técnica, 1995-2000.SEMARNAP-INE. México, D.Fidad, IICA/ASDI, Panamá.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2007). Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos. 18 de enero 2016, de INEGI Sitio web: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/datos-geograficos/20/20071.pdf>

Lerdón, J. Oyarzún, E. y Szmulewicz, P. (1997). "Lineamientos estratégicos del Turismo Rural para la Décima Región de los Lagos. Mimeo, Valdivia, Chile.

Organización De Las Naciones Unidas Para La Agricultura Y La Alimentación (FAO), (2007). El Estado De La Agricultura Y La Alimentación: Pagando A Los Agricultores Por Los Servicios Ambientales. Roma, Italia.

Patricio Guerrero, Ana Eulalia (2004). El turismo rural: una de las alternativas al desarrollo rural en la Serranía de Cuenca. *Cuadernos de Turismo*, enero-junio, 73-89.

Pérez Sáinz, J.P. (2002) Globalización, upgrading y pequeña empresa: algunas notas analíticas en J.P. Pérez Sáinz (ed.). *Encadenamientos globales y pequeña empresa en Centroamérica*, Flacso, San José de Costa Rica.

Pérez, Edelmira (2010), "Hacia una nueva visión de lo rural", en N. Garriacca (comp.), *¿Una nueva ruralidad en América Latina?*, Clacso-ASDI, Buenos Aires.

Posada, Marcelo. (1999). El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino. *EURE*, setiembre.

Radwanski, E. M.; Sampaio, C. A. C. (2008). A agregação de valor às propriedades rurais como alternativa de sustentabilidade - estudo de caso: a proposta do projeto “valorizar o artesanal” no município de Guaramirim. Santa Cruz do Sul: Redes.

Riveros, H; Blanco, M. 2003) El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local, Lima, Perú, IICA-Prodar, 33 p.

Rodriguez Cohard, J. C. (2003): “El desarrollo local como nueva estrategia de desarrollo económico y social”. En Buendía y García: Cooperativismo y desarrollo local, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, pp. 1-27.

Ruiz Rivera, N. (2009): “Escala e interface periurbana. Transición rural urbana en el Alto Lerma, México”. En: Las configuraciones de los territorios rurales en el siglo XXI. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.

Sabaté Martínez, A. (2001): «Mujeres y mundo rural». En Pillet Capdepón, F.; Plaza

Santoyo C. (1995). Sistema Agroindustrial Café en México: diagnóstico, problemática y alternativas, México, Editorial Universidad Autónoma Chapingo.

Secretaria de Turismo (SECTUR). (2016). Compendio Estadístico del Turismo en México 2015, pp.56. 16/08/2016, De DATATUR Base de datos.

Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, (SIAP). (2014). Sistemas Producto Café. 08 de agosto de 2015, de SIAP Sitio web: <http://w4.siap.gob.mx/sispro/portales/agricolas/cafe/Descripcion.pdf>

Silva Pérez, Rocío. (2010). Multifuncionalidad agraria y territorio. Algunas reflexiones y propuestas de análisis. EURE, diciembre-Sin mes, 5-33.

Sotomayor, E. (2008). Espacios de vulnerabilidad social en el proceso de deslocalización empresarial: el sur como estrategia. Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros, 220, 71-98.

Stake, R.E. (1998) Investigar con estudios de caso. Madrid: Morata. Szmulewicz E., Pablo; Gutiérrez V., Cecilia; Winkler Ch., Karen; (2012). Asociatividad y agroturismo.

Evaluación de las habilidades asociativas en redes de agroturismo del sur de Chile. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Julio-agosto, 1013-1034.

Tabasco, J. (2001). *Lecciones de Desarrollo Rural. Una aproximación formativa desde y para Castilla-La Mancha*. Universidad de Castilla-La Mancha. Asociación para el Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha. pp. 327-333

Thomé Ortiz H. (2008). Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, vol. 15, núm. 47, Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México.

Toresan, L. (2003) Levantamento dos empreendimentos de turismo no espaço rural de Santa Catarina: localização, categorização e descrição geral. Instituto Cepa, Florianópolis transporte aéreo. Madrid.

Barrera E., (2006) Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola, Montevideo, UY, CINTERFOR-OIT.

Van Westering, J.; Poria, Y.; Liapis, N. (2000), "Promoting the links between food and heritage as a resource for tourism: the integration of food and heritage through story telling". Organización Mundial del Turismo. Local food & tourism international conference. Larnaka, Chipre. 9-11 November 2000.

Vera Rebollo, J.F. (1997), "Análisis territorial del turismo" Ed. Ariel. Barcelona.

Weinberger Villarán Karen. (2009). Plan de Negocios. http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf (visitado el 08-11-2016).

Yin, Robert. (1994). *Case study research. Design and Methods*. Applied Social Research Methods Series, Vol. 5, Thousand Oaks. Sage Publications.

Zimmer Peter y Grassmann Simone, con la colaboración de Champetier Yves, De Borchgrave Catherine, Hildwein-Scheele Andrea y Janot Jean-Luc. (1996). *Evaluar el potencial turístico de un territorio. En Sierra de Gata (Extremadura, España): LEADER II.A.*

ANEXOS

Se anexan tres de las cédulas que se emplearon para realizar el diagnóstico del territorio de Pluma Hidalgo y a través de las cuales se recolectó información relativa a la infraestructura turística y sus condiciones, además de recursos humanos naturales y culturales disponibles para el desarrollo del proyecto del circuito agroturístico del café pluma.

Ficha de evaluación de recursos turísticos.

Denominación:		Referencia:
	CATEGORIA	
Atractivo Natural		
Patrimonio histórico / museos		
Folclore y cultura tradicional		
Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas		
Acontecimientos programados		
	Breve descripción del recurso:	

Inventario general de recursos y actividades				
Recursos	Valor (1 a 4)	ACTIVIDADES		
		Se ofrece	Se podría ofrecer	Acciones Necesarias.

Accesos	Valor 1 a 4	Acciones recomendadas
<i>A pie</i>		
<i>Por camino asfaltado</i>		
<i>Por camino sin asfaltar</i>		
<i>Otros</i>		
<i>Señalización</i>		
<i>Estacionamiento</i>		
<i>Calidad de entorno, limpieza, belleza</i>		

TABLA 29. FICHA DE EVALUACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

Evaluación de recursos humanos e institucionales.

Familia		1	2	3	4
Son cordiales, confidentes, tolerantes con los extraños e invitados. ¿Tiene habilidades o talentos especiales?	Nombre				
	Nombre				
	Nombre				
	Nombre				
Asistentes		1	2	3	4
¿Son confiables para realizar un trabajo exitoso?	Tareas de campo				
	Mucama				
	Cocina				
	Asesor técnico				
Vecinos		1	2	3	4
¿Permitirán el acceso a sus límites? ¿Existen conflictos? ¿Aceptarán la Vecindad con las opciones de recreación?					
Autoridades locales		1	2	3	4
¿Contribuirán o mirarán con suspicacia la nueva actividad sin apoyarla?					
Organismos reguladores		1	2	3	4

¿Contribuirán o mirarán con suspicacia la nueva actividad sin Apoyarla?				
Guarda parques, biólogos, ONG, etc.	1	2	3	4
¿Contribuirán o mirarán con suspicacia la nueva actividad sin Apoyarla?				
Asociaciones empresarias, turísticas, etc.	1	2	3	4
¿Contribuirán o mirarán con suspicacia la nueva actividad sin Apoyarla?				

TABLA 30. FICHA DE EVALUACIÓN DE RECURSOS HUMANOS E INSTITUCIONALES

Recursos para el turismo rural.

No.	Recurso	Localización	Cuantificación	Singularidad	Atractivo	Conservación	Entorno
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
No.	Recurso	Necesidad de acondicionar	Grado de aprovechamiento	Potencialidad (mercado)	Capacidad y habilidad del responsable	Capacidad y habilidad de la familia	Prioridad
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

TABLA 31. FICHA DE EVALUACIÓN DE RECURSOS PARA EL TURISMO RURAL.